

---

## MERCADO CHINO. UNA REALIDAD LABORAL VENEZOLANA

---

Andrea Vogiatzi  
yrvea5@hotmail.com  
Universidad de Carabobo, Valencia, Venezuela

Eduardo Jaimes  
eduardo\_jaimes14@hotmail.com  
Universidad de Carabobo, Valencia, Venezuela

### RESUMEN

La presente investigación nació con la finalidad de analizar los procesos de trabajo realizados en el mercado chino, ubicado en el municipio Chacaíto, sector El Bosque en la ciudad de Caracas con el propósito de conocer su funcionamiento. Para el alcance del objetivo general se plantearon tres objetivos específicos, el primero de ellos destinado a identificar los actores laborales que intervienen en el mercado chino, seguidamente describir las actividades realizadas en el mercado y por último analizar su funcionamiento. La metodología utilizada fue una investigación de carácter descriptiva, apoyándose en un cuestionario. La muestra de cincuenta y uno (51) de estos. La validación del instrumento se hizo por medio de una prueba. Resultados, se supo que los actores laborales que intervienen en el mercado chino son en su mayoría de origen asiático y con pocos estudios, su mercado se caracteriza por la venta de variados productos que están destinados a la satisfacción de las necesidades de sus paisanos y que además han logrado mantener vivas sus costumbres, tradiciones y cultura dentro de la ciudad de Caracas.

**Palabras clave:** Mercado chino, actores laborales, procesos de trabajo.

Recibido: 09/01/2019    Aceptado: 24/04/2019

---

## CHINESE MARKET. A VENEZUELAN LABOR REALITY

---

Andrea Vogiatzi  
yrvea5@hotmail.com  
Universidad de Carabobo, Valencia, Venezuela

Eduardo Jaimes  
eduardo\_jaimes14@hotmail.com  
Universidad de Carabobo, Valencia, Venezuela

### SUMMARY

This research was born with the purpose of analyzing the work processes carried out in the Chinese market, located in the municipality of Chacaíto, El Bosque sector in the city of Caracas, in order to know how it works. In order to achieve the general objective, three specific objectives were proposed, the first one aimed at identifying the labor actors involved in the Chinese market, then to describe the activities carried out in the market and finally to analyze its functioning. The methodology used was a descriptive research, based on a questionnaire. The sample consisted of fifty-one (51) of them. The instrument was validated by means of a test. Results, it was learned that the labor actors involved in the Chinese market are mostly of Asian origin and with few studies, their market is characterized by the sale of various products that are intended to meet the needs of their countrymen and have also managed to keep alive their customs, traditions and culture within the city of Caracas.

Keywords: Chinese market, labor actors, works processes.

Received: 09/01/2019    Accepted: 24/04/2019

## **Introducción**

Durante miles de años, la forma dominante de relación de las personas debido al trabajo fue la esclavitud, este fenómeno se describe como la relación de propiedad, puesto que el trabajador es considerado una cosa u objeto. Así pues, en un régimen de esclavitud no hay mercado de trabajo sino mercado de personas y es a partir del siglo XIX, que esta comienza a dejar de ser la forma dominante de trabajo y se da lugar al proceso relacionado con el desarrollo del sindicalismo y la democracia.

En la actualidad, se conoce el trabajo asalariado o trabajo en relación de dependencia, en donde el trabajador es reconocido en su condición de empleado y quien lo contrata empleador. Esta relación de trabajo se finiquita a través de un contrato en el que se establecen el precio y las condiciones en que será prestado el trabajo. De tal manera, en las sociedades modernas los trabajadores se inclinan a unirse en grupos, con el fin de negociar colectivamente los contratos de trabajo, ya sea directamente con el empleador para una sola empresa, o con un grupo de empleadores organizados para un sector o un oficio. Para entender mejor este término, Robert (2006), comenta que “El trabajo, es parte integrante y fundamental de nuestras vidas, es la acción donde demostramos nuestra capacidad transformadora y nos da la facultad para mejorar nuestras vidas, dándonos una diferencia importante con el resto de los seres vivos.” (p. 68).

De lo expresado, se puede decir que el trabajo es una actividad realizada por una o varias personas y que va orientada hacia una finalidad, la prestación de un servicio o la producción de un bien con una utilidad social, y que a su vez busca la satisfacción de una necesidad personal o de otros individuos. Desde esta perspectiva, se concibe el trabajo como una forma que pertenece exclusivamente al hombre, ya que por medio del empleo de sus habilidades físicas o intelectuales puede lograr obtener los medios para cubrir sus necesidades. Es así, que para lograr la productividad del trabajo se debe estimular a los

trabajadores a aplicar sus dotes creativos, mostrando interés especial por sus problemas y promoviendo un clima social favorable.

Por lo tanto, para que un trabajador de los frutos esperados por la empresa, ésta debe tener claro que en todo proceso de trabajo intervienen tres elementos fundamentales: el trabajo, es decir, el uso de la fuerza de trabajo humano; el objeto sobre el cual se trabaja y los medios con los cuales se lleva a cabo el trabajo. Los medios de trabajo y el objeto de trabajo constituyen los medios de producción y el trabajo es el uso de las capacidades físicas y mentales del ser humano. Estos son, pues, los elementos que forman parte de todo proceso de trabajo, independientemente del contexto social en el que se lleve a cabo, de las formas de propiedad o de las relaciones de producción imperantes. En esta perspectiva, García (2002), define que “El proceso de trabajo no se refiere más que a la relación que el hombre o la comunidad mantiene con la naturaleza a través de diferentes medios de trabajo, para generar bienes y servicios en beneficio de la sociedad.” (p. 98).

Debe señalarse, que el proceso de trabajo es una actividad racional de intercambio de materias entre la naturaleza y el hombre, mediante el cual éste se apropia de los elementos que aquella le ofrece y los transforma, con la finalidad de obtener los medios necesarios a su existencia. A la vez, en el mismo proceso el hombre también se transforma ya que desarrolla su propia naturaleza, sus músculos, su capacidad de pensar y crear.

Ahora bien, más allá de los medios y el objeto de trabajo queda claro que la variable que determina el éxito en una empresa, es el talento que proporciona la persona a través de su trabajo, así pues, la competencia en el mundo se da a nivel del talento ya que cada persona es capaz de generar ideas que son únicas y que logran establecer la diferencia entre cada individuo o cada comunidad. En la actualidad para que las empresas puedan ofrecer una buena atención a sus clientes deben considerar aquellos procesos que se encuentran correlacionados e inciden de manera directa en el desempeño de los trabajadores.

Por lo mencionado anteriormente y en conjunto a otros fenómenos importantes, la presente investigación centra su interés en el análisis de los procesos de trabajo realizados en el mercado chino del sector El Bosque en Caracas con el propósito de conocer su funcionamiento, las actividades que en él se realizan y los actores laborales que participan, todo esto basándose en los elementos que intervienen en el proceso de trabajo y las actividades de comercialización, bien sean las compras, ventas al mayor y al detal de mercancía, pruebas de ventas, información de mercado, transporte, almacenaje y financiamiento.

De lo señalado, se puede evidenciar que en los investigadores nace el interés de abarcar este tema, debido a lo poco estudiado y a lo atractivo que resulta para hacer de este trabajo de investigación una experiencia inolvidable donde se complementen todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y se apliquen en un ámbito fuera de lo común e inexplorado por otros investigadores del área.

También es de suma importancia dar a conocer al lector esta realidad laboral que domingo a domingo se da lugar en las instalaciones del Club Social Chino, ubicado en el sector El Bosque del municipio Chacaíto en la ciudad de Caracas. Este abre sus puertas a todas aquellas personas que se encuentran cerca de la zona y que decidan acercarse para conocer un poco más sobre la cultura oriental y disfrutar de un rato agradable adquiriendo productos de origen asiáticos.

Por lo antes expuesto, surgen como inquietudes de esta investigación las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son los procesos de trabajo realizados en el mercado chino? ¿Qué actores laborales intervienen en el mercado objeto de estudio? ¿Qué actividades se realizan en el mercado chino? ¿Cómo es el funcionamiento que tiene el mercado chino?

### **Actores laborales que intervienen en el mercado chino**

Fueron tomados en cuenta ocho (8) aspectos, ellos son: edad, sexo, nacionalidad, grado de instrucción, fecha de migración, tipo de trabajador, medio de transporte migratorio y por último la función desempeñada.

Según los resultados arrojados en esta parte del cuestionario se pudo observar que la edad promedio de los trabajadores oscila entre los 30 y 50 años, siendo la edad mínima 16 años y la edad máxima 61 años. Del sexo, se pudo conocer como está constituida la población estudiada de acuerdo al género, teniendo como resultados que treinta (30) de los cincuenta y un (51) informantes corresponde al sexo masculino y que representan el cincuenta y nueve (59) por ciento de la totalidad y veintiún (21) mujeres que constituyen el cuarenta y un (41) por ciento restante.

La nacionalidad, está referida al lugar de pertenencia de un individuo, es decir, indica la forma a través de la cual una persona se relaciona con el Estado, así pues González (2007:190), citando a Batiffol, define nacionalidad como: “la pertenencia jurídica de una persona a la población constitutiva de un Estado.”

En línea con lo anterior, se tiene que la nacionalidad de los informantes fue variada debido al lugar de origen de cada uno de los trabajadores y se vio distribuida de la siguiente manera: venezolana, constituida por once (11) individuos y que representa el veintiuno punto cinco (21.5) por ciento de la población, china igualmente compuesta por once (11) trabajadores, representada por el veintiuno punto cinco (21.5) por ciento y china-venezolana conformada por veintinueve (29) personas, siendo estas el cincuenta y siete (57) por ciento de la totalidad.

En lo que respecta al grado de instrucción de los trabajadores que allí laboran se tiene que en su mayoría sus estudios corresponden a un nivel básico de educación y que muy pocos alcanzaron estudios universitarios, a su vez, también se pudo observar que una parte de la población carece de estudios, lo que permitió concluir que estos trabajadores en su mayoría dedicaron parte de su vida al comercio y que desde muy pequeños se les inculcó el trabajo como una fuente de desarrollo. Esto es un aspecto que llama la atención, debido a la importancia que tiene la formación en el mundo, ya que es una vía que conduce al desarrollo. Esta idea es compartida por Morín (2000), quien indica que “la educación, en su sentido más amplio, juega un papel preponderante, porque ella constituye uno de los instrumentos más poderosos para generar transformaciones en la sociedad”. (En línea).

Desde que existe la humanidad se han venido dando los flujos migratorios, bien sea por diversos motivos: La busca de satisfacción a las necesidades, una mejor calidad de vida, factores políticos, culturales o religiosos, entre otros. Es por esto que los seres humanos siempre se han trasladado de un lugar a otro, esta opinión es compartida por Gargallo (2005), quien expresa:

La migración no es de ninguna manera un fenómeno reciente ni localizado, muchas personas han abandonado sus patrias en procura de mejores empleos y de una nueva vida en otros países desde los comienzos del trabajo remunerado. La acción de migra, de trasladarse de un lugar a otro sobre la tierra, es tan remota como la humanidad misma; puede decirse que es la única actividad que el ser humano ha desempeñado siempre. (p. 11).

A partir del siglo XVI hasta finales del siglo XIX, se dio lugar a la época de los descubrimientos y la expansión político militar de los países europeos que eran potencias para aquel entonces; el motivo de las migraciones era la colonización, esclavismo, el traslado de militares, políticos y mano de obra en general de un país o región a otra. Luego

en 1850 hasta 1945 con el surgimiento de un mercado internacional de mano de obra, comenzó un nuevo proceso el cual se caracterizaba por el libre mercado de la mano de obra, que no es más que el desplazamiento voluntario de trabajadores de un lugar a otro, esto contribuyó de gran manera al desarrollo de un nuevo contexto político y económico, siendo así un elemento clave en la constitución del mercado capitalista mundial.

En 1945 hasta 1973 comenzó el auge de la posguerra, en esta etapa la sociedad se encontraba consternada por las consecuencias ocasionadas en la segunda guerra mundial. Los flujos migratorios estaban motivados por aspectos económicos y políticos, lo que obligaba a la población a dejar su lugar de origen en busca de una mejor calidad de vida, muchos emigrantes europeos escogieron como destino final los países centro y suramericanos para rehacer sus vidas. La importancia que tuvieron estas migraciones para los países fue crucial ya que suscitaron su expansión y desarrollo. Para Delgado de Smith (2007:197), la migración se entiende como “todas las maneras con que los ciudadanos de cualquier nación satisfacen la siempre existente necesidad de cambiar de lugar de residencia”.

Al averiguar cuándo se dan los procesos migratorios los informantes indicaron que estuvo comprendido entre 1971 y 1990, en el mismo migraron a Venezuela veintiséis (26) de los cincuenta y un (51) informantes, lo que representa un cincuenta punto cinco (50.5) por ciento de la totalidad, también se pudo conocer que el primer individuo en migrar al país lo hizo en el año 1961.

El mercado chino en cuanto a su constitución se refiere, da lugar a una gran variedad de trabajadores que hacen posible el desarrollo y funcionamiento del mismo, es por esto que resultó importante abarcar como aspecto de estudio los tipos de trabajadores que allí laboran, destacando entre ellos los siguientes: dependientes, independientes, familiares, entre otros. En relación a lo expresado anteriormente es importante señalar la definición que plantea la Ley Orgánica del Trabajo en su artículo 39, entendiéndose por trabajador “la

persona natural que realiza una labor de cualquier clase, por cuenta ajena y bajo la dependencia de otra. La prestación de sus servicios debe ser remunerada” (p. 13). A su vez dichos trabajadores son clasificados en siete (7) tipos:

1. Trabajador no dependiente
2. Empleado
3. Empleado de dirección
4. Obrero
5. Obrero Calificado
6. Trabajador de confianza
7. Trabajador de inspección

Para efectos de este trabajo sólo se tomaron en cuenta dos de los siete tipos de trabajadores planteados en la Ley, siendo estos: trabajador no dependiente, el cual es definido por la Ley Orgánica del Trabajo en su artículo 40 como aquel “Que vive habitualmente de su trabajo sin estar en situación de dependencia respecto a uno o varios patronos.” (p. 13), el artículo también expresa que los trabajadores no dependientes gozaran de los mismos beneficios y derechos de los trabajadores dependientes como lo son el derecho a organizarse conformar sindicatos, celebrar acuerdos y convenciones colectivas y podrán gozar de la seguridad social Venezolana. A su vez, también se reconoció al trabajador de tipo obrero, definido en el artículo 43 de la Ley Orgánica del Trabajo como:

El trabajador en cuya labor predomina el esfuerzo manual o material. Serán considerados como obreros los trabajadores que preparan o vigilan el trabajo de los demás obreros, tales como vigilantes, capataces y otros semejantes. Si el trabajador, conforme a lo pactado o a la costumbre, asociare a su trabajo a un auxiliar o ayudante, el patrono de este será también su patrono. (p. 13).

En este sentido resulta oportuno señalar que la clasificación de los trabajadores establecidos en el cuestionario vino dada por el estudio previo realizado en el mercado y que a su vez

fue reafirmado por cada uno de los trabajadores que allí se encontraban, es por esto que la terminología aplicada no coincide de forma exacta con la establecida en la Ley Orgánica del Trabajo, pero que para sus efectos contemplan las mismas definiciones. Se tiene entonces que los trabajadores familiares entran dentro de la clasificación de los trabajadores obreros y no dependientes.

De acuerdo a los datos obtenidos con la aplicación del instrumento se pudo conocer que veintitrés (23) de los cincuenta y un informantes son trabajadores de tipo independiente los cuales representan un cuarenta y cinco (45) por ciento de la población total, el mismo número de informantes corresponde al de los trabajadores familiares y por último se encuentran los trabajadores dependientes, cinco personas (5) que representan el diez (10) por ciento de la población.

Los medios de transporte juegan un papel importante dentro de los movimientos migratorios ya que facilitan el traslado de las personas de un lugar a otro, así como también sirven para transportar un determinado contenido de una zona a otra, como lo explica Mora (2003):

Actualmente, los medios de transporte y la globalización caracterizan los movimientos migratorios. Los medios de transporte actuales permiten superar grandes distancias en poco tiempo y a un coste asumible. Los medios de comunicación han permitido el conocimiento de realidades lejanas que permiten crear imaginarios de cómo es la vida en otros países. (En línea).

Entre los medios de transporte destacan: medio terrestre (ferrocarril, automóviles), marítimo (barcos) y aéreo (aviones), los cuales utilizan diferentes infraestructuras para su funcionamiento, éstas dependerán del medio que se utilice.

**La función desempeñada** de cada uno de los informantes dentro del mercado chino varía según su cargo, edad y estatus familiar. Los datos arrojados por el instrumento de

recolección de información dieron a conocer que los informantes más jóvenes ocupan los cargos de ayudantes y su función consta en ordenar, facilitar y embalar la mercancía a los clientes, siendo estos nueve (9) informantes de la muestra y que representan un dieciocho (18) por ciento de la totalidad.

También se supo que el mayor número de trabajadores que conforman el mercado chino desempeñan la función de vendedores ya que los mismos son treinta y siete (37) de 51 trabajadores entrevistados y representan el setenta y dos (72) por ciento de un cien (100). La función de los vendedores consiste en atender, promocionar, negociar, vender y cobrar a los clientes la mercancía. Se tiene que dos (2) son encargados y conforman el cuatro (4) por ciento de la muestra. Ellos son los responsables de mantener el correcto funcionamiento de cada uno de los puestos de trabajo y entre sus funciones principales se encuentra la de cobrar la mercancía.

Una pequeña parte de la población en estudio se encuentran los cargos de despachador, cocinero y cajero, con una frecuencia de un (1) trabajador por cada cargo lo que representa el dos (2) por ciento de la muestra cada uno. Es importante señalar que los cargos y función de los trabajadores se ve influida también por la actividad que se desarrolla dentro de cada puesto de trabajo, lo cual condiciona el número de trabajadores de cada cargo.

### **Las actividades realizadas en el mercado chino**

Para ello se abarcaron seis (6) ítems correspondientes a: tipos de mercancía, ventas, publicidad y clientes.

En el mercado chino se puede encontrar una gran variedad de mercancía y que va dirigida a satisfacer las necesidades de un grupo, así pues López (2008), expresa que la mercancía es:

Todo aquel bien material destinado a la satisfacción de las necesidades humanas, que no se produce para el autoconsumo, sino para el intercambio. Esta mercancía contiene dos valores; valor de uso que es cualitativo y valor de cambio que es cuantitativo. (p. 2).

**La mercancía** que se muestra en el mercado proviene de varias partes del mundo, especialmente de los países orientales, allí se exhibe todo tipo de alimentos: hortalizas, legumbres, frutas, semillas, pescados, carnes crudas y cocidas de animales como el ganso, pato, cochino, entre otros, enlatados, bebidas, panes, dulces y un sin fin de comestibles característicos de la cultura china. También es posible conseguir artículos como CD de música china, periódicos redactados en su idioma, pero que contienen la información relevante de los acontecimientos venezolanos, especialmente en donde participan o se ven involucrados los chinos que residen en Venezuela. Los artículos para el hogar como utensilios de cocina, vajijas y otra serie de herramientas utilizadas en la cocina oriental y los puestos con ropa y accesorios típicos de china son parte de la inmensa gama de productos que se ofertan en el mercado.

En línea con lo anterior, los datos arrojados por el instrumento de recolección de información en su pregunta número nueve (9), se tiene que de los cincuenta y un (51) informantes todos respondieron la alternativa de alimentos, representando estos el treinta y ocho (38) por ciento de las alternativas seleccionadas. Otros treinta y siete (37) escogieron la opción de ropa, reflejando el veintisiete (27) por ciento del total de alternativas. Un veinticuatro (24) por ciento de las alternativas seleccionadas corresponden a artículos para el hogar y otro once (11) por ciento a la opción de otros, la cual engloba todos aquellos productos que no entran en la tres clasificaciones anteriores.

Por otra parte, bien se sabe que la mercancía es un conjunto de bienes que van destinados a la satisfacción de las necesidades de una población y que su demanda dependerá de la calidad, variedad y costo, todo esto aunado al grado de satisfacción que genere a sus

consumidores. La mercancía es consignada por los establecimientos para proceder a su comercialización, esta a su vez puede ser traída de distintas partes del mundo así como también ser expedida en el país, esta condición vendrá dada por el tipo de establecimiento, artículos ofertados y sobretodo el público a quien va dirigida la mercancía. En el caso particular del mercado chino, cuenta con una variada gama de productos y que son exhibidos cada domingo para su comercialización.

### **Procedencia de la mercancía**

Viene de diferentes lugares del mundo, entre ellos destacan Estados Unidos, Venezuela pero en especial de su país natal, China, quedando evidenciado de la siguiente manera: los cincuenta y un (51) informantes en su totalidad, respondieron que la mercancía proviene de China, representando estos el cincuenta y seis (56) por ciento de las alternativas seleccionadas, a su vez quince (15) de los informantes hicieron saber que parte de su mercancía tiene como lugar de procedencia Estados Unidos, por último se supo que Venezuela es otro de los países de distribución de mercancía, ya que veinticinco (25) de los informantes la escogieron como alternativa de respuesta, quedando representada con un veintisiete punto cinco (27.5) por ciento.

**El traslado de la mercancía** que se negocia en el mercado chino se hace a través de los medios de transporte más utilizados y conocidos en todo el mundo: aéreo, marítimo y terrestre. En primer lugar como medio de transporte más utilizado según los datos obtenidos a través del cuestionario se tiene al transporte marítimo (barco), ocupando el treinta y nueve (39) por ciento de las respuestas de los informantes, con una frecuencia de escogencia de treinta y ocho (38) trabajadores de cincuenta y un (51) encuestados. Este medio de transporte parte con la mercancía desde su lugar de origen con rumbo a Venezuela y llega a los principales puertos del país (Puerto Cabello y La Guaira), según sea su procedencia; normalmente las embarcaciones provenientes de Estados Unidos

desembarcan en el puerto de La Guaira, y las provenientes de China lo hacen en Puerto Cabello.

La segunda alternativa con mayor número de frecuencia la obtuvo el transporte aéreo, esta mercancía normalmente es trasladada en aviones de vuelos comerciales o de carga desde su lugar de origen hasta La Guaira-Venezuela, teniendo como destino final el aeropuerto Internacional Simón Bolívar, este medio de transporte representa un treinta y seis (36) por ciento de las alternativas seleccionadas, lo que equivale a que treinta y cinco (35) personas escogieron esta opción como medio de transporte para el traslado de mercancía utilizado en el mercado. Por último, se puede decir que el medio de transporte terrestre es el que menos se usa para trasladar la mercancía comercializada; el mismo fue escogido veinticuatro veces (24), lo que representa el veinticinco (25) por ciento de las alternativas seleccionadas. El bajo índice de escogencia del transporte terrestre se da debido a los lugares de procedencia de la mercancía, ya que este sólo es utilizado primordialmente para transportar la mercancía proveniente del mismo país, en este caso, Venezuela (Barquisimeto-Edo. Lara), siendo este el lugar de procedencia que tienen las hortalizas, legumbres y frutas que se venden en el mercado chino.

**La comercialización de un producto**, bien o servicio no es más que el conjunto de mecanismos y técnicas utilizadas con la finalidad de introducir eficazmente algún producto en el mercado y que el mismo sea recibido de buena manera por los compradores y lograr así su reconocimiento y consumo. Así pues, la comercialización o marketing es definida por Kotler, citado por Maqueda (2010), como “el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios” (p.12).

### **El proceso de comercialización**

Este consiste en comprar un producto en grandes cantidades el cual será distribuido y vendido a menor escala dejando cierto margen de ganancia. Normalmente el comerciante

importa o produce algún tipo de mercancía de China, Estados Unidos ó Venezuela y la lleva todos los domingos del año al mercado chino donde es mostrada y ofertada a los clientes para que estos la compren y se produzca el intercambio de mercancía por dinero, así pues, Vásquez y Moro (2011), plantean que “En la antigüedad todas las transacciones dentro de la economía, se realizaban por medio del trueque, es decir, a través del intercambio directo de una mercancía por otra.” (p. 184). También expresan que hoy día, el dinero “sirve como medio de cambio, tiene aceptación entre los miembros de una comunidad.”. Lo expresado anteriormente muestra que desde siempre ha existido el fenómeno de intercambio y que a través de los años ha evolucionado gracias al hombre y a su época.

En cuanto al mercado, los clientes comienzan a llegar a partir de las seis de la mañana para adquirir los mejores y más frescos productos. Por otra parte, cómo es el proceso de comercialización de la mercancía en el mercado chino, a la cual los informantes respondieron lo siguiente: “*Se muestra y ofrece la mercancía y las personas las compran*”. Otra persona comenta: “*Se muestra y se intercambia la mercancía por dinero*”. Muchos de los informantes compartieron la misma opinión y decían que: “*Compra-venta e intercambian la mercancía*”. En la misma línea de respuestas, se pudo observar que la gran mayoría expresó que el proceso de comercialización de la mercancía en el mercado chino no es más que: “*comprar, exhibir y vender la mercancía*”. En líneas generales las opiniones manifestadas por los informantes coinciden y afirman en gran parte lo expresado por los investigadores acerca del proceso de comercialización llevado a cabo en el mercado chino.

## **Publicidad**

Otro de los aspectos abarcados fue el tema de la publicidad, y que es definida por Cataño (2004), citando a Dunn, como la “comunicación pagada, no personal que, por conducto de los diversos medios publicitarios, hacen empresas comerciales, organizaciones no lucrativas o individuos que están identificados de alguna manera con el mensaje

publicitario.” (p. 16). Según lo estudiado en el mercado chino, este no se caracteriza por contar grandes campañas o mecanismos publicitarios, entendiéndose por medios publicitarios aquellos espacios que toma alguna publicidad para ser dada a conocer, algunos de ellos son: periódicos, revistas, cine, radio, televisión, anuncios, entre otros, tal y como lo expresa Bort (2004), “los medios publicitarios son los instrumentos utilizados para difundir los mensajes publicitarios. Dichos mensajes siempre irán dirigidos al público objetivo teniendo en cuenta que deben adaptarse a las características de cada medio publicitario.” (p. 115). Así pues, de los cincuenta y un informantes, un número significativo de ellos opinaron que el mercado chino no contaba con ningún mecanismo de medios de publicidad. Otros comentaron que como medio publicitario para la atracción de los clientes utilizaban: “*Avisos y Letreros*”. Por otra parte: “*Internet*”. Y por último se tiene “*La comunicación y divulgación entre la comunidad*”. Se puede observar que las respuestas dadas por los informantes mantienen el mismo parámetro que la interpretación dada inicialmente por los investigadores.

Por otro lado, el mercado chino es un lugar donde se respira un ambiente cien por ciento oriental debido a sus productos y sus visitantes. Sin embargo, en el mismo se pueden observar grupos de venezolanos y turistas que domingo a domingo lo frecuentan, con la intención de adquirir productos chinos y conocer un poco más de su cultura.

### **Funcionamiento que tiene el mercado chino**

Para poder conocer sobre ello se establecieron los siguientes indicadores: Jornada de trabajo, ubicación del área de trabajo, procesos de trabajo, origen del mercado chino. Esta parte de la investigación se ve reflejada en la parte C del instrumento de recolección de datos.

La **jornada de trabajo** es definida por la Ley Orgánica del Trabajo venezolana en su artículo 189 como: “El tiempo durante el cual el trabajador está a disposición del patrono y no puede disponer libremente de su actividad y sus movimientos.” (p. 46). El mismo

artículo expresa que el trabajador estará a disposición del patrono en el momento en que llegue al lugar donde debe efectuar su trabajo y recibir órdenes o instrucciones al respecto. A su vez, el artículo 195 estipula que:

Salvo las excepciones previstas en esta Ley, la jornada diurna no podrá exceder de ocho (8) horas diarias, ni de cuarenta y cuatro (44) semanales; la jornada nocturna no podrá exceder de siete (7) horas diarias, ni de cuarenta (40) semanales; y la jornada mixta no podrá exceder de siete y media (7 1/2) horas por día, ni de cuarenta y dos (42) por semana. Se considera como jornada diurna la cumplida entre las 5:00 a.m. y las 7:00 p.m.

Se considera como jornada nocturna la cumplida entre las 7:00 p.m. y las 5:00 a.m. Se considera como jornada mixta la que comprende períodos de trabajo diurnos y nocturnos. Cuando la jornada mixta tenga un período nocturno mayor de cuatro (4) horas, se considerará como jornada nocturna.

Parágrafo Único: El Ejecutivo Nacional podrá, mediante resolución especial, determinar aquellas labores en las cuales podrá permitirse la prolongación de la jornada nocturna, pagándose dicha prolongación como trabajo extraordinario nocturno.

En el caso del mercado chino la **jornada de trabajo** está compuesta por seis (6) horas de trabajo diaria, un día a la semana, quedando de la siguiente manera: Todos los domingos del año sin excepción alguna. De seis (6:00 a.m.) a doce (12:00 p.m.). Es importante destacar que algunos trabajadores varían la jornada de trabajo teniendo estos como horario de trabajo de 6:00 a.m. a 11:00 a.m. y de 7:00 a.m. a 12:00 p.m. Muchas veces su jornada de trabajo también varía dependiendo de las ventas y como haya sido el proceso de comercialización de cada día de trabajo, es decir, a veces se pueden retirarse más temprano de sus puestos de trabajo por haber vendido ya toda la mercancía y otras, pueden quedarse más tiempo para tratar de vender toda la mercancía.

De acuerdo a la información suministrada por los cincuenta y un (51) informantes de los cuales, veinticuatro (24) de ellos coincidieron en que su horario de trabajo es de 6:00 a.m. a 12:00 p.m., representando estos el cuarenta y siete (47) por ciento del total de encuestados.

Otros nueve (9) informantes opinaron que su horario de trabajo es de 6:00 a.m. a 11:00 a.m. siendo estos un dieciocho (18) por ciento de la totalidad, y por último se tiene que dieciocho (18) trabajadores, quienes ocupan el treinta y cinco (35) por ciento de los encuestados expresaron que su jornada de trabajo es de 7:00 a.m. a 12:00 p.m. Los **puestos de trabajo** son aquellos lugares o espacios físicos donde una o varias personas desarrollan un conjunto de actividades con el fin de producir, vender o comercializar algún tipo de bien o servicio.

Los datos arrojados por el instrumento dieron a conocer que veintiséis (26) de los cincuenta y un (51) encuestados opinaron que los puestos de trabajo del mercado chino son fijos y los veinticinco (25) restantes respondieron que sus puestos de trabajo eran asignados. Con la ayuda de estos datos y la información recogida de manera informal por los investigadores se pudo concluir que la ubicación de los puestos de trabajo en el mercado chino era mixta, debido a que algunos vendedores se encuentran presente todos los domingos, o por su tipo de actividad requieren de algún espacio o ubicación en especial, otorgándoles a estos un puesto de trabajo fijo. A los vendedores que asisten al mercado de forma incontinua, se les asignan puestos de trabajo el día lunes de la semana correspondiente en la cual asistirán al mercado.

Como en toda actividad económica los trabajadores del mercado chino requieren de ciertos **materiales de trabajo** para el desarrollo de sus actividades. La palabra material nace del latín materialis, lo cual hace referencia a todo aquello perteneciente a la materia. El concepto tiene diferentes usos según sea el contexto en el cual se aplique. A fines de esta investigación se entiende como materiales todos aquellos elementos que serán utilizados para la conformación del puesto de trabajo, los cuales permitirán el correcto desarrollo y funcionamiento de los mismos.

Los materiales de trabajo utilizados en el mercado chino según la información suministrada son los siguientes: cestas, bancos, bolsas, estantes, mesas, pesos, vitrinas. En línea con lo

anterior las **herramientas de trabajo** juegan una parte fundamental dentro del desarrollo de las actividades comerciales llevadas a cabo dentro del mercado chino. Entendiéndose por herramientas a todos aquellos implementos o utensilios necesarios para realizar alguna función o tarea. Las utilizadas en el mercado chino son: bandejas, cuchillos, carruchas, pinzas, tablas, tijeras.

El mercado chino como toda actividad comercial genera un margen de ganancia para las personas que trabajan él. Cuando se les pregunto a sus trabajadores si el mercado chino era un **negocio con fines lucrativos**, entendiéndose para ello toda organización que tiene como principal motivo generar ganancias para sus propietarios. En función a esto se obtuvo para este ítem que diecinueve (19) de los trabajadores respondieron afirmativamente y los treinta y dos (32) restantes respondieron que no, lo que significa que el treinta y siete (37) por ciento de los informantes realiza esta actividad comercial con la finalidad de obtener ingresos y el otro sesenta y tres (63) por ciento lo hace con la finalidad primordial de mantener viva su cultura y facilitar la obtención de productos asiáticos en la ciudad y así poder llevar un estilo de vida lo más parecido a su lugar de origen.

Se busca dar a conocer si la principal motivación o razón de existencia del mercado chino es la de **satisfacer las necesidades de la comunidad asiática en Venezuela**. Cincuenta y un (51) informantes coincidieron que sí, lo que representa un cien (100) por ciento de la totalidad de las respuestas. Esto quiere decir que el objetivo principal del mercado chino es la satisfacción de las necesidades de toda la comunidad asiática residente en Venezuela, específicamente en la ciudad de Caracas.

Profundizando un poco el aspecto en mención, las necesidades pueden definirse como la carencia de algo y que resulta un componente básico del ser humano para poder sobrevivir, así pues Parera (2007), citando a Maslow, expresa que “las necesidades eran comunes a todos los seres humanos con independencia de su circunstancia vital.” (p. 181). Es por esto que se puede entender el porqué del mercado chino y la importancia que el mismo tiene para la comunidad asiática que reside en el país.

Con respecto al **origen del mercado chino**, muchos de los informantes coincidieron en su respuesta, también es importante destacar que un número considerable de los mismos no conocía el origen del mercado chino. Algunas de las respuestas obtenidas luego de la aplicación del cuestionario expresan que: *“Comenzó como un intercambio entre amigos y familiares hasta convertirse en lo que es hoy”*. Otro opinó que se originó: *“hace más o menos doce años, por un grupo de chinos que se unieron para importar y comercializar mercancía china”*. También pues decían que se originó: *“Para la fácil adquisición de productos chinos, un grupo de comerciantes decidieron importar la mercancía desde china y luego distribuirla”*. En el mismo orden de ideas otra persona comentaba: *“Mucha población china en la zona y se vio como una oportunidad de intercambio de productos”*. En líneas generales todos los informantes mantuvieron el mismo parámetro de respuestas, por lo que se puede decir que el mercado chino se originó aproximadamente hace doce (12) años y surge por la necesidad que presentaba la comunidad china de adquirir productos de origen asiático para poder mantener sus patrones alimenticios y culturales.

En relación con **los logros obtenidos por el mercado chino en la ciudad de Caracas**, los informantes propiciaron las siguientes repuestas: *“Subsistencia y satisfacción de las necesidades entre chinos”*. *“Un sitio donde poder comprar productos para preparar comida china”*. En este mismo lineamiento otro comentaba que: *“Mantener vivas las costumbres y hábitos alimenticios chinos”*. Otro opino que se había logrado: *“Mostrar a la población venezolana productos chinos y a su vez brindar a la comunidad china lo necesario para satisfacer sus necesidades”*. Por ultimo otro decía que se había conseguido: *“Una ayuda económica y la fácil adquisición de productos chinos”*. Como se pudo apreciar las respuestas coinciden en la mayoría de sus aspectos. Vale la pena destacar que el mercado chino es más que un lugar donde adquirir productos chinos o una fuente de empleo, es un espacio de china en Venezuela donde tanto asiáticos, venezolanos y turistas comparten en armonía e intercambian culturas. Adicionalmente es un lugar incomparable, donde se puede pasar una mañana diferente y experimentar cosas nuevas conociendo las costumbres y tradiciones chinas.

## **Reflexiones finales**

Se pudo conocer que los trabajadores del mercado chino son en gran parte de origen asiático y los venezolanos que en él trabajan son limitados a ejercer las funciones de ayudantes. Dichos actores laborales comprenden en gran número un rango de edad entre los treinta (30) y cincuenta (50) años aproximadamente, pocos cuentan con estudios universitarios. En cuanto a otros detalles, también se supo que una gran parte de ellos emigraron por barco y que normalmente trabajan entre familia o son trabajadores no dependientes. A su vez se conoció que el año en el cual hubo mayor flujo de migraciones a Venezuela por parte de las personas que conforman el mercado chino fue durante los periodos de 1971 a 1990.

Se supo que es un lugar donde se lleva a cabo un proceso de intercambio de mercancía el cual consta en la compra y venta de la misma. Entre los productos que en él se venden destacan todo tipo de alimentos e ingredientes típicos de la cultura oriental, dulces, artículos para el hogar, remedios, ropa, CD de música china y un sinnúmero de cosas peculiares de su cultura. Es un lugar que no se caracteriza por tener grandes campañas o avisos publicitarios pero que a pesar de esto es altamente frecuentado y sus productos tienen una gran demanda gracias a la fama ya adquirida con los años y al número de personas de origen asiático que habitan en la zona. Por otro lado se pudo conocer que los productos que en él se venden son traídos en su gran mayoría desde China, otros provienen de Estados Unidos y en cuanto a los productos frescos como lo son frutas, verduras, hortalizas y carnes de origen animal son cosechados y criados en Venezuela, principalmente en la ciudad de Barquisimeto estado Lara.

El funcionamiento del mercado chino, el cual es llevado a cabo todos los domingos de cada semana con un horario comprendido entre las seis (6) de la mañana a doce (12) del medio día. Los puestos de trabajo donde se ubican cada uno de los vendedores en su mayoría son fijos, pero existe un número de ellos que son asignados unos días antes de llevarse a cabo el

mercado con la finalidad de tener una mejor organización y control de los productos que en él se venden. También se conoció los materiales y herramientas utilizados por los trabajadores; los materiales de trabajo más utilizados por los trabajadores del mercado se encuentran las mesas, pesos, cestas, entre otros. En cuanto a las herramientas manejadas se tienen los cuchillos, carruchas y bandejas.

Es importante destacar que el mercado chino no nace con la finalidad de generar ingresos, más que esto surge como una alternativa o mecanismo para satisfacer las necesidades de las comunidades asiáticas residenciadas en el país, tal cual como lo indican los trabajadores y como lo manifiesta su origen ya que el mismo comenzó como un intercambio de productos entre familias y amigos.

Con el mercado chino en la ciudad de Caracas se ha logrado dar vida a un lugar donde domingo a domingo las familias asiáticas adquieren los productos necesarios para mantener vivas sus raíces y a su vez ha permitido a los venezolanos y turistas que lo frecuentan conocer un poco más de esta interesante cultura.

### **Referencias bibliográficas**

Bort, Miguel (2004). **Merchandising: cómo mejorar la imagen de un establecimiento comercial**. Editorial ESIC, España.

Castaño, Ramón (2004). **La publicidad: un freno al desarrollo. Elementos para un juicio crítico sobre la llamada industria publicitaria**. Segunda Edición. Editorial Universidad de Medellín. Colombia.

Delgado de Smith, Yamile (2007). Migración desde la perspectiva de género: el caso venezolano. En Adalberto Santana, **Retos de la Migración Latinoamericana** (pp. 195-215). Universidad Nacional Autónoma de México.

García, Carmen (2002). **Formación y Orientación Laboral**. Editorial Mc Graw Hill.

Gargallo, Francesca (2005). Mujeres migrantes: pobreza real y discriminación de género. **Cuadernos Americanos**, Mayo-junio. Vol. 3. Número 111. México.

González, Raúl (2007). **Programa de Derecho Constitucional**. Segunda Edición. Editorial Universidad Iberoamericana. Ciudad de México.

González, Yohnnys (2008). **Formas organizativas de la economía informal caso de estudio: Mercado Sucre de Cagua – Estado Aragua**. Trabajo de grado. Universidad de Carabobo, Bárbula.

Ley Orgánica del Trabajo de la República Bolivariana de Venezuela (2006). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela 5.152, Extraordinaria**. Junio 19, 1997. Caracas.

Lock, Milagros (2006). De la tiendita al supermercado: los comerciantes chinos en América Latina y el Caribe. **Revista Nueva Sociedad**. Número 203. Buenos Aires.

López, Juan (2008). **¿Qué es la mercancía? La respuesta según Marx**. UNACH San Cristóbal de las Casas. Chiapas, México.

Maqueda, Francisco (2010). **Marketing, innovación y nuevos negocios**. Editorial ESIC, España.

Mora, Montserrat (2003). **Migraciones Humanas**. Documento en línea. Disponible: [http://portalsostenibilidad.upc.edu/detall\\_01.php?numapartat=7&id=226](http://portalsostenibilidad.upc.edu/detall_01.php?numapartat=7&id=226) .

Morín, Edgar (2000). **Los Siete Saberes Necesarios a la Educación del Futuro**. Documento en línea. Disponible: [http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-30692003000300005&lng=es&nrm=is](http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-30692003000300005&lng=es&nrm=is).

Parera, Cristina (2007). **Técnicas para una supervisión eficaz**. Editorial Fundación Confemetal. España.

Robert, Frank (2006). **Microeconomía y Conducta**. Mc Graw-Hill, México.

Vásquez, Williams y Moro, Grover (2011). El proceso económico. Una visión a través del circuito económico ampliado. En: Delgado de Smith, Yamile y Colombet Christian (coordinadores). **Relaciones Industriales: Reflexiones teóricas y prácticas**. Universidad de Carabobo, pp. 177-191.