

Universidad de Los Andes
Facultad de Ciencias Forestales y Ambientales
Instituto de Geografía y
Conservación de Recursos Naturales
Postgrado en Ordenación del Territorio y Ambiente

***“MERCADOS POPULARES DE ALIMENTOS FRESCOS DE LA
CIUDAD DE MÉRIDA-VENEZUELA.
ROL EN EL FUNCIONAMIENTO URBANO”***

Trabajo de Grado para optar al título de MAGISTER SCIENTIAE en
Ordenación del Territorio y Ambiente

Geóg. Angely Nathaly Molina Peña
Tutores: Prof. Nubis Pulido
Prof. José Rojas López

Marzo, 2015

Agradecimientos

Al culminar este trabajo, agradezco infinitamente a quienes de una u otra manera me ayudaron a elaborarlo:

A Dios Todopoderoso, quien me guía y bendice día a día.

A mis Padres, quienes firmemente me motivan a ser mejor persona.

A todo el personal que labora en el Instituto de Geografía y Conservación de Recursos Naturales “Antonio Luis Cárdenas”, en especial a Inés, Carmen y Raiza.

A mis tutores, Prof. Nubis Pulido y Prof. José Rojas, quienes me brindaron apoyo, tiempo y dedicación al guiar este dilatado trabajo.

Muchas gracias;

Angely

Índice General

Agradecimientos	2
Índice General.....	3
Índice de Mapas.....	4
Índice de Ilustraciones	5
Resumen	6
Introducción	8
CAPITULO I	10
Planteamiento del problema	10
Objetivos.....	14
Justificación	15
CAPITULO II	19
Marco Teórico Referencial.....	19
I. Re-significación de lo local en el contexto globalizador, desarrollo local y planificación urbana.....	19
II. Importancia del comercio en las ciudades y teoría de los circuitos de la economía urbana.....	24
III. Sector informal y empleo informal en las ciudades.....	27
IV. Crecimiento de las Ciudades y Seguridad Alimentaria	29
V. Importancia de los Mercados Tradicionales de Alimentos en las ciudades.....	34
CAPITULO III	44
Marco Metodológico.....	44
I. Estrategias de investigación Cualitativa.....	45

II. Diseño Metodológico	48
CAPITULO IV	52
Mercados populares de productos frescos de la ciudad de Mérida.	52
CAPITULO V	92
Dinámica urbana y estructura minoristas de productos frescos	92
I. Expansión de la ciudad y comercio minorista de productos frescos.	92
II. Hacia una Síntesis Interpretativa.....	103
Conclusiones y Propuestas de Acción	107
Bibliografía.....	110
Anexos.....	115

Índice de Mapas

Mapa 1. Área de Estudio.....	18
Mapa 2. Distribución Espacial de los Mercados de Alimentos Frescos de la ciudad de Mérida. 2015.....	53
Mapa 3. Distribución Espacial de los Mercados Públicos de Alimentos Frescos en la ciudad de Mérida, 2015.....	97
Mapa 4. Nuevas áreas residenciales y su relación con la distribución espacial de mercados de alimentos frescos, Mérida, 2015.....	99
Mapa 5. Localización del Mercado Mayorista "Las Gonzáles" y su vinculación son los mercados minoristas de alimentos frescos, Mérida, 2015.....	102

Índice de Figuras

Figura 1. Áreas de producción agrícola próximas a la ciudad de Mérida.....	17
Figura 2. Estimaciones de Población Total y Urbana. América Latina.....	30
Figura 3. Estimaciones de Población Total y Urbana. Venezuela.....	31
Figura 4. Sistema Alimentario	33
Figura 5 Mercado Don Clemente Lamus	57
Figura 6. Mercado Don Clemente Lamus. Productos Frescos	58
Figura 7. Mercado Periférico.....	60
Figura 8. Venta de Productos Frescos. Mercado Jacinto Plaza	63
Figura 9. Puesto de Venta. Mercado Soto Rosa.....	66
Figura 10. Productos Frescos. Mercado Soto Rosa	68
Figura 11. Puesto de Venta. Mercado La Milagrosa	70
Figura 12. Mercado La Milagrosa	71
Figura 13 Repudio a la quema del Mercado. (Carmen Martínez, en García et al., 2007).....	73
Figura 14. Mercado Principal de Mérida	74
Figura 15 Expendio de verduras, frutas y hortalizas. Mercado Principal de Mérida.....	76
Figura 16 Expendio de Frutas. Mercado Principal de Mérida	77
Figura 17. Antiguo Pasaje Tatuy. (Oswaldo Jiménez, 1985. En: García, et al. 2007).....	80
Figura 18. Local de Venta de Productos Frescos. Mercado Tatuy	83
Figura 19. Mercado de Intercambio Agroecológico Mano a Mano.....	87
Figura 20. Invitación Convivium Mano a Mano.	89
Figura 21. Productos Mano a Mano.....	90

Índice de Cuadros

Cuadro 1. Mercados Públicos y Modernos. Características.....	36
Cuadro 2. Clasificación de los mercados populares de alimentos frescos de la ciudad de Mérida.....	54

Bdigital.ula.ve

C.C.Reconocimiento

Resumen

En la presente investigación, se aborda el sistema de comercialización minorista de alimentos de la ciudad de Mérida, centrando el análisis en los mercados populares de alimentos frescos (hortalizas, frutas y verduras) con el objetivo de evaluar su importancia y su vinculación con los áreas de producción local y/o regional, así como también conocer la relación de esos establecimientos de comercio con respecto a las zonas de expansión y/o crecimiento de la ciudad, e igualmente con relación a la complejización de las funciones urbanas.

Efectivamente, como resultado de la aplicación de los recursos metodológicos, se logró conocer la distribución espacial y detallar el origen de cada uno de estos centros de comercio, el reconocimiento del funcionamiento interno de cada mercado y su participación en la comercialización de productos frescos en la ciudad.

A la par, se pudo demostrar que el comercio de los mercados populares se mantiene, prevalece y en la actualidad se reanima, gracias a nuevas estrategias de localización y comercialización, que garantizan y diversifican la oferta, a pesar de las deficiencias que presentan como la desarticulación a los centros de producción agrícola local y regional, lo que se refleja en la excesiva dependencia a un único mercado mayorista próximo a la ciudad, que ha estructurado una densa cadena de intermediarios que si bien garantizan el abastecimiento desde el mercado mayorista, aumentan considerablemente los costos a los pequeños comerciantes y por ende a los consumidores finales.

Introducción

La planificación urbana exige diagnosticar y analizar el funcionamiento y la dinámica de los elementos que conforman y configuran los territorios, a fin de formular propuestas de intervención, atendiendo a los objetivos que enmarcan las políticas de Estado en materia de desarrollo territorial local. En este sentido, en el contexto del proceso de la globalización, los gobiernos locales, requieren adoptar políticas acertadas para aprovechar las ventajas que se derivan de éste proceso, en el que la revalorización de la especificidad de los territorios (dotación de recursos físicos naturales, el saber-hacer local, las redes de capital social, la riqueza cultural, entre otros), cobra especial interés como elemento que estimula el desarrollo local.

En la presente investigación, se consideran las ciudades, como territorios activos donde se generan complejas dinámicas, que resultan del desarrollo de diversas funciones entre las que destacan las comerciales, empresariales, bancarias, financieras, culturales, políticas, administrativas, y como lugares de alta densidad de población en constante crecimiento, susceptibles, por tanto, de ser analizadas para el aprovechamiento de sus particularidades en el marco del desarrollo local. A este tenor, el comercio conforma uno de los motores de desarrollo en la economía urbana y por otra parte, específicamente, el comercio de alimentos frescos constituye además de esto, la garantía de la seguridad alimentaria para la población urbana de menores impuestos que demuestra una marcada tendencia al crecimiento sostenido.

Concretamente, partiendo de los planteamientos hechos por Santos (1979) y más recientemente Silveira (2005) sobre los circuitos de la economía en las ciudades, se toma como caso de estudio, el sistema de comercialización tradicional minorista de alimentos frescos de la ciudad de Mérida, y se

elabora un diagnóstico que permite reconocer su funcionamiento y organización, pero además se intenta comprender la importancia que ostenta con relación al sector moderno del comercio de alimentos, para luego señalar las fortalezas y las debilidades del primero con relación al crecimiento poblacional y la expansión urbana, considerados a la luz de la complejización de las funciones que ha tenido lugar en Mérida, ciudad media del contexto venezolano, para finalmente, dar paso a algunas propuestas de acción que permitan regular dicho sistema para asegurar su adecuado funcionamiento.

Bdigital.ula.ve

CAPITULO I

Planteamiento del problema

Los mercados tradicionales de distribución de alimentos frescos históricamente han jugado un rol central en la configuración urbana, por constituirse en centros de comercio que, por una parte, concentran un segmento de la producción agrícola para su comercialización, y por otra, dinamizan la economía de la ciudad, ejerciendo un importante papel como fuente de empleo y en la satisfacción de las necesidades de alimentación de la población de menores ingresos. Adicionalmente, constituyen centros de atracción turística pues ofrecen la posibilidad de acercarse a una variada cantidad de expresiones de carácter cultural.

En la actualidad, novedosas tendencias que revalorizan estos centros de comercio debido a que en algunas ciudades, especialmente en los países industrializados, algunos sectores de la población, comienzan a establecer exigencias respecto a la calidad e inocuidad de los alimentos, favoreciendo el consumo de alimentos frescos o mínimamente procesados (especialmente frutas y hortalizas) en la búsqueda de un mayor aporte nutricional y menor riesgo al deterioro de la salud. Así mismo, la revalorización actual de los mercados tradicionales por parte del consumidor urbano, es la respuesta a la tensión de la vida moderna, y una actitud contestataria frente a la creciente tendencia de homogeneización en cuanto a los modos de vida y de consumo, a los problemas del medio ambiente, entre otros.

No obstante, a medida que las ciudades crecen en población y superficie, necesitan infraestructuras más amplias, acuerdos comerciales y vínculos rural- urbanos más eficientes, para proporcionar alimentos en los volúmenes

adecuados para cubrir la demanda. En este punto, es importante señalar la necesaria actuación del Estado, para la creación de políticas integrales para garantizar la seguridad alimentaria en las ciudades.

A los mercados de hortalizas, frutas y verduras que operan tradicionalmente en la ciudad de Mérida, se suman nuevos establecimientos cuya creación es relativamente reciente, los que aparentemente cubren la demanda de estos rubros en diferentes sectores de la ciudad. Así, parte importante del sistema minorista de alimentos frescos (hortalizas, frutas y verduras) que se viene estructurando en la ciudad de Mérida, consta de pequeños establecimientos localizados en lugares donde han surgido nuevos desarrollos habitacionales y donde se ha re-densificado la superficie urbana.

De acuerdo a sus rasgos estructurales, es posible establecer una diferenciación de estos establecimientos: por una parte, algunos “mercados” en donde la actividad comercial se efectúa en edificaciones creadas para tal fin, funcionan permanentemente y poseen una larga tradición en la prestación de sus servicios en la ciudad, tal es el caso del “Mercado Principal de Mérida”, el “Mercado Periférico”, el “Mercado Jacinto Plaza”, el “Mercado Tatuy” y el “Mercado Clemente Lamus”. Por otra, mercados que a diferencia de los anteriores, funcionan ocasionalmente, algunos días de la semana, en espacios abiertos, normalmente calles o espacios públicos, como por ejemplo el “Mercado La Milagrosa” y el “Mercado Soto Rosa”, este último ostenta un marcado reconocimiento en el contexto urbano, por su gran tamaño y la variedad de productos que ofrece. En este grupo también se incluyen mercados de menor tamaño surgidos paulatinamente, tal es el caso de los ubicados en el sector Santa Bárbara, La Pedregosa, La Parroquia y en algunos puntos de la avenida Las Américas como por ejemplo el mercado “Cosecha de Los Andes”. Estos son de reciente aparición y la mayoría se encuentran cercanos a áreas residenciales, por lo que aparentemente no

ocasionan dificultades por congestionamiento de tránsito vehicular, en el funcionamiento diario de la ciudad.

Como elemento adicional, cabe señalar la aparición de puntos de venta creados por camiones que de manera directa venden frutas, verduras y hortalizas durante uno o dos días a la semana, y que se localizan aleatoriamente en algunas plazas y sectores populares de la ciudad.

Por último, llama la atención el surgimiento de un tipo particular de mercado de productos frescos en el sector La Hechicera, en las instalaciones del Jardín Botánico, que a diferencia de todos los anteriores, está organizado por un grupo de profesores de ecología de la Facultad de Ciencias de la Universidad de Los Andes. Allí se promociona la producción agrícola sustentable, el consumo de alimentos de origen local y 100% orgánico, basado en el conocimiento especializado de tales alimentos. Este mercado aparentemente, está dirigido a un sector particular de la población, sensibilizado ante la problemática medioambiental, principalmente población adscrita al mundo académico.

El problema que se plantea en esta investigación es, entonces, dilucidar las relaciones entre la creciente complejización urbana y el desarrollo del mercado de productos frescos. En ese nuevo contexto conviene responder a las siguientes interrogantes: ¿en qué medida los procesos de crecimiento urbano (demográficos y/o morfológicos) favorecen su aparición?, ¿cómo funciona esta estructura de comercialización?, ¿qué importancia tienen en la actualidad los mercados populares de alimentos frescos en la ciudad de Mérida?, ¿por qué algunos se mantienen en el tiempo, y otros se reproducen con similares características y funciones a pesar de la aparente tendencia general a la homogeneización en los hábitos de consumo urbano, a la cual se hace alusión en una profusa literatura?, ¿qué incidencias tendría la proximidad a las áreas de producción agrícola en la generación de este

tipo de comercio?, y por último ¿cuáles son las fortalezas y debilidades que demuestra ésta estructura de comercio en relación a su distribución espacial y funcionamiento urbano? Las respuestas a estas interrogantes, requieren un análisis del sistema de comercio de productos frescos que permitirá obtener un diagnóstico sobre el mencionado sistema de comercialización y su vinculación con el con la dinámica urbana, con miras a recomendar algunas intervenciones de carácter general que optimicen su funcionamiento (interno y/o externo).

Bdigital.ula.ve

Objetivos

Objetivos Generales

1. Caracterizar la organización funcional de los mercados populares de alimentos frescos en la ciudad de Mérida.
2. Relacionar la aparición de estos mercados con los procesos de crecimiento y complejización de la ciudad.

Objetivos Específicos

1. Caracterizar física y funcionalmente los mercados seleccionados a partir de la identificación de los actores claves que intervienen en las actividades de comercio minorista.
2. Explicar el origen de éstos centros de comercio con relación a la expansión y crecimiento de la ciudad.
3. Conocer la dinámica en torno al abastecimiento de productos frescos, sus vinculaciones con las áreas de producción agrícola y su funcionamiento en la ciudad.
4. Comprender la relación de estas formas de comercialización de alimentos con respecto a las dinámicas de expansión urbana.

Justificación

En la actualidad, las estructuras de comercialización de alimentos de carácter formal en las ciudades, sufren algunas transformaciones. Como consecuencia del crecimiento urbano, han perdido capacidad para atender la creciente demanda, favoreciendo con ello el incremento y la expansión del comercio informal de alimentos, que en ésta investigación se vincula concretamente con mercados y ferias itinerantes de verduras, frutas y hortalizas.

Particularmente la ciudad de Mérida ha experimentado un considerable crecimiento de su superficie construida, en particular, con la adhesión de nuevas áreas residenciales. El concomitante crecimiento de la demanda de alimentos, estimula la proliferación del comercio informal de alimentos (frutas, verduras y hortalizas), hecho que amerita atención y posiblemente su intervención con miras a mejorar el funcionamiento de la ciudad. Por tal motivo, cobra importancia desde el punto de vista de la planificación urbana, el reconocimiento de la estructura de comercialización informal de alimentos, con el fin de sugerir al gobierno local, la manera de hacerlas más eficientes para afrontar los desafíos actuales en materia de seguridad alimentaria, pero además procurando el funcionamiento armónico de la ciudad. Adicionalmente, este tipo de negocio puede ser considerado como muestras de pequeñas y puntuales iniciativas de inversión de capital privado que, de ser atendidos y reorganizados oportunamente, pudieran originar valiosas experiencias de crecimiento económico local, beneficiando el comercio, generando empleos y estimulando la inversión privada.

Por otra parte, el abordaje sistemático de los elementos que intervienen en el funcionamiento de la estructura de comercialización minorista de alimentos permite un abordaje metodológico posiblemente aplicable a otros casos de estudio, prestando especial atención a las particularidades de cada ciudad. En el caso de Mérida, no se conocen estudios que aborden la estructura de comercialización minorista de alimentos frescos, por lo que la presente investigación también pretende aportar información sobre dicho tema, de utilidad para futuras intervenciones y/o otros estudios de investigación.

La ciudad de Mérida, es la capital administrativa del estado homónimo. Cumple un importante rol como centro de servicios (particularmente educación, salud, turismo, entre otras) y lidera parte del espacio regional de los andes venezolanos. (Mapa nº 1)

Esta ciudad posee cierta singularidad debido a que se encuentra próxima a importantes áreas de producción hortícola como por ejemplo la zona Sur del Lago de Maracaibo, los Pueblos del Sur, las zonas de Páramo, entre otras, lo que propicia una dinámica particular en cuanto a las relaciones campo-ciudad. (Figura nº1)

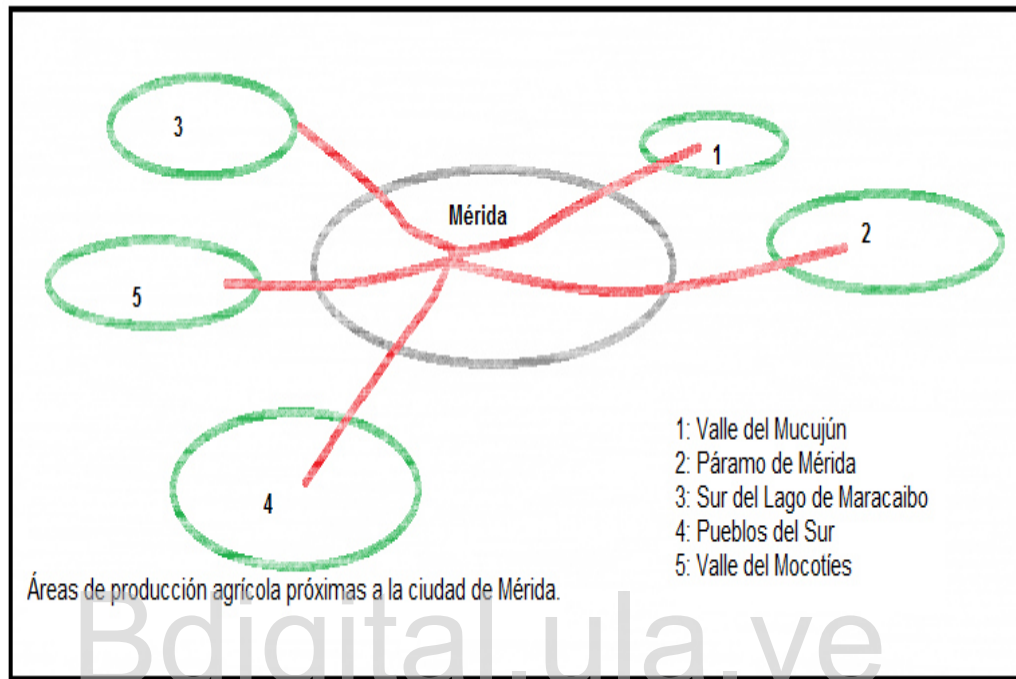
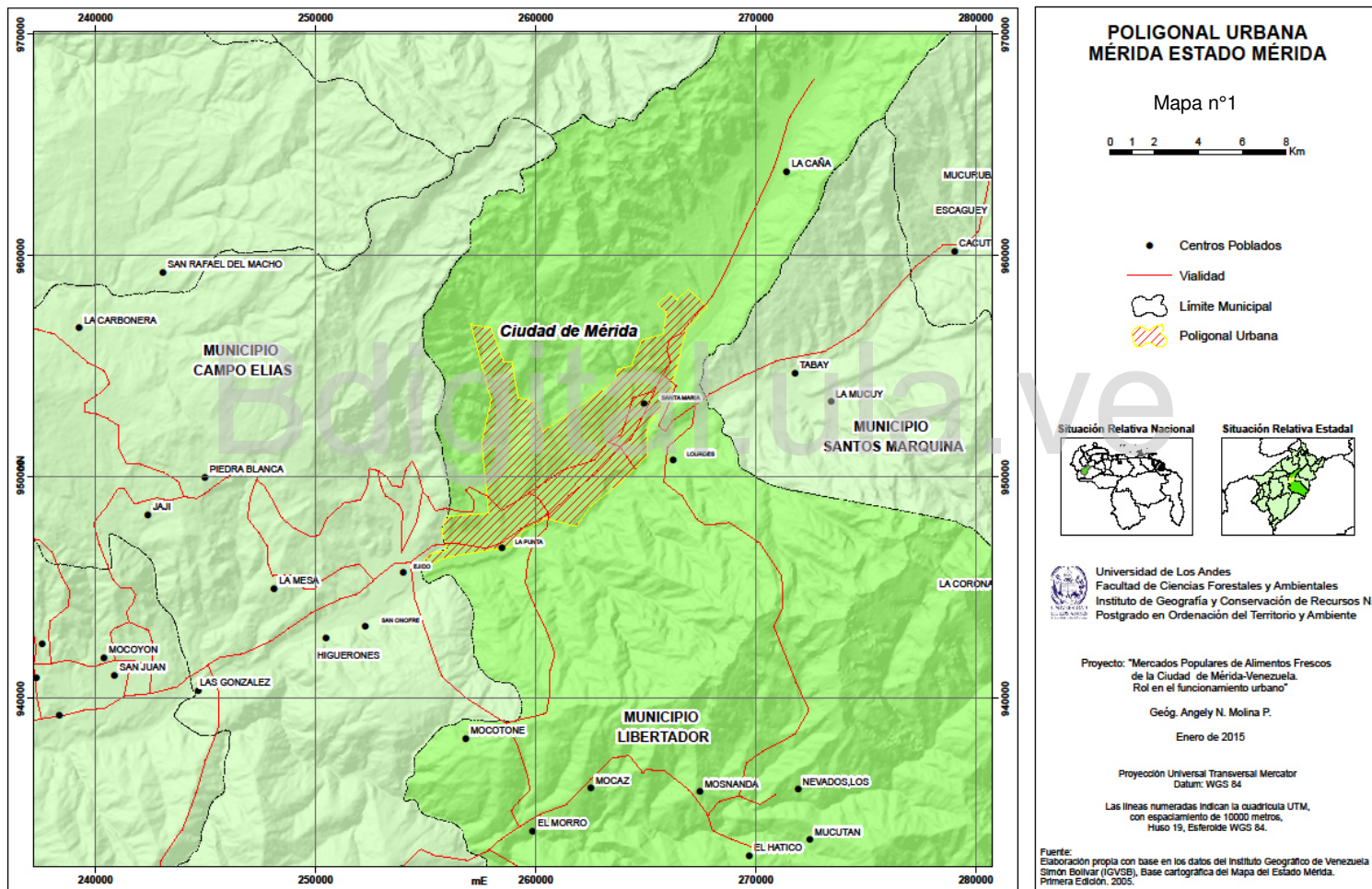


Figura 1. Áreas de producción agrícola próximas a la ciudad de Mérida

Mapa 1. Área de Estudio



CAPITULO II

Marco Teórico Referencial

En este capítulo se abordará los contenidos teóricos conceptuales de los mercados urbanos de alimentos frescos. En este sentido, se hará referencia a la resignificación de lo local, el comercio urbano, los mercados tradicionales de alimentos y la seguridad alimentaria, en tanto son elementos que ayudan a una mejor comprensión de la expansión de los mercados urbanos de alimentos.

En el siguiente apartado, se hace una aproximación a la importancia que adquieren los espacios locales como potenciales escenarios de desarrollo, en función de las ventajas que derivan de la globalización y como herramienta metodológica para propiciar escenarios deseables, se plantean los principios que rigen la planificación urbana, a saber:

- I. Re-significación de lo local en el contexto globalizador, desarrollo local y planificación urbana.

Frente a la globalización, han surgido diversas maneras de entender el efecto que este proceso tiene sobre lo “local”. Una primera idea, planteada por De Mattos (1994), señala que en el actual modo de acumulación basado en la dimensión tecnológica, como herramienta del proceso, y en una dimensión económica transnacional que apuesta a la desterritorialización del capital, el desarrollo local es imposible al no existir actores locales capaces de crear resistencia al dominio de lo global. Sobre esta idea, el autor explica:

“Para los territorios la globalización representa una fuerte pérdida de autonomía, un desvanecimiento de las fronteras, la

irrupción o el abandono por parte de actores globales, el pasaje a una interdependencia generalizada con otros territorios cercanos o lejanos. Las decisiones y procesos exógenos ganan peso en perjuicio de las capacidades de la sociedad local para controlar su entorno.

De allí que pueda hablarse de la globalización como una desterritorialización, como un paso de lo concreto (los territorios vividos, apropiados por sociedades singulares) a lo abstracto (el espacio global de los flujos, de la simultaneidad de lo discontinuo). A medida que el capital y la cultura se globalizan, y se multiplica la movilidad de la población, la propia sustancia de los territorios (su economía, su identidad, su gente) parece volverse volátil, indefinida, incierta. Arocena (1997)

La segunda tendencia constituye una revolución anti-global que concede a lo “local” el poder para construir verdaderas democracias y paralelamente actuar en contra de la globalización como un proceso negativamente connotado.

Una tercera perspectiva se basa en la comprensión de la complejidad de los procesos que caracterizan la sociedad contemporánea, y en el intento por superar la contradicción global- local por medio de un esfuerzo de articulación. Esta perspectiva se expresa en términos de oportunidades y desafíos.

En general, se afirma que “desde lo local, el empuje global encuentra resistencias, reacomodos y oportunidades en los territorios (...). La relación global-local determina que algunas representaciones de las culturas locales y regionales desaparezcan, otras se resientan o resistan, otras se reajusten, y otras se articulen al nuevo campo de fuerzas”. (Rojas y Gómez, 2010:45)

A objeto de esta propuesta, se sostiene como línea de argumentación que los territorios tienen la posibilidad de “reajustarse e insertarse al nuevo campo de fuerzas”, pues ninguno está desprovisto de recursos naturales, económicos, culturales o humanos, por lo que todos poseen un potencial de aprovechamiento. Se considera entonces, un proceso de re-significación de los espacios locales, *la territorialización*, que busca “amortiguar los efectos de la globalización y asegura la emergencia de las capacidades endógenas” Camargo (2006:12).

Bajo este nuevo enfoque el territorio, en este caso las ciudades, se comporta como un agente de desarrollo donde los grupos sociales se relacionan internamente, buscando defender y mantener la integridad y los intereses territoriales ante los procesos de desarrollo y cambio estructural, e igualmente se articulan con otros territorios de similares características y con otros a diferentes escalas, para aumentar la capacidad de insertarse a las redes globales de capital.

Venacio (2005), señala que ante la globalización, los mercados abren más oportunidades para la producción de bienes no estandarizados, y también para productos a los cuales los consumidores de los países más ricos reconocen un elevado componente simbólico, ligados a las tradiciones del “saber hacer” local. Esto en palabras del autor, favorece ulteriormente la posibilidad de desarrollo local. A la par, se abre la posibilidad de valorar un conocimiento no codificado o tácito, que no es fácil de reproducir, es específico a cierto contexto, organización o territorio y propio de los actores locales que lo crean a través de sus propias interacciones directas y sus particulares códigos y rutinas.

En este contexto, Boisier (2001), ubica el desarrollo local en la dialéctica global/local expresando que “el desarrollo local no es pensable si no se inscribe en la racionalidad globalizante de los mercados, pero tampoco es viable si no se plantean sus raíces en las diferencias identitarias que lo harán un proceso habitado por el ser humano”. Por ello, depende de la “capacidad de los actores y de las sociedades locales para estructurarse y movilizarse, con base en sus potencialidades y en su matriz cultural, para definir y explorar sus prioridades y especificidades, buscando la competitividad en un contexto de rápidas y profundas transformaciones”, además, requiere de “sociedades organizadas: informadas, motivadas, poseedoras de un conocimiento mínimo para entender la globalización y consensuadas para actuar proactivamente”.

Por último, es importante el planteamiento que aporta Vargas (2006:36), sobre el carácter singular que adquieren los procesos de desarrollo local pues “no existe una vía única, predefinida, para lograr el desarrollo local” y admite “que la diversidad, lo singular y particularmente lo endógeno, entendido como aquello que es propio y característico de un territorio determinado, son elementos claves para [la] promoción [del desarrollo local].”

A partir de las ideas expuestas, en las que se circunscribe el desarrollo territorial desde lo local se puede indicar la particularidad del proceso pues, en principio este no depende de políticas centralizadas, como normalmente ocurren en los países de América Latina, sino que manifiesta la necesidad del empoderamiento de los gobiernos locales como promotores de objetivos comunes, y su resultado no depende directamente de las bondades geográficas como la dotación de recursos o la cercanía a los mercados, estos factores siguen siendo importantes, pero como determinante crucial se considera el protagonismo de sujetos institucionales locales públicos y privados que desarrollan experiencias de cooperación a través de acuerdos

entre ellos, formales o no. Vale la pena entonces introducir el concepto de planificación urbana como una metodología que permite abordar las realidades territoriales, elaborar un diagnóstico y generar propuestas de acción con el objetivo de estimular el desarrollo local.

Concretamente, la planificación urbana, se puede entender como un proceso de descripción, análisis y evaluación de las condiciones de funcionamiento de las ciudades, que continúa con la generación de propuestas de diseño y formulación de proyectos en la búsqueda de la regulación de la dinámica urbana y ambiental, dentro de ámbitos de trabajo y plazos de tiempo previamente definidos, a partir de una programación clara de objetivos y metas, seguimiento y control.

Se concibe entonces como una metodología que permite la identificación y formulación de estrategias para atender los requerimientos y/o problemas identificados en el diagnóstico previo y así orientar actuaciones para alcanzar objetivos en un tiempo y ámbito previamente definido, considerando que ésta cambia y evoluciona de acuerdo a los momentos históricos de las ciudades *“respondiendo a los procesos de densificación poblacional, expansión de las actividades, industrialización e incompatibilidad con las infraestructuras y servicios que las mismas [poseen]”*. Bazant (2001:10)

Además, para estimar la validez de sus resultados ésta debe ajustarse al proyecto de desarrollo nacional, pues *“no es un mecanismo que funciona aislado, sino que está integrado y responde a un consenso político entre gobierno y sociedad”*. Por lo que se debe considerar el sustento normativo que regula las actuaciones de cada uno de los actores que hacen vida en la ciudad, en beneficio de los intereses públicos y colectivos, es decir el ordenamiento territorial que como proceso técnico político, expresa las

normas, reglas, decretos y/o leyes que permiten la regulación de la ocupación de los espacios y el establecimiento de diversas actividades.

Se requiere entonces una perspectiva acertada de desarrollo territorial local circunscrita en la realidad globalizante, para identificar las oportunidades que se delinean en el marco de dicho proceso con relación al aprovechamiento de las ventajas y singularidades de cada territorio, a partir de la planificación urbana, entendida como una metodología que permite materializar oportunamente dicha visión.

El desarrollo local se encuentra atado, entre otros factores, a las actividades económicas que se llevan a cabo en el seno de los territorios, en el caso de investigación que se presenta, las ciudades, la actividad comercial se comporta en la mayoría de los casos, como su base económica, por tal razón en el siguiente apartado se hace referencia a su importancia y se consideran algunos planteamientos teóricos que permiten analizar su estructura.

II. Importancia del comercio en las ciudades y teoría de los circuitos de la economía urbana.

La actividad comercial, constituye el principal motor de desarrollo para las ciudades y en numerosos casos, su motivo de origen y su razón de ser. Por ello es vital reactivar su potencialidad local a fin de dinamizar sus relaciones económicas de compra-venta y sus espacios de intercambio de relaciones sociales y de servicios. Al respecto, la Comisión de las Comunidades Europeas (1999) argumenta que la actividad comercial “contribuye a la calidad de vida en pueblos y ciudades, donde las tiendas constituyen el centro de muchas actividades humanas”, se afirma que “el comercio está absolutamente presente en el concepto de ciudad, sea como causa o como

consecuencia”. Esto pone de manifiesto la importancia de la actividad comercial en el espacio urbano, pues ejerce una clara función de vertebración y dinamización del territorio, que genera “centralidad” y que hace atractiva a una localización. Por lo tanto, es primordial conocer la manera en que funciona el sistema económico urbano, reconociendo sus partes y concibiendo sus interrelaciones.

Surgen así los planteamientos hechos por Santos (1975), retomados y actualizados por Silveira (2004) sobre los circuitos de la economía urbana de ciudades brasileñas, que consideran que la ciudad es un medio construido y un conjunto de actividades realizadas en cierto contexto por un determinado sector de la población, asociado por la actividad y por el consumo. Esta autora considera el medio construido como una totalidad y al mismo tiempo como un sistema de acciones que permiten entender la ciudad como un conjunto, solidario y contradictorio, de divisiones del trabajo. Las funciones modernas, serían aquellas que orientan su inserción en la actual división internacional hegemónica del trabajo, que no pueden ser confundidas con la ciudad en sí misma. Por lo tanto, la ciudad solamente podrá ser entendida al considerar la coexistencia de divisiones territoriales del trabajo. No es sólo el *reino* de las grandes corporaciones y de los grandes bancos, el *reino* del circuito superior, sino también el lugar del trabajo no especializado, de las producciones y servicios más comunes, de las acciones vinculadas a los consumos populares “*aquellas necesidades creadas por nuestro tiempo pero cuya respuesta no es dada a todos por la economía hegemónica*”. Es decir el circuito inferior de la economía, que está constituido por producciones intensivas en mano de obra (no en capital), por servicios y comercios no modernos y de pequeñas dimensiones.

Dentro del circuito superior, se encuentra el *“circuito superior marginal, que está constituido por formas mixtas, pertenecientes tanto a actividades heredadas de divisiones del trabajo pretéritas como a formas de trabajo emergentes e incluidas en las actividades modernas. No se trata sin embargo, de actividades divorciadas, sino de un sistema de vasos comunicantes, en el cual todos los circuitos son resultado de las modernizaciones y de las respectivas transformaciones en la división territorial del trabajo”*. Por lo tanto, los dos circuitos pueden considerarse subsistemas del sistema urbano, pues poseen relaciones de complementariedad, de competencia y de jerarquías, se trata de una *“oposición dialéctica: uno no se explica sin el otro”*, Silveira (2007:13). Esta idea explica que en la ciudad no existe un único mercado.

Adicionalmente, Silveira y Santos (2001:5), explican que *“el importante aumento de las ciudades millonarias y de las grandes ciudades medias (alrededor de medio millón de habitantes) permite la diversificación y la densificación de la división del trabajo. Cuanto mayores y más populosas las ciudades, más capaces son de abrigar una extensa gama de actividades y de contener una lista mayor de profesiones, autorizando una mayor complejidad de los circuitos de la economía urbana en el período actual”*

En cuanto al circuito inferior, Santos (2000) considera que es una economía de abajo hacia arriba, que parte del principio de que los más pobres, los vecinos, los demás trabajadores podrán consumir los productos y servicios ofrecidos. Es una cooperación que se completa en la contigüidad y, por lo tanto, no necesita ser fluida, ni veloz, ni competitiva. Almacenes, despensas, mini-mercados, panaderías, carnicerías, pescaderías, verdulerías coexisten con las densas topologías de los grandes supermercados y de los modernos *drugstore*. En ese comercio de contigüidad, la iliquidez no es un obstáculo,

pues se utilizan varios tipos de dinero y de crédito (tickets, tickets-transporte, tickets-alimentación, compra a fiado, compra con libreta), asegura el autor.

Al respecto, Rojas (1995:203) menciona los planteamientos de Rondinelli (1987) que destaca “la enorme significación de los pequeños establecimientos comerciales y del sector informal de la economía urbana, en el mercado de alimentos de las grandes ciudades de los PMD [*países menos desarrollados*], lo que a su vez revela la gran importancia de un “circuito inferior de consumo” en la demanda social de estas aglomeraciones. El circuito superior de consumo, por el contrario, es atendido por grandes supermercados que ofertan productos cada vez más elaborados, de calidad uniforme y publicitados con determinadas marcas comerciales”.

El presente estudio, busca conocer parcialmente el funcionamiento de una estructura de comercio urbano, específicamente, el comercio tradicional minorista de alimentos frescos (frutas, verduras y hortalizas), el cual tiene una estrecha relación con el sector informal de la economía urbana como principal fuente de empleo y como factor que permite la reducción de la pobreza, por tal motivo, se expresan algunas consideraciones al respecto, en el siguiente apartado.

III. Sector informal y empleo informal en las ciudades.

Durante muchos años algunos gobiernos plantearon que a partir de la implementación de medidas económicas y del empleo de recursos, las economías pobres y tradicionales se transformarían en economías modernas dinámicas. En este proceso se esperaba que el sector tradicional o informal desapareciera en la medida en que el sector moderno o formal crecería y

absorbería mayor trabajo. Sin embargo, contrariamente a lo esperado, el sector informal y el empleo informal siguen siendo considerables, particularmente en los países en desarrollo, así lo indica la *Organización Internacional del Trabajo* (2013). Las actividades típicas del sector informal, como el trabajo no remunerado en una empresa familiar, el trabajo asalariado ocasional, el trabajo a domicilio y la venta en la calle, son las únicas oportunidades que tienen muchas personas pobres para satisfacer sus necesidades básicas de supervivencia.

El empleo en el sector informal desempeña un papel fundamental en la reducción de la pobreza, como fuente principal y, con frecuencia, como única fuente de ingresos para los pobres. Sin embargo, muchas personas que trabajan en el sector informal no pueden salir de la pobreza, de hecho, para muchos las condiciones bajo las cuales trabajan sirven para perpetuar la posición desfavorecida en la que viven. Este tipo de empleo representa una parte considerable del empleo en la actualidad, incluye a las personas ocupadas que, por ley o en la práctica, no se encuentran sometidas a la legislación laboral nacional, al impuesto sobre la renta o que no tienen derecho a la protección social ni a los beneficios laborales, puede existir tanto en el sector formal como en el sector informal de la economía.

El sector informal y el empleo informal interactúan estrechamente con el sector formal. La economía moderna globalizada depende en forma creciente del empleo informal, en formas como la subcontratación, el trabajo a domicilio, el trabajo por agencias y otros tipos de empleos flexibles o temporales. En términos más generales, los establecimientos del sector formal pueden depender del sector informal y del empleo informal para asegurar flexibilidad, menores costos y generar mayores ingresos para sus propietarios. OIT (2013)

Ya entendida la importancia del sector informal en las ciudades, sobre todo por la posibilidad de reducir los niveles de pobreza y/o mejorar los ingresos en las familias pobres, es vital reconocer que en la actualidad la población urbana continúa en crecimiento y así mismo, la incapacidad de los gobiernos para asegurar empleos de calidad y por ende la pobreza aumenta, lo que resulta en problemas estructurales cada vez más complejos, entre ellos el tema de la inseguridad alimentaria. Por la naturaleza del presente estudio, el comercio tradicional de alimentos, puede comportarse como uno de los factores que compense los problemas derivados de la pobreza urbana.

IV. Crecimiento de las Ciudades y Seguridad Alimentaria

En la actualidad la región de América Latina es la más urbanizada del mundo, pues 80% de su población vive en ciudades. La *Comisión Económica para América Latina y el Caribe* (CEPAL) señala que el crecimiento de la población urbana en la región continuará, tal y como lo demuestran las estimaciones y proyecciones de población. (Figura 2).

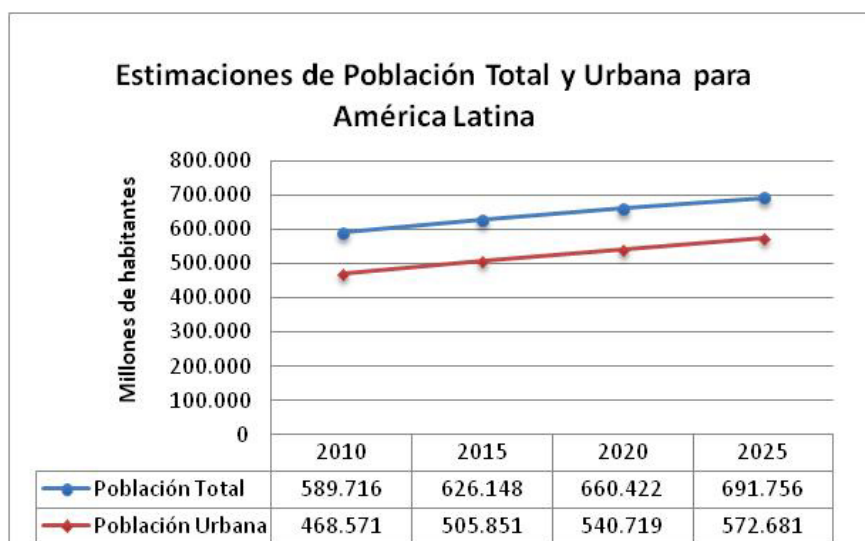


Figura 2. Estimaciones de Población Total y Urbana. América Latina

Fuente: Boletín demográfico América Latina, 2005

De igual manera, para Venezuela, el mismo organismo estima que en el año 2015 el peso de la población asentada en las áreas urbanas ascienda a 94% hasta llegar en el año 2025 a 94,4% del total de la población (figura 3). Se espera, para la ciudad de Mérida un comportamiento similar al contexto regional y nacional, con un incremento sostenido de la población urbana.

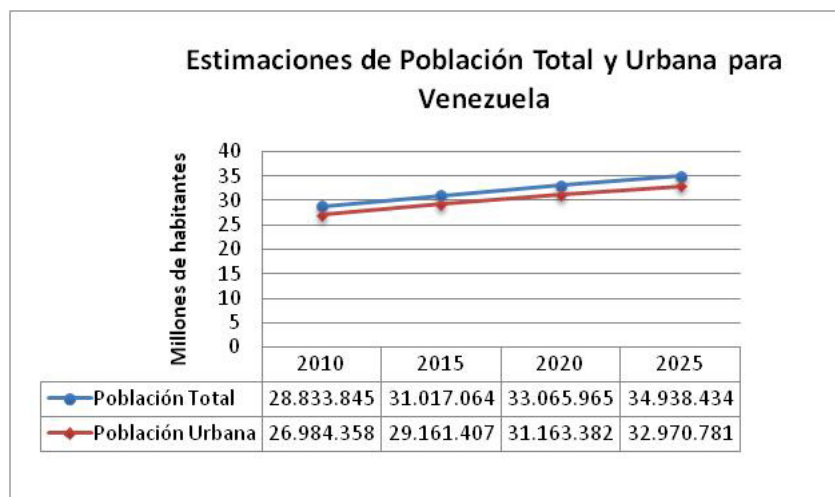


Figura 3. Estimaciones de Población Total y Urbana. Venezuela

Fuente: Boletín Demográfico América Latina, 2005.

Hasta el presente, en la mayoría de las ciudades latinoamericanas, el proceso de crecimiento urbano ha estado acompañado de elevados niveles de pobreza. Al respecto la FAO (2014:35) señala que “la tasas de pobreza urbana son elevadas: el 30% de los residentes urbanos de Colombia, el 35% de Guatemala y el 24% de Paraguay, vivían por debajo del umbral nacional de pobreza en 2011”. Para Venezuela, en el año 2014, de acuerdo a las cifras publicadas en un estudio nacional realizado por la Universidad Católica Andrés Bello, la Universidad Central de Venezuela y la Universidad Simón Bolívar, un 48,4% de los hogares se encuentra en situación de pobreza por ingresos. Para el año 2020, la FAO agrega, que “la proporción de población urbana que vivirá en la pobreza llegará al 45 %”.

Debido al inminente crecimiento de los niveles de pobreza en las ciudades, se gesta una serie de problemas entre los que destacan la disminución de la calidad de vida, la proliferación del empleo informal, problemas ambientales, entre otros. Es así como toma especial importancia el tema alimentario, pues en la mayoría de las ciudades, la población pobre tiene un acceso limitado a una alimentación suficiente, sana y adecuada.

Sobre el tema, Mercado y Lorenzana (2000) indican que para una sociedad, una familia o para un individuo existe inseguridad alimentaria “cuando las disponibilidades de alimentos sanos y nutricionalmente adecuados o la capacidad para adquirirlos (...) se encuentran limitadas o son inestables”. Para aproximarse al estudio de estos elementos en un determinado territorio, es posible adoptar un enfoque sistémico para, a través de él, identificar las causas de éstas y luego proponer alternativas de acción para reducirlas. Surge así el enfoque de Sistema Alimentario el cual será considerado a la luz de la presente investigación.

Schejtman (1994:12) define un sistema alimentario como *“el conjunto de relaciones socioeconómicas que inciden en un modo directo en los procesos de producción primaria, transformación agroindustrial, acopio, distribución, comercialización y consumo de productos alimentarios”*. Para su caracterización y diagnóstico se deben examinar, los principales agentes que conforman la estructura productiva, en la que coexisten unidades de tipo familiar como: unidades campesinas, microindustrias, pequeños comercios y ventas callejeras de alimentos, junto a unidades de tipo empresarial que normalmente son las que determinan el carácter asimétrico de las relaciones que tienen lugar en los sistemas alimentarios, por cuanto determinan la naturaleza y la complejidad de las transacciones, se incluyen en este tipo: empresas agrícolas altamente capitalizadas, monopolios, oligopolios nacionales y transnacionales, cadenas de hipermercados y grandes cadenas de restaurantes. Así como la estructura de la demanda, conformada por los consumidores. (Figura 4)

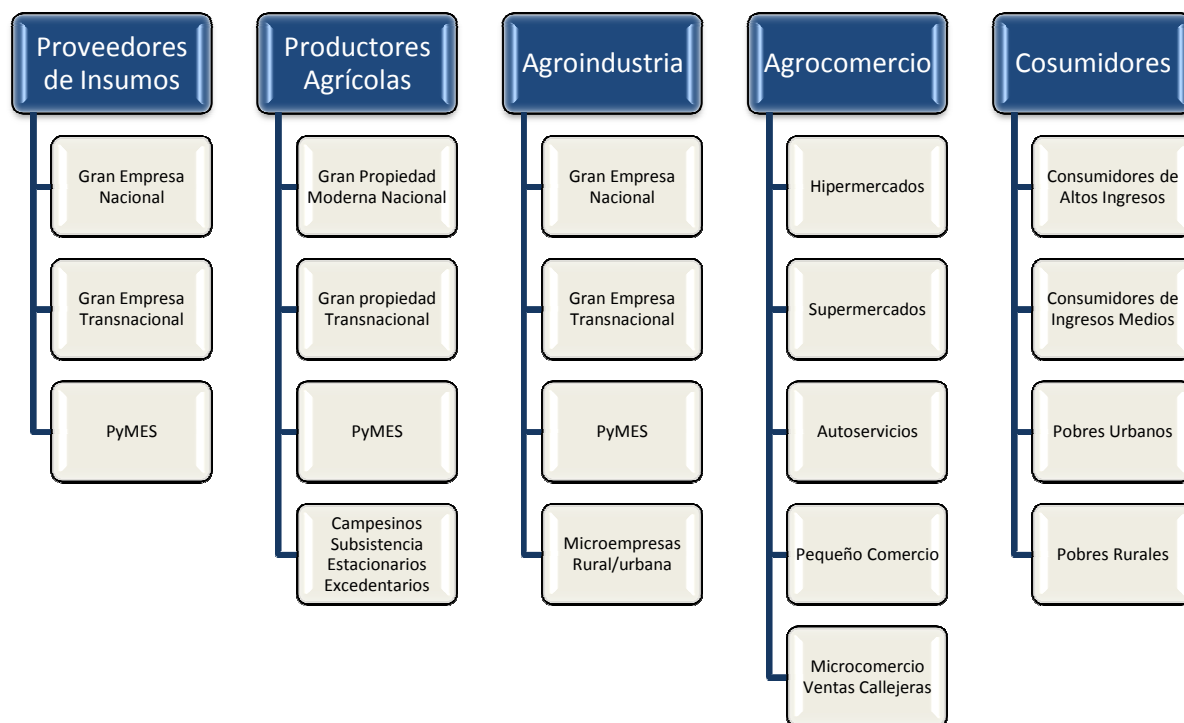


Figura 4. Sistema Alimentario

Fuente: Schejtman (2012) en Gutiérrez y Molina (2013)

A partir de la conceptualización del Sistema Alimentario, a finales de los años 90's, surge el enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados, para estudiar la concentración territorial de actividades de producción, procesamiento y distribución de alimentos, en ámbitos subnacionales. Con relación a éstos, Muchnick y Sautier (1998) indican que son sistemas constituidos por organizaciones de producción y de servicios (unidades agrícolas, empresas agroalimentarias, empresas comerciales, restaurantes, etc.) asociadas, mediante su característica y funcionamiento, a un territorio específico. IICA (2013)

En lo que respecta a la estructura del sector comercial del sistema alimentario, la cual cobra especial interés en la presente investigación,

Schejtman (*Ób. cit*) señala que esta estructura se conforma, por un sector moderno, que incluye supermercados e hipermercados con técnicas de ventas diferenciadas y buen surtido de alimentos, y por un conjunto de microunidades organizadas en torno al trabajo familiar expresiones urbanas de formas campesinas o artesanales de organización productiva, es decir por un sector tradicional que incluye pulperías, bodegas, abastos, ventas ambulantes, quioscos, mercados públicos y privados, entre otros, en donde se comercializan alimentos perecederos (carnes, pescados, quesos, lácteos, frutas, verduras, hortalizas), así como también, no perecederos (enlatados, productos deshidratados, pastas, entre otros).

En general la gente más pobre se sirve de los mercados tradicionales, mientras los de mayores ingresos acuden al circuito superior alimentario. No obstante, los grupos sociales de ingresos medios muchas veces acuden a los mercados de alimentos frescos del circuito tradicional, en virtud de los menores precios y la calidad orgánica.

V. Importancia de los Mercados Tradicionales de Alimentos en las ciudades.

El término de comercio tradicional se utiliza en la actualidad en contraposición al comercio moderno y las nuevas fórmulas comerciales (Cuadro 1). El concepto de comercio tradicional se asimila en muchas ocasiones a un comercio primitivo y anticuado que sigue subsistiendo profusamente y cuya característica más relevante consiste en la imposibilidad del acceso directo a la mercancía por parte del comprador.

Con relación a este tipo de comercio, Martínez, *et al.* (1997) indican que este se corresponde fundamentalmente con una forma de compra-venta en la que se da una intensa relación entre vendedor y cliente, de forma que este tiene

que demandar su necesidad y es asesorado directamente por el vendedor en el modo de satisfacerla. Esta relación suele producirse en locales de pequeña dimensión, ubicados en los entornos residenciales de las poblaciones, que están administrados directamente por sus propietarios.

Fernández (2008) define el comercio tradicional de alimentos como aquel establecimiento que posee una superficie de venta menor a 100 m², en donde se emplea a no más de dos (02) personas, funciona bajo una estrategia de venta tradicional, posee escaso equipamiento tecnológico (cajas registradoras, scanner, equipos de refrigeración, y otros), la formación educativa de las personas involucradas es muy baja. Esta forma de comercio no se encuentra registrada bajo alguna forma jurídica, su aprovisionamiento se da por medio de mayoristas, y trabajan de forma independiente.

Puntualmente, los mercados tradicionales serán la clave para el presente estudio, por ser los lugares donde domina la comercialización de productos frescos o perecederos, específicamente, frutas, hortalizas y verduras. En consecuencia se excluyen pulperías, bodegas, abastos, ventas ambulantes y quioscos,

Los mercados tradicionales de alimentos frescos o perecederos pueden ser formales, una vez que cuentan con estructuras permanentes para el desarrollo de la actividad comercial, de carácter público o privado y algunos de ellos poseen algunos elementos modernos de organización y/o funcionamiento, o informales, cuya localización se corresponde generalmente con espacios abiertos, en los laterales viales, de tamaño y forma variable de acuerdo a las características del sitio, la organización interna del mercado y, su condición legal, se puede agregar además que son causa frecuente de congestión y de tráfico en los centros urbanos.

El sector tradicional, especialmente en las ciudades latinoamericanas aumenta su participación en la estructura de comercio urbano de alimentos,

a pesar de los procesos modernizadores que tienen lugar en las ciudades. Sobre esta idea, Argenti (2000) afirma que el formato comercial tradicional se mantuvo e incrementó a partir del año 2000 debido, entre otras causas, a las constantes crisis económicas que trascendieron en la mayoría de las ciudades latinoamericanas.

	Tradicionales	Modernos
Mercados Minoristas donde domina la comercialización de productos frescos o perecederos	1)-Normalmente funcionan en espacios públicos no aptos para la actividad comercial. Algunos son de carácter espontáneo.	1)- Funcionan en instalaciones privadas o públicas diseñadas para tal fin.
	2)-El gobierno local no tiene mayor participación en su planificación y/o financiamiento.	2)- El gobierno local financia en algunos casos la construcción de las instalaciones. Posteriormente recauda impuestos.
	3)- Demuestra un nivel de organización débil entre los comerciantes.	3)- Los comerciantes están organizados internamente.
	4)- Poca o nula inversión privada para el funcionamiento en conjunto.	4)-Los comerciantes invierten para mejorar el funcionamiento del mercado.
	5)- Carecen de servicios, instalaciones públicas y equipamiento (Agua potable, electricidad, áreas de estacionamiento, áreas para la carga y descarga de mercancías).	5). Cuentan con servicios públicos y poseen el equipamiento necesario para la conservación de los productos. Existen áreas de estacionamiento y para la descarga de mercancía.
	6)-Funcionan algunos días a la semana. (Uno, dos y hasta tres días a la semana).	6)- Funcionan diariamente.
	7)-Emplea a pocas personas (1 ó 2 personas como máximo).	7)- Emplea a 1 ó 2 personas.
	8)- La forma de pago es de contado.	8)- La forma de pago puede ser de contado y/o por medios electrónicos.
	9)- Se surten directamente de pequeños productores y el aprovisionamiento de productos es variable en el tiempo.	9)-El aprovisionamiento de productos es periódico y pueden involucrarse algunos intermediarios.

Cuadro 1. Mercados Públicos y Modernos. Características

Fuente: Elaboración propia, a partir de revisión de Díez de Castro y Landa (1996), Argenti (2000) y Fernández (2008),

La FAO (2010) indica que el sector tradicional de venta de alimentos al por menor continúa dominando los mercados de las ciudades en los países en vías de desarrollo, desempeñando una función esencial como distribuidor de alimentos en las zonas urbanas y como generador de empleo e ingresos para las familias pobres, lo cual lo convierte en un elemento clave para la revitalización de las economías urbanas.

Marrero (1996), en Fernández (*Ob.cit.*), por su parte, afirma que el comercio tradicional tiene una importancia histórica que se puede concretar en la garantía del comercio de proximidad de todo tipo de productos, asegurando así el consumo de la población. A través del tiempo, éstos han sido un factor básico del desarrollo de las ciudades cuando no directamente la causa de su creación. Por lo tanto se constituyen en elementos esenciales para el mantenimiento de los centros urbanos, poseen capacidad para generar empleo, representan un apoyo fundamental al sector turístico, afianzan la cultura y la forma de vida de la sociedad.

En España existe una considerable cantidad de investigaciones sobre estos mercados (también llamados mercados municipales), muchas de estas publicadas por universidades e investigadores a través de MERCASA, empresa que dirige el Estado y que se encarga de promover y gestionar complejos de distribución mayorista y minorista de alimentos, así como los servicios de logística en todo el país. Una muestra de ello, son los trabajos realizados por Gordón (2010), estas investigaciones hacen énfasis en la importancia a nivel local de los mercados, como canal de distribución de alimentos frescos o perecederos que mantienen su cuota de participación en el mercado al detal, y en la necesidad de mejorar su funcionamiento como elementos que dinamizan y renuevan los espacios urbanos.

En relación a los mercados municipales de las principales ciudades de España, y específicamente en la ciudad de Barcelona, Tarrago (1997) señala

que fundamentan su poder en la configuración de la centralidad comercial local y en su capacidad de liderar los canales de distribución de productos frescos (o perecederos) en la alimentación. Este tipo de comercios corresponde con una determinada forma de asentamiento urbano y, más en concreto, con la densidad y distribución de la población en términos de habitantes por superficie. Por ello indica que la ciudad dispersa y difusa difícilmente posibilita mercados municipales porque éstos suponen proximidad y alta densidad de relaciones y contactos.

De la misma forma, según su carácter emblemático o su obsolescencia relativa, los mercados municipales configuran su importancia en el contexto urbano ejerciendo además de la centralidad en el comercio, una función social, en caso contrario, son los supermercados (o las formas modernas de comercio de alimentos) los que resultan en ventaja, pues adquieren mayor vinculación con los consumidores urbanos. Además, por la naturaleza de los productos que se comercializan y los hábitos de compra de este tipo de productos se genera una dinámica asociada con las compras diarias, interdiarias, y/o semanales. Estas visitas han adquirido paulatinamente un carácter lúdico para los consumidores, hecho que le concede mayor importancia a los espacios en cuestión.

En la mayoría de estas ciudades, sin embargo, este sector presenta serias deficiencias, en cuanto a localización, organización interna, funcionamiento, desempeño económico y ambiental, así como también en la vinculación con los centros de producción agrícola. Gordón, *et al.* (2001) señalan la necesidad de adaptación del tradicional funcionamiento de los mercados a las nuevas exigencias de la demanda que contemplan: la modificación de los horarios para facilitar el acceso a la mujer incorporada al mundo laboral, remodelación de las estructuras físicas para mejorar los accesos, dotación de servicios complementarios, zonas de estacionamiento, nuevas formas de pago, de comercialización y promoción (marketing urbano) para lograr un

mayor acercamiento a la clientela (muchas veces vinculada al turismo), servicios de reparto a domicilio, entre otras. En estas ciudades, los mercados se reaniman a la luz de las nuevas tendencias y nuevas estrategias de comercialización, hecho que los transforma en elementos dinamizadores de las economías urbanas.

Estos elementos, desde el punto de vista de la planificación urbana, proporcionan a este sector de la economía, un nivel de complejidad importante, constituyendo un punto vulnerable que debe ser atendido por los planificadores y/o los gobiernos locales.

En el caso mexicano, el *tianguis* es el mercado tradicional que ha existido en Mesoamérica desde la época prehispánica, y que ha ido evolucionando en forma y contexto social a lo largo del tiempo. Las transacciones se efectuaban principalmente mediante el trueque o mediante semillas de cacao, como dinero mercancía, en ciudades que tenían importancia como Huejotzingo, Tenochtitlan, Texcoco, Tlaxcala y Xochimilco.

Hoy en día, *tianguis* es el mexicanismo utilizado para designar un mercado público ambulante que se instala en las calles de una ciudad y constan de decenas o centenas de puestos individuales que expenden frutas, verduras, especias y otros alimentos de la temporada. Igualmente, se venden otros productos como telas, ropa, medicamentos tradicionales o hierbas medicinales, flores, animales vivos (para ser mascotas, o para el sacrificio y posterior consumo).

En el caso de Chile los mercados populares son conocidos como ferias libres, que tienen más de 200 años de tradición. En general, están conformadas por 50 a 200 comerciantes que se agrupan en un centro comercial itinerante en la calle, son instaladas en la mañana y se desarman en la tarde. En el caso de Perú existen cerca de 2.000 mercados, mercadillos y paraditas de alimentos frescos que logran abastecer las dos terceras partes

de alimentos que el Perú consume (CEPAL, 2013). Por su parte, en la ciudad de Bogotá, Colombia, se registran un total de 44 plazas de mercado, entre públicas y privadas, en las que se comercializa una gran variedad de frutas, verduras, granos y hortalizas, al igual que en la mayoría de ciudades.

En Venezuela, es importante hacer referencia al desarrollo histórico de los mercados públicos que hace Medinaceli (1995) Allí se hace referencia a los registros que existen desde la época de la colonia sobre el abastecimiento de alimentos en las ciudades, donde de acuerdo con las Leyes de Indias, se estructuró lo que sería el modelo de organización de la ciudad hispanoamericana. En dichas ordenanzas, se establecía que la ciudad debía comenzar a partir de la Plaza Mayor, de manera que pudiera desarrollarse en forma regular, de damero o en cuadrículas. En los alrededores de la Plaza Mayor se establecerían las funciones religiosas, militares, político-administrativas y de comercio de mayor importancia para la Corona, sin embargo, en sus inicios, en la Plaza Mayor “ciertos días (los domingos generalmente) a determinadas horas, era el lugar de encuentro de productores y consumidores para realizar mercado (...) era el primer centro abastecedor en la mayoría de las ciudades”.

Como una de las atribuciones que se establecen en las medidas en torno a la organización, estructura y funcionamiento del abastecimiento de alimentos en las ciudades, a finales del siglo XVIII, el cabildo debía garantizar el suministro de alimentos en la ciudad: “entre sus funcionarios estaban los ‘regidores’ cuyas funciones se vinculaban directamente con el abastecimiento de los mercados, vigilancia de las pesas, tasación de los artículos de primera necesidad, así como el control sobre las actividades económicas”.

Para la época, continúa el autor, las plazas se caracterizan por congestionamiento, insalubridad, incumplimiento de las ordenanzas y la

inseguridad, “problemas que muy probablemente irían presentándose en otras ciudades en la medida en que éstas aumentasen su tamaño y población”. Igualmente, señala que estas mismas condiciones se presentaron durante todo este periodo, hasta la llegada de la República, en donde el traslado de algunos “ventorrillos” a otras plazas marca el inicio fundamental de la ciudad actual: “descentralizar el comercio detallista, puesto que su función en la ciudad moderna es la de dispersar la oferta”, creándose así varias plazas de mercado y ya no una única ubicada en la Plaza Mayor.

Posteriormente en la Venezuela del siglo XIX como lo menciona el autor, se dirigen una serie de lineamientos para la creación y/o consolidación de los mercados en algunas ciudades. En Valencia el mercado se inaugura en el año 1848 y fue reconocido como el primero y el más importante de la República pues para la fecha “sirve de ornato a la ciudad y al mismo tiempo contribuye notablemente a aumentar los ingresos municipales”. Adicionalmente, en el año 1851 se crea los mercados de Puerto Cabello y La Guaira. Posteriormente, en Ciudad Bolívar se construye un mercado en el 1859. En la ciudad de Caracas, en el gobierno de Guzmán Blanco, en el año 1883 se inaugura el mercado y su estructura continúa mejorándose hasta el año 1895.

Además en el periodo que va desde 1872 a 1875, se construyen los mercados de Turmero, Calabozo, San Fernando de Apure y San Cristóbal. En el año 1881 se inicia la construcción del mercado de los Cien Arcos en Barquisimeto, siguiendo las ideas modernizadoras de Guzmán Blanco, y es en el año 1886, cuando finalmente se inaugura. Para el año 1885, se funda el mercado de Maracaibo, diez años más tarde se inaugura el mercado de Mérida en el marco del Natalicio del Mariscal de Ayacucho, lo que constituyó para García (2006) la consagración del mercado como el lugar más importante de dicha ciudad (Arrieta, 2010).

En el año 1939, en el gobierno de Eleazar López Contreras se presentó la memoria y cuenta del proyecto llamado “Mercados Libres”, por parte del Ministerio de Agricultura y Cría, y sobre la cual Medinaceli (Ob.cit.) refiere:

convencido el Despacho de que un medio eficaz para procurar mayores proventas al agricultor, tanto para abaratar el costo del consumo de los artículos de primera necesidad, es poner en contacto directo al agricultor con el consumidor, suprimiendo así de una forma indirecta la cadena de intermediarios innecesarios entre uno y otro, procedió al establecimiento de mercados libres. Concurren a estos mercados los trabajadores de la tierra y los criadores con sus frutos y ganados, exonerados de antemano de toda clase de impuestos. (...) juntas especiales designadas por los respectivos consejos municipales, ejercen una rigurosa fiscalización, a fin que se cumpla la finalidad perseguida por esta clase de instituciones.

Hasta la fecha se han establecido con la anuencia y cooperación de los respectivos consejos municipales los siguientes mercados libres: Los Teques, Petare, Maracay, Barquisimeto y San Felipe. Se trabaja para establecerlos convenientemente en Caracas, Valencia, El Tocuyo, Valera, Tinaquillo y otros lugares de la República. Pág. 28

En el año 1945 solo existían 15 mercados en el país entre ellos, un nuevo mercado en Mérida, construido en 1942. Para 1954 ya existían 76 mercados, que funcionaban en espacios e instalaciones ya existentes, y se dotaban “si fuese necesario, de mobiliario y equipos para operar con mayor facilidad”, en ésta misma fecha el Ministerio de Agricultura y Cría, en el gobierno de Pérez Jiménez, traspasó tales mercados a cada municipalidad.

A partir de la fecha, cada municipio se encargó de garantizar de manera oportuna el abastecimiento de alimentos frescos, ésta vez, ya no direccionado desde el nivel central, dando lugar a particularidades en la

estructuración del suministro de alimentos de ésta índole en las ciudades venezolanas, hecho que es abordado en el presente trabajo.

Bdigital.ula.ve

CAPITULO III

Marco Metodológico

Para comprender el sistema de comercialización minorista “tradicional” de productos frescos de la ciudad de Mérida, es necesario obtener datos del mundo empírico, que describan la naturaleza de los procesos y respondan sobre cómo se estructuran y funcionan con respecto a los actores sociales involucrados directamente, es el caso de los comerciantes. Sobre la mencionada estructura, en la actualidad, no existen datos cuantitativos que permitan aproximarse a la comprensión de su dinámica, por la propia naturaleza de su funcionamiento. La investigación cualitativa toma importancia por cuanto se pretende conocer la evolución del objeto de estudio y su situación actual, es un modo de encarar el mundo empírico. Strauss y Corbin (2012) establecen que la investigación cualitativa es “cualquier tipo de investigación que produce hallazgos a los que no se llega por medio de procedimientos estadísticos u otros medios de cuantificación. Puede tratarse de investigaciones sobre la vida de la gente, las experiencias vividas, los comportamientos, emociones y sentimientos, así como el funcionamiento organizacional, los movimientos sociales, los fenómenos culturales y la interacción entre naciones”. Balderas (s/f)

Con este enfoque se busca comprender la realidad, recurriendo al entorno en que se desarrollan los fenómenos para realizar la investigación. Emplea estrategias de obtención de información como “la observación, la entrevista, el análisis documental”. Los datos obtenidos con estas técnicas se plasman en textos para ser analizados, sin pretender la generalización de los resultados.

I. Estrategias de investigación Cualitativa.

El modelo de investigación cualitativa es inductivo, pues sigue un diseño de investigación flexible, en donde inicialmente se tienen interrogantes vagamente formuladas y el investigador ve al escenario y a las personas como un todo, analizándolos en el contexto de su pasado y las situaciones actuales en que se encuentran, por ello, este debe interactuar con los informantes de un modo natural, sin tratar de cambiar sus opiniones y partir de allí, tratar de comprender a las personas dentro de su marco de referencia. Este elemento es esencial para experimentar la realidad tal como otros la perciben.

Los métodos cualitativos permiten permanecer próximos al mundo empírico, de esta manera se asegura un estrecho margen entre los datos y lo que la gente realmente dice y hace. Observando a las personas en su vida cotidiana, escuchándolas hablar sobre lo que tienen en mente y viendo los documentos que producen, el investigador obtiene un conocimiento directo de la vida social, no filtrado por conceptos, definiciones operacionales y escalas clasificatorias, puede seguir lineamientos orientadores, pero no reglas.

Según Vélez y Galeano (citados por Cifuentes, 2011) las estrategias empleadas en la investigación cualitativa son:

Etnografía: la investigación etnográfica se ubica en el marco del enfoque histórico hermenéutico, el cual busca conocer la cultura en un contexto específico. Tiene como objetivo describir como unidad de análisis estilos de vida, la cultura, las tradiciones, los roles, los valores y las normas que se van internalizando. Se trata de reconocer la estructura dinámica interna de una cultura, y no solo la estructura física de los elementos, también la organización de esos elementos con su dinámica y significado.

La etnografía se desarrolla mediante observación participante, requiere por parte del investigador, el ponerse en el lugar de otros para conocer lo que sienten y perciben. Dentro de las estrategias de recolección de información se encuentran los diarios de campo y las entrevistas.

Fenomenología: la investigación fenomenológica es la descripción de los significados vividos, existenciales, procura explicar los significados en los que estamos inmersos en nuestra vida cotidiana, el predominio de tales o cuales opiniones sociales, o la frecuencia de algunos comportamientos.

Estudios de Casos: la investigación se orienta a profundizar en casos específicos, y no hacia la generalización, a través de las percepciones del fenómeno social. Es una estrategia de investigación que consta de descripción, interpretación o evaluación de una realidad social particular. Permite conocer relaciones problemáticas y comprender dinámicas sociales particulares relacionadas con factores de riesgo y alternativas de transformación social. Se distinguen, los de tipo descriptivos que solo presentan un informe detallado de un fenómeno, los de tipo interpretativos, que contienen información que permiten desarrollar formulaciones, recoger y conocer información sobre la temática, a los fines de profundizar en el conocimiento. Y por último, los de tipo evaluativos, los cuales explican y emiten juicios sobre el fenómeno estudiado.

Investigación Documental: el trabajo documental no es solo una fuente o técnica de recolección de información, constituye una estrategia de investigación con particularidades propias en el diseño del proyecto, la obtención de información, el análisis e interpretación. Combina fuentes de datos diversos (oficiales o privados) como periódicos, autobiografías, fotografías, entre otros.

Método Biográfico: es el estudio general que se realiza sobre los cambios vitales de personas, familias o grupos sociales. Es un proceso continuo de

investigaciones que se ocupan de capturar el cambio social a través del tiempo, mediante relatos de los informantes.

Los métodos descritos, constituyen el marco metodológico bajo el cual es desarrollada esta investigación, dada la naturaleza de los datos y los objetivos que se persiguen.

Las estrategias de investigación cualitativa se valen de una batería de técnicas, entre las que se pueden mencionar:

La Conversación: a partir de la conversación se puede definir el espacio de interacciones: quiénes son los actores que participan, los escenarios en que se mueven, la temática en torno a la que se va a reflexionar y profundizar. En la concreción del proyecto de investigación se busca avanzar en el intercambio de experiencias e información de manera conversacional, en un modo de actuar reflexivo relacional. La interacción y la conversación permiten construir hipótesis contextuales.

La Observación Participante: Es una técnica que hace posible obtener información del comportamiento de los actores involucrados, para ligar la reflexión teórica y metodológica desde el principio de reflexividad. Implica vincularse con la población por periodos más o menos largos. El observador participa de la vida del grupo, conversando, en contacto con ellos, permitiéndole llegar profundamente a la comprensión y la explicación de su realidad.

En algunos casos, la observación participante, combinada con entrevistas en profundidad posibilita complementar los hechos observados con el discurso oral y establecer relaciones de correspondencia o no correspondencia entre lo que los actores sociales hacen y dicen. Cifuentes (2011: 58)

La Entrevista: es una técnica que se desarrolla a partir de un diálogo, una conversación intencionada, orientada a objetivos precisos. Puede cumplir función de orientación, de diagnóstico o de investigación. Permite acceder a información difícil de observar directamente, se construyen con la participación activa de los entrevistadores y entrevistados. Existen entrevistas estructuradas comunes, que constan de preguntas cerradas y con un mismo cuestionario para todos los entrevistados. Así como, entrevistas semi estructuradas que parten de un guión de temas a tratar, las cuales permiten abordar puntos esenciales relativos al tema central de investigación. Igualmente, se conocen las entrevistas abiertas, que no parten de ningún guión, pues se van organizando las preguntas en la medida del conocimiento progresivo de la temática con las personas entrevistadas.

Tanto la conversación como la entrevista han sido, en este abordaje cualitativo, los instrumentos de recolección de la información que nutren ésta investigación.

II. Diseño Metodológico

Para el logro de los objetivos formulados en esta investigación se consideró el método etnográfico, pues parte del interés se centró en conocer las experiencias, la historia, los comportamientos, las particularidades culturales, de los agentes involucrados en el acto de la compra y venta de alimentos frescos en los mercados de interés. Para conocer el estado actual, funcionamiento, organización interna de dichos mercados y su vinculación con los mercados mayoristas y con las áreas de producción agrícola, se incorporaron nociones del método fenomenológico, empleando como técnicas de investigación conversaciones informales y la aplicación de entrevistas semi-estructuradas.

Adicionalmente, se emplearon métodos cartográficos para la representación espacial de los flujos de comercialización y las áreas de expansión urbana.

El presente estudio no pretende establecer generalizaciones, por lo contrario, busca reconocer la realidad del contexto seleccionado, como un fenómeno peculiar que resulta de la suma de aspectos de diversa índole. Por ello el diseño metodológico para fines de exposición puede presentarse en fases, aunque en la práctica se trata de un proceso no lineal e interactivo.

- a) Localización cartográfica de los mercados minorista populares de alimentos frescos (frutas, verduras y hortalizas), formales e informales de la ciudad de Mérida.
- b) Revisión biblio-hemerográfica que permitió conocer trabajos generales y específicos sobre el tema en estudio.
- c) Diseño de Entrevistas: en el diseño de las entrevistas se consideraron cada uno de los objetivos planteados en el marco de la investigación. A partir de ellos, se formularon preguntas abiertas que respondían a cierta estructura relacional. Se elaboraron dos tipos de entrevistas, el primer tipo dirigida a los comerciantes y el segundo modelo para los transportistas. (anexos n°1 y n°2)
- d) Directorio de Informantes: se realizó una primera visita a cada uno de los mercados seleccionados para reconocer mediante conversaciones informales aquellos comerciantes que por su trayectoria dentro del mercado y por el reconocimiento de los demás miembros del mismo, pudieran ofrecer información relevante a los fines de la investigación. Como resultado se obtuvo el directorio de informantes claves para cada mercado. En el caso de los transportistas la selección se realizó de manera aleatoria, procurando conseguir la información pertinente.

- e) Entrevistas Piloto: al aplicar las primeras entrevistas a los comerciantes fue necesario el reajuste del guion diseñado, pues en algunas etapas, la información suministrada se repetía, prolongando innecesariamente el tiempo de aplicación.
- f) Etapa de Campo: se aplicaron las entrevistas a los comerciantes seleccionados, 16 en total, se registró la información y se realizó la memoria fotográfica. Además fue necesario visitar la Gerencia de Servicios Públicos de la Alcaldía del Municipio Libertador, para complementar la información originada por los informantes seleccionados.

Para aplicar las entrevistas diseñadas para los transportistas, 05 en total, fue necesario dirigirse al mercado mayorista de Las Gonzáles, mercado que surte a la mayoría de los minoristas de la ciudad de Mérida.

- g) Transcripción de entrevistas: cada entrevista se digitalizó, permitiendo tener un registro lógicamente ordenado de la información.
- h) Análisis de resultados: en esta fase de la investigación se procedió a sistematizar la información obtenida en las entrevistas. Luego se generó mediante el software Arc Gis 10.2.2 la cartografía necesaria para realizar el análisis espacial relativo a la clasificación de los mercados, las áreas de expansión y/o crecimiento urbano, así como la manera de organización de los flujos de mercancía desde las áreas de producción agrícola y los centros de comercialización.
- i) Síntesis Interpretativa: se clasificaron los mercados de acuerdo a características comunes. Luego la importancia de los mercados en

relación con el crecimiento, expansión física y la complejización de las funciones de la ciudad de Mérida. Seguidamente, el diagnóstico de la estructura de comercialización condujo a señalar las oportunidades y las amenazas, fortalezas y debilidades con respecto a su localización y funcionamiento.

- j) Algunas propuestas de acción en el contexto urbano. Se esbozan en esta fase de la investigación algunas sugerencias para el mejoramiento de la estructura de comercialización de alimentos frescos en la ciudad de Mérida que contribuyan a optimizar este servicio y el funcionamiento urbano.

Bdigital.ula.ve

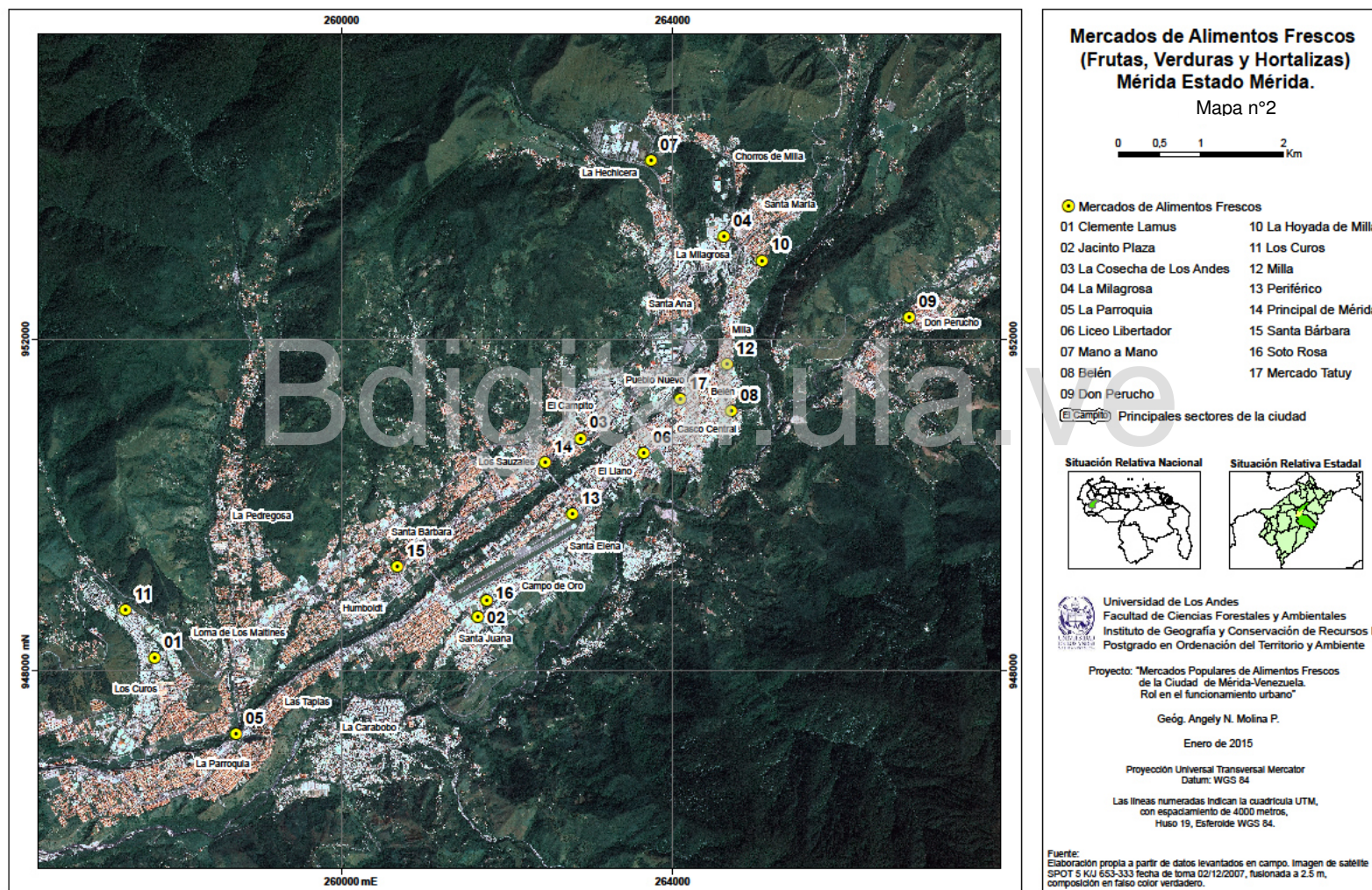
CAPITULO IV

Mercados populares de productos frescos de la ciudad de Mérida.

Los mercados populares de alimentos frescos seleccionados en este estudio totalizan 17, de los cuales 8 son privados y 5 son públicos localizados según un patrón espacial disperso en la ciudad (mapa n° 2 y cuadro n° 2).

Bdigital.ula.ve

Mapa 2. Distribución Espacial de los Mercados de Alimentos Frescos de la ciudad de Mérida. 2015



Cuadro 2. Clasificación de los Mercados Populares de Productos Frescos de la Ciudad de Mérida

TIPO		MERCADO	FUNCIONAMIENTO	ADMINISTRACIÓN	AÑO DE FUNDACIÓN	LUGAR DE ABASTECIMIENTO	ALCANCE
Mercados Públicos	Formales	Mercado Periférico	Diario	Municipal	1954	Mercado Agrícola Mayorista Las González	Local
		Mercado Clemente Lamus	Diario	Municipal	1983	Mercado Agrícola Mayorista Las González	Local
		Mercado Jacinto Plaza	Diario	Municipal	1976	Mercado Agrícola Mayorista Las González	Local
	Itinerantes	Mercado Soto Rosa	Semanal	Municipal	1978	Mercado Agrícola Mayorista Las González	Metropolitano
		Mercado La Milagrosa	Semanal	Municipal	1986	Áreas de Producción Local	Local
Mercados Privados	Consolidados	Mercado Principal de Mérida	Diario	Privado	1987	Mercado Agrícola Mayorista Las González	Metropolitano
		Mercado Tatuy	Diario	Privado	1992	Mercado Agrícola Mayorista Las González	Local
	Mercados de Reciente Surgimiento	Mercado Cosecha de Los Andes	Diario	Privado	2012	Mercado Agrícola Mayorista Las González	Local
		Mercado La Parroquia	Diario	Privado	2008	Mercado Agrícola Mayorista Las González	Local
		Mercado Santa Bárbara	Semanal	Privado	2011	Mercado Agrícola Mayorista Las González	Local
		Mercado Libertador	Semanal	Privado	2013	Áreas de Producción Regional	Local
		Ferías Móviles	Ocasional	Privado	2014	Áreas de Producción Regional	Local
		Mercado Mano a Mano	Quincenal	Privado	2010	Áreas de Producción Local	Local

Mercados Públicos

La Alcaldía del Municipio Libertador, administra y regula el funcionamiento de dichos espacios mediante la *Ordenanza sobre el Funcionamiento de los Mercados Municipales en el Municipio Libertador del Estado Mérida*, publicada en Gaceta Oficial Municipal Extraordinaria nº 18, año V, 2013.

Tales mercados funcionan de manera formal en instalaciones que fueron construidas para la actividad comercial. En estos lugares se expende frutas, verduras y hortalizas, sin embargo hay otros locales que se especializan en la venta de víveres, granos, productos de limpieza, así como también quincallerías, panaderías, abastos, y papelerías.

En la categoría de mercados públicos de productos frescos entran los siguientes establecimientos: Clemente Lamus, Periférico, San Jacinto, Soto Rosa y La Milagrosa. A pesar de que este último, a diferencia de los demás, aun no es administrado por la municipalidad, sin embargo, desde hace algunos meses, los comerciantes que pertenecen a este mercado, han solicitado la gestión de la Alcaldía por los numerosos problemas que presentan. Es necesario entonces, realizar una caracterización atendiendo a las particularidades de éstos.

1) Mercado “Don Clemente Lamus”.

Se ubica en la parte media del sector Los Curos, Parroquia J.J. Osuna Rodríguez. Fue inaugurado en el año 1982, “durante el gobierno de Luis Herrera y Rondón Nucete”. (Sr. Omar, 06 de Noviembre de 2014), pero entró en funcionamiento en Marzo de 1983.

Sobre su origen, un informante señala:

Este lugar era un terreno vacío, cerca estaban los estacionamientos de los edificios. Al principio nos dieron los

locales para que la gente trabajara, pero la gente se iba...no los querían. Al principio, esto era solo, no se vendía, había muchos locales vacíos, nosotros nos cambiábamos de local sí queríamos. (Sra. Ligia, 06 de Noviembre de 2014)

❖ Caracterización Física y Funcionamiento:

Según ordenanza publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria nº 26, año 2006, el mercado es una edificación conformada:

por la planta baja y el primer piso. La planta baja se destina para la venta de: verduras, frutas, granos, víveres, flores, cafetines, foto-estudio, quincalla, productos genéricos, loterías, papelería, revistas y periódicos, discos, carnicerías, pescaderías, costureras, tapicerías, prendas de vestir. El primer piso de este mercado se destina para: gimnasio, farmacia, laboratorio popular, servicio médico popular, cyber, artesanía, abasto. Está constituido por 6 locales comerciales. En las áreas adyacentes al edificio del mercado existen otras instalaciones donde funcionan: radio técnico, ferretería, internet, odontólogo popular, taller de costura, venta de estampas y santos, velones, electrónica, arreglos -remiendos, lubricantes, carnicerías, y 2 puestos para la vigilancia. El estacionamiento está dividido en dos partes de la siguiente manera: Estacionamiento 1: de uso diurno y nocturno para público general del mercado constituido por 86 puestos.

Estacionamiento 2: formado por un área general sin divisiones de puestos y para ser usado para carga y descarga.



Figura 5 Mercado Don Clemente Lamus

El mercado funciona de lunes a sábado en un horario comprendido entre las 7:00 am y 5:30 pm, y los domingos desde las 7:00 am hasta las 12:00 m. De acuerdo a los comerciantes entrevistados, el mercado se encuentra en buen estado de conservación, posee instalaciones sanitarias suficientes y en buenas condiciones. Cuenta con instalaciones eléctricas, agua potable, área para las labores de mantenimiento y un lugar para la disposición de desechos sólidos.

La alcaldía se encarga de la limpieza del lugar, así como de la regulación de las actividades que se llevan a cabo en el mercado, para ello cuentan con personal de limpieza, vigilantes, supervisores y un regidor, quien es la autoridad dentro del mercado.

❖ Comercialización de Productos Frescos.

Para el abastecimiento de productos agrícolas, en la actualidad los comerciantes deben trasladarse hasta el Mercado Agrícola Mayorista de La González, sin embargo, recientemente, cada dos o tres días prefieren pagar a los transportistas para el traslado hasta el mercado, pues les resulta complicado dirigirse personalmente hasta el mayorista, considerando la distancia y la imposibilidad de viajar en vehículo propio.



Figura 6. Mercado Don Clemente Lamus. Productos Frescos

Para la compra de mercancía, los comerciantes y los consumidores hacen el pago de contado, a pesar de mantener relaciones de proximidad durante un largo periodo de tiempo.

En este mercado son frecuentes las compras diarias y semanales, los principales clientes son los habitantes de las zonas adyacentes, sin embargo, los comerciantes manifiestan que el mercado en los últimos meses ha tomado importancia, pues recibe mayor cantidad de personas, proveniente de un perímetro más amplio, conformado por otros sectores residenciales como La Mata, La Mara, Campo Claro, por ejemplo.

2) Mercado Periférico.

El Mercado Periférico se localiza en la calle 39 con avenida Gonzalo Picón, Gutiérrez de la Parroquia El Llano, Municipio Libertador. Fue fundado en el mes de Octubre de 1954.

❖ Caracterización Física y Funcionamiento

De acuerdo con la ordenanza publicada en el año 2006, el mercado

Está conformado por la planta baja y el piso primero del mercado. La planta baja se destina para la venta de: verduras, frutas, granos, víveres, cafetines, panadería, charcutería, carnicería, pescadería, cocinas, quincallería, artesanías, hierbas, plantas y está constituida por 43 locales comerciales. El piso primero del mercado se destina para peluquería, costureras y allí se expenderá comidas preparadas en las cocinas ubicadas en este nivel. Está constituido por 14 locales comerciales

Es un mercado formal, la edificación está dotada con paredes y techo de concreto. Como lo describe la ordenanza, consta de un piso y un anexo con planta baja y el primer piso, donde funcionan las cocinas. Cuenta con servicio de agua potable en algunos locales, posee área de servicios, estacionamiento para clientes y/o proveedores e instalaciones eléctricas, sin embargo éstas no son suficientes y algunos locales han realizado conexiones informales.

Con relación a las instalaciones sanitarias, los informantes señalan que se encuentran en mal estado y les son insuficientes. Asimismo, que las instalaciones del mercado se han deteriorado progresivamente. Uno de los mayores problemas radica en las importantes filtraciones que presenta el techo, por lo que esperan que la Alcaldía se sensibilice ante su situación. Además, el mercado carece de un área para la disposición de desechos sólidos, por lo que deben mantener la basura en sus locales hasta el día que los camiones de recolección de basura cubren la zona. La limpieza del mercado la realiza el personal de la alcaldía, sin embargo, los espacios, durante las visitas realizadas, se muestran sucios y desordenados.

Como resultado de las visitas y las entrevistas realizadas, de manera general, se puede decir que la asociación de comerciantes demuestra una débil organización para actuar en pro del mantenimiento de la edificación.



Figura 7. Mercado Periférico

❖ Comercialización de Productos Frescos

El mercado Periférico cuenta con carnicerías, pescaderías y mini abastos donde predomina la venta de víveres y artículos de limpieza. Además se conservan algunos locales que se encargan de la venta de frutas, verduras y hortalizas, sin embargo, éstos han sufrido transformaciones, pues tal y como lo señalan los comerciantes, el mercado ya no se especializa en la venta de éstos, como otrora.

Antes había más ventas de verduras y hortalizas. Yo llegaba a comprar semanal 300 kg de lechosa, ya ahorita solo 20 kg y eso a duras penas. Cuando quitaron el mercado mayorista, se puso más difícil, porque ahora hay que pagar flete, y los precios

han aumentado demasiado” (Sra. Candelaria, 07 de Noviembre de 2014)

El testimonio de los comerciantes refiere la necesidad de recurrir a los intermediarios para abastecer sus locales, ya que no cuentan con los recursos para movilizarse hasta el lugar de venta al mayor. Como ocurre en la mayoría de los mercados, los comerciantes no tienen la posibilidad de comprar directamente al agricultor, pues sólo algunos se encuentran en el mercado mayorista, aunque predominan los intermediarios (revendedores y/o camioneros).

En cuanto a la forma de pago tanto a proveedores, como por parte de la clientela, en este lugar, predomina el pago de contado. Los comerciantes manifiestan no mantener relaciones de cercanía con los clientes, de hecho sus clientes provienen de los sectores aledaños, pero aseguran recibir clientes de sectores alejados y algunos temporadistas.

3) Mercado Jacinto Plaza:

Se localiza en la esquina de la calle que conduce al Estadio Guillermo Soto Rosa y la avenida Humberto Tejera, Parroquia Domingo Peña, del municipio Libertador. Fue fundado en el año 1976, como una iniciativa para reubicar algunos comerciantes de frutas, verduras y hortalizas que se encontraban trabajando en las calles alrededor del mercado periférico, luego de la quema del mercado principal, ubicado en el centro de la ciudad.

De acuerdo a lo que señala la ordenanza 2006 del municipio, sobre la organización y funcionamiento de los mercados municipales, el mercado Jacinto Plaza se constituye por:

...aleros de 2 corredores laterales con 186 locales para puestos fijos y 164 toldos. En los puestos fijos se venden: verduras,

frutas, carnicería, cafetines, restaurant, víveres, abastos, plantas e hierbas. Los 164 toldos se destinan para la venta de: verduras, frutas, quesos, hilos, flores, plantas, hierbas, pescados, quincalla, ropa, (con 2 baños, 1 para damas y 1 para caballeros) y las áreas para depósitos de basura.

Los materiales de construcción de cada corredor son similares, cuentan con estructuras metálicas, separaciones de bloque y cemento, y techos de zinc. Hace unos años, la alcaldía realizó trabajos de mantenimiento sobre las estructuras, que se encontraban deterioradas.

❖ Organización y Funcionamiento

El mercado funciona de lunes a domingo, desde las 7:00 am hasta las 5:00 pm, a excepción del día domingo, en el que funciona hasta las 12:00 am. Al igual que los mercados anteriormente señalados, el personal dependiente de la alcaldía se encarga de la limpieza, vigilancia y control de las actividades que se desarrollan en el mercado.

Este mercado cuenta con dos instalaciones sanitarias, que se encuentran en buen estado, gracias a las recientes reparaciones. Posee servicio de agua potable, sin embargo el suministro no se hace directamente a los locales. Los locales no cuentan con equipos de refrigeración y sólo algunos tienen conexiones a electricidad. No posee áreas de estacionamiento para clientes y/o proveedores.

❖ Comercialización de Productos Frescos

El mercado mantiene un número importante de ventas de frutas, verduras y hortalizas, aunque hay cafetines, restaurantes y mercería.

Para su abastecimiento, se sirven igual que en los mercados señalados anteriormente, de transportistas que se encargan de movilizar la mercancía hasta sus locales. La frecuencia de compra varía de acuerdo a la demanda de productos, normalmente lo hacen dos o tres veces por semana.



Figura 8. Venta de Productos Frescos. Mercado Jacinto Plaza

Los comerciantes señalan que en las puertas de acceso así como también en las calles aledañas al mercado, los días en los que funciona el Mercado Soto Rosa, se congestionan por la presencia de numerosos comerciantes, que al igual que éstos, comercializan frutas, verduras, hortalizas, dificultando las ventas en las instalaciones.

A pesar de esto, los días en los que no funciona el mercado Soto Rosa, el mercado Jacinto Plaza sirve a las comunidades de sectores tales como Santa Juana, Santa Mónica, La Kennedy, entre otras, para las compras diarias de alimentos.

4) Mercado Soto Rosa. Origen

A diferencia de los otros mercados gestionados por la alcaldía, el Soto Rosa es un mercado semanal, que funciona a cielo abierto. Se localiza en la

Parroquia Domingo Peña del Municipio Libertador, específicamente en el Estacionamiento del Estadio Guillermo Soto Rosa. Además comprende, de acuerdo a las ordenanzas municipales, *“la calle adyacente al estacionamiento por la parte norte y la calle adyacente al estacionamiento, el Estadio Libertador y el Gimnasio 9 de Octubre”*.

Se originó a raíz de la apertura del Mercado Jacinto Plaza, en donde la alcaldía trato de reubicar una cantidad importante de comerciantes que se encontraban deambulando por las calles del centro y en las adyacencias del periférico. De acuerdo al testimonio de algunos de los comerciantes que hoy en día aún se encuentran en el mercado, este surgió aproximadamente en el año 1978, debido a que el Mercado Jacinto Plaza era poco conocido y los comerciantes optaron por salirse hasta el estacionamiento, donde eran más visibles. Al respecto una informante señala:

Nosotros vendíamos afuera del periférico, luego nos cambiaron al Jacinto Plaza. El mercado era muy pequeño y la gente no compraba ahí, entonces nos salimos al estacionamiento. Poco a poco la gente se fue saliendo. Y después llegaron más. Éramos como 100, ya hoy somos casi 700 (Sra. Nelly, 07 de noviembre de 2014)

Paralelamente, desde la alcaldía surge la idea de crear un mercado donde los productores agrícolas pudieran comercializar sus productos. Desde este organismo se plantea promover el mercado durante un único día a la semana, así se gestionó y funcionó con alrededor de 100 comerciantes, donde predominaban los productores agrícolas, sin embargo, participaban revendedores, que se surtían en el mercado mayorista que funcionaba en el Mercado Principal. Fue a partir del año 1985 cuando los productores comenzaron a retirarse del mercado porque muchos no tenían productos para comercializar todas las semanas y fue cuando el mercado comenzó a cambiar. Para el año 1990, el mercado ya agrupaba alrededor de 400

comerciantes, todos organizados por carriles, con puestos enumerados y registrados por la municipalidad.

❖ Organización y Funcionamiento.

El mercado comprende 634 puestos y cada comerciante debe tener un permiso otorgado por la municipalidad, por el cual cancelaran un impuesto que varía de acuerdo al tamaño del puesto, 0,17 unidades tributarias para puestos menores a 10 m², que se corresponde con 21,59 Bs, hasta 2 unidades tributarias (254 Bs), los puestos o locales de más de 20 m². Los comerciantes no tienen contrato de arrendamiento, porque están ubicados en un espacio público. A diferencia de los comerciantes de los mercados Clemente Lamus, Periférico y Jacinto Plaza, que trabajan en instalaciones formales.

El Departamento de Mercadeo y Abastecimiento, de la Gerencia de Servicios Públicos, es quien regula, a través de un regidor y dos supervisores, el funcionamiento del mercado y la organización física de los locales. Entre sus atribuciones está controlar la aplicación de las medidas sanitarias en cada uno de los puestos, llevar los expedientes de cada uno de los comerciantes contentivos de los recibos de pago y tarjetas de control de asistencia al mercado, pues los comerciantes para ausentarse deben tener causa justificada y presentarla ante tal dependencia, de lo contrario pueden ser sancionados y perder el derecho al puesto dentro del mercado.



Figura 9. Puesto de Venta. Mercado Soto Rosa

Los días que funciona el mercado actualmente son los días jueves, viernes y sábado de cada semana. Sin embargo, los puestos comienzan a ensamblarse los miércoles por la tarde. Los jueves y viernes el mercado funciona desde las 6:00 am hasta las 6:00 pm y los sábados desde las 6:00 am hasta la 2:00 pm aproximadamente. La mayoría de los comerciantes pernoctan cada semana dentro del mercado durante la noche del miércoles, jueves y viernes. Ya que se trasladan desde otros lugares como Mucunután, Tabay, Lagunillas, San Juan, La Trampa, entre otros. Es uno de los pocos casos que revela la interacción directa comerciante-productos agrícola.

Por razones de seguridad, la asociación de comerciantes contrata vigilancia privada para resguardarse durante las noches. Además, es la asociación quien contrata el personal de limpieza, y los camiones que se encargan del traslado de los desperdicios del mercado. El mercado no cuenta con instalaciones sanitarias, agua potable, electricidad y tampoco cuenta con suficientes áreas de estacionamiento.

Por otra parte, de acuerdo a entrevista sostenida con la directora del Departamento de Mercadeo y Abastecimiento, sobre la situación actual del mercado, la funcionaria sostiene que hay serios problemas internos en el mercado, vinculados con alcoholismo, drogas, inseguridad, violencia, entre otros. A su vez, manifiesta su preocupación por la cantidad de menores de edad que acuden con sus padres durante los días de mercado, sin poder acudir a la escuela y se exponen a vicios de diversa naturaleza. Igualmente, la informante señala que en el mercado no pueden acceder los cuerpos de seguridad del estado, pues los comerciantes se muestran a la defensiva y constantemente los funcionarios de la alcaldía son víctimas de graves amenazas.

❖ Comercialización de Productos Frescos.

Al igual que los otros mercados, la mayoría de los comerciantes de abastecen en el Mercado Mayorista de Las González, unos se dirigen por sus propios medios, otros recurren a los transportistas y pagan flete. Por otra parte, aún existen algunos productores que comercializan sus productos directamente en el mercado, sin embargo, son pequeños y/o medianos productores que complementan los productos para la venta, comprando en el mercado mayorista. Igualmente, en el mercado existe un carril en donde se ubican “los parameros” que son pequeños productores que tradicionalmente bajan desde Mucuchíes, Pueblo Llano, Mucurubá o Santo Domingo, el día sábado exclusivamente. Estos productores manifiestan dificultad para asistir cada semana al mercado, al respecto un entrevistado indica:

A veces no tenemos productos para vender, porque estamos sembrando o esperando la cosecha, entonces la gente se quiere agarrar el lugar... (Sr. Antonio, 08 de Noviembre de 2014)



Figura 10. Productos Frescos. Mercado Soto Rosa

En cuanto a los consumidores que asisten a este mercado, en general, se pudo verificar que estos proceden de diversos sectores de la ciudad de Mérida, así como de Ejido, Municipio Campo Elías, y de Tabay, Municipio Santos Marquina. La forma de pago empleada en este mercado es de contado y en efectivo, pues los comerciantes no tienen puntos de pago electrónico. Los consumidores indican la preferencia por este lugar de compras y no por otros, porque conservan la idea de que este es un mercado agrícola, que ofrece gran variedad de productos frescos a un buen precio, en especial los días sábado luego de las 12:00 m aproximadamente, que es el momento cuando los comerciantes bajan sus precios para vender toda su mercancía. Sin embargo, para los comerciantes, esto representa pérdidas económicas.

5) Mercado La Milagrosa.

Es un mercado itinerante que funciona en la calle que comunica al sector La Milagrosa con los Chorros de Milla, en la Parroquia Milla, del Municipio Libertador. Se estableció en el año 1986, luego de que un grupo de

comerciantes que originalmente estaban en el mercado Soto Rosa, decidieran reubicarse, por la amplia competencia que había en dicho mercado, y se asociarán bajo el nombre *Asociación Civil Mercado Campesino La Milagrosa*. Sobre su origen el Sr. Juan relata:

Nosotros, nos salimos del Soto Rosa, yo soy productor, éramos como unos tres o cuatro...nos poníamos en la avenida Universidad, después nos vinimos para acá, y poco a poco fue llegando más gente (08 de Noviembre de 2014).

❖ Organización y Funcionamiento

El mercado funciona los días sábado, desde las 7:00 am hasta las 12:00 m. La mayoría de los comerciantes son productores que se trasladan cada sábado a ofrecer sus productos desde lugares como: Tabay, El Valle, la Mucuy, Mucunután, La Joya, Mucuchíes, Mucurubá, entre otros. Al igual que el mercado Soto Rosa, el mercado La Milagrosa, no posee instalaciones sanitarias y tampoco agua potable. Los comerciantes se sirven de las instalaciones aledañas como restaurantes, casas de familias que alquilan los baños, entre otros.



Figura 11. Puesto de Venta. Mercado La Milagrosa

La asociación de comerciantes solicita el permiso y paga a la Alcaldía un impuesto por desempeñar su actividad. En la actualidad hay un funcionario que intenta velar por el buen funcionamiento del mercado, a pesar de que la municipalidad durante estos años, ha realizado varios intentos por tomar la administración del mercado. Sin embargo, es desde hace dos años, cuando los comerciantes han tenido un acercamiento con la alcaldía en vista de los numerosos problemas que se presentan en sus espacios, tales como desorganización, mala disposición de desechos sólidos en el lugar, delincuencia, entre otros.

❖ Comercialización de Productos Frescos

En este mercado, como se señaló anteriormente, la mayoría de los comerciantes son productores que ofrecen sólo lo que producen. En casos puntuales, algunos de los agricultores compran otros rubros a diversos agricultores de su lugar de origen para complementar su oferta y ofrecer variedad en el mercado. Además, existen unos pocos comerciantes, quienes

al igual que en los demás mercados (Soto Rosa, Periférico, p.e.), acuden al mercado mayorista, para ofrecer alimentos.

El mercado ofrece buenos precios y atiende sectores residenciales tales como: La Milagrosa, Los Chorros, Santa Rosa, San Pedro, Los Chorros, Santa María, y otros.



Figura 12. Mercado La Milagrosa

Mercados Privados Consolidados

1) Mercado Principal de Mérida.

El Monasterio de Las Clarisas fue construido en el año 1819, estaba ubicado en “una casa (...) en la esquina norte de la Plaza Mayor, donde ocupó toda la manzana situada entre las ahora Avenida 2 y 3” (Obediente citado por Arrieta 2010:33). Dicho monasterio fue clausurado cuando las monjas fueron enclaustradas en 1874 y posteriormente demolido. Es precisamente en ese año cuando le es adjudicado parte de ese terreno a la municipalidad de Mérida para el funcionamiento del Mercado. Pero es, en el año 1886, cuando

se comienzan a utilizar las instalaciones inacabadas del Mercado, y es en el año 1895 cuando finalmente se concluye la obra:

su extensión era de 600 m² de zinc, apoyada sobre 44 columnas de madera. Las tres entradas principales estaban en las calles Lora, Lasso e Igualdad. (Arrieta, Ob. Cit.: 34)

Arrieta continua citando a Febres Cordero, el cual explica la importancia histórica del Mercado aunque sin precisar sus inicios: *“desde el establecimiento del Mercado en Mérida, los campesinos se congregaban en los alrededores de la Plaza Mayor para negociar sus productos”*. Para éste último, la actividad del mercado tuvo una importancia social registrada, al menos, desde la segunda mitad del siglo XIX, pues involucraba gran parte de la colectividad y se convertía para muchos en el acontecimiento más importante de la semana (el lunes de cada semana).

La inauguración en 1895 se hizo en el marco del Natalicio del Mariscal de Ayacucho, lo que constituyó la consagración del mercado como el lugar más importante de la ciudad, pues era visto como *una pequeña feria donde lo importante es el encuentro, el regocijo colectivo. El intercambio comercial se considera como algo de segundo orden ‘todos hablamos, nos divertimos y muy pocos compran’*.

La edificación fue reemplazada en el año 1942, con la inauguración de un nuevo mercado, pues el anterior sufrió daños. Este se mantuvo funcionando hasta el año 1987, cuando se destruyó a causa de un incendio, cuyas causas no fueron explicadas, aunque algunas fuentes hemerográficas señalaron en aquel entonces, que el incendio fue intencional, pues se quería trasladar a los comerciantes hacia una nueva sede construida en la avenida Las Américas.



Figura 13 Repudio a la quema del Mercado. (Carmen Martínez, en García et al., 2007)

La posible demolición del antiguo mercado y su traslado hacia otra sede, fue justificada en un estudio del *Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad de Los Andes* en el año 1967, en donde se afirmó que la estructura era antigua e inadecuada, y que el terreno podía tener un uso más acorde a las exigencias del crecimiento urbano de la ciudad.

Ciertamente, los problemas sanitarios y de congestionamiento vehicular en el centro de la ciudad se tornaron más agudos, sin embargo la mayoría de los vendedores se negaban a trasladarse hacia la nueva sede. En medio de tal situación, el mercado se quemó y en el año 1987 fue inaugurado el nuevo Mercado Principal de Mérida.

❖ *Caracterización Física, Organización y Funcionamiento.*

El Mercado Principal de Mérida fue construido por la empresa Termipaca durante los años 1979 y 1984. Se inauguró el día 29 de agosto del año 1.987 y fue en el año 1990 cuando comenzó a funcionar. Se encuentra localizado en la avenida Las Américas con Viaducto Miranda, Parroquia Mariano Picón Salas, del municipio Libertador, del Estado Mérida.

Es un mercado de tipo formal, de carácter privado, el cual se rige por la Ley de Propiedad Horizontal. Para su administración, se conforma periódicamente una junta de condominio, quien se encarga de velar por el correcto funcionamiento así como del mantenimiento de las instalaciones. Consta de tres niveles, con tres módulos por nivel, donde funcionan 440 locales comerciales, de los cuales en la actualidad, solo un 15% aproximadamente, se dedica a la venta de verduras, frutas y hortalizas, y el 85% restante lo constituye la venta de artesanías locales, nacionales e internacionales, textiles nacionales e importados (provenientes de Ecuador, Perú, Colombia, entre otros), restaurantes de comida típica y servicios de diversa índole.



Figura 14. Mercado Principal de Mérida

Al comienzo, en la planta baja del edificio se concentraban los vendedores de productos frescos, que de acuerdo con las personas entrevistadas, oscilaban entre 50 y 60 personas aproximadamente. La mayoría provenientes del antiguo mercado, donde hoy se ubica el Centro Cultural Tulio Febres Cordero. Los comerciantes tuvieron la oportunidad de adquirir el local en el mercado con comodidades de pago, sin embargo, “*el comienzo*

fue difícil, pues las personas no se acercaban a comprar en este lugar” (Sr. Pernía, 04 de Noviembre de 2014)

Desde su puesta en marcha, en los estacionamientos del mercado, funcionaba también el mercado mayorista de Mérida. Allí llegaban los transportistas desde las 5:00 p.m. y durante toda la noche. Esto representó durante muchos años un problema, tanto para los locatarios, pues las instalaciones del mercado no funcionaban adecuadamente, así como para el funcionamiento urbano, ya que era causa de congestión vehicular, focos de inseguridad personal y sanitaria.

...el estacionamiento era solo para los camioneros, siempre se mantenía sucio, y por las noches dormían borrachos en los pasillos... también robaban (Sr. Máximo, 04 de Noviembre de 2014)

Durante el tiempo en que funcionó el mercado mayorista en el estacionamiento del mercado principal, los comerciantes debían comenzar a trabajar a partir de las 9:00 am. El traslado del Mercado Mayorista a Las González, en el año 2013, representó, para los miembros de ésta organización, una acción favorable, pues ahora sus espacios funcionan correctamente y los clientes pueden disfrutar de las comodidades que brinda este centro de comercio. En la actualidad, su horario de funcionamiento está comprendido los días lunes, miércoles, jueves, viernes y sábados, entre las 7:00 am y las 6:00 pm. Los días martes y domingos se encuentra abierto al público desde las 7:00 am hasta las 12:00 m, los martes se lleva a cabo las labores de limpieza del mercado y los domingos por la tarde son las horas de descanso.



Figura 15 Expendio de verduras, frutas y hortalizas. Mercado Principal de Mérida

De manera general, sobre la dotación de servicios, se pudo verificar que algunos locales cuentan con servicio de agua potable, como por ejemplo los cafetines y los restaurantes, sin embargo los locales encargados del expendio de frutas, verduras y hortalizas no cuentan con dicho servicio. A pesar de esto el mercado dispone con un área de servicios común en donde se llevan a cabo las labores de limpieza y mantenimiento.

Las instalaciones sanitarias de este mercado funcionan correctamente, y se distribuyen de manera regular en los tres niveles de la edificación. Posee dos estacionamientos para clientes y transportistas. Cada uno de los locales posee instalaciones eléctricas, pero solo algunos poseen con equipos de refrigeración de tamaño regular, así como también de puntos de pago electrónico.

Los comerciantes que expenden alimentos frescos y preparados se encuentran en la obligación de asistir a charlas de capacitación y certificación

para el manejo adecuado de los alimentos. Estas jornadas, las organiza la junta de condominio vigente.



Figura 16 Expendio de Frutas. Mercado Principal de Mérida

Regularmente son visitados por el cuerpo de Bomberos del Estado Mérida para supervisar la correcta disposición de equipos extintores de incendio y velar por que las salidas de emergencia se encuentren despejadas para prevenir dificultades al momento de un siniestro. Con relación a las áreas de disposición de desechos sólidos, el mercado posee un área destinada para tal fin, sin embargo, en los últimos dos años, el mercado tuvo inconvenientes, por la irregularidad en la recolección y traslado de los desechos, por tal razón los comerciantes organizados a través de su junta de condominio consideraron pertinente costear los gastos por este concepto y así evitar las desmejoras en las instalaciones.

En general, las instalaciones físicas del mercado se mantienen en buen estado de conservación y desde hace algún tiempo se tiene prevista su ampliación con la construcción de un cuarto piso. De las conversaciones establecidas con los comerciantes, se refleja una buena organización interna,

pues manifiestan estar de acuerdo con el cumplimiento de las normas que rigen el mercado:

... aquí la junta de condominio nos supervisa a cada nada. La basura tiene que llevarse en bolsas cerradas porque el aseo no recoge nada que esté tirado en el suelo, todos tienen que mantener el local limpio...así trabajamos (Sr. Máximo, 04 de Noviembre de 2014)

Un elemento que llama la atención en el funcionamiento de este mercado, responde a la inversión sostenida de capital privado individual, para la mejora y la comercialización de productos de calidad, y su organización para realizar mejoras y/o reparaciones a la infraestructura y áreas de servicio.

❖ *Comercialización de Productos Frescos*

En la actualidad, el mercado cuenta con aproximadamente 15 locales dedicados a la venta de productos frescos, sin embargo, algunos puestos son propiedad de un único dueño. Por lo cual, efectivamente existen alrededor de 6 comerciantes de estos rubros. Además, se pudo conocer que los productos comercializados provienen en su totalidad del Mercado Agrícola Mayorista Las González, algunos trasladados por el mismo comerciante, otros hacen la compra personalmente en el mayorista y pagan por traer la mercancía hasta el mercado minorista, hay otros comerciantes que encargan la mercancía a camioneros de su confianza y pagan un flete por el servicio.

La frecuencia para el abastecimiento es variable, incrementándose durante la temporada turística, que representa un beneficio para éstos comerciantes, debido al aumento de la demanda por parte de propios y visitantes. En temporada baja, el surtido de los locales se hace dos o tres veces por semana, siendo los sábados y los domingos los días de mayor venta. En los períodos con más afluencia de visitantes las compras se efectúan hasta cinco veces por semana.

La forma de pago a los proveedores varía de acuerdo a la capacidad económica del comerciante, los puestos más sencillos, obtienen la mercancía a crédito y cancelan a los ocho días. En otros casos, la compra se realiza de contado. Por otra parte, la forma de pago por parte de los consumidores, siempre se realiza de contado, ya que no se generan relaciones de confianza y proximidad en el acto de compra-venta de alimentos, hecho que pudiera vincularse con el alto índice inflacionario de la economía nacional.

Las personas que acuden a comprar los alimentos en este lugar provienen de las cercanías del mercado, pero además de diferentes lugares de la ciudad, debido a la calidad y variedad de productos y servicios que allí se ofertan, así como por la facilidad de pagos electrónicos y carácter emblemático en la ciudad. Además el mercado goza de un buen prestigio entre turistas nacionales y extranjeros que lo hace un punto de visita obligada, ello explica la sustitución del uso de los puestos de comercialización de productos frescos, por los de comercialización de artesanías, dulces típicos y otros rubros codiciados por los visitantes.

2) Mercado Tatuy.

El mercado Tatuy se encuentra ubicado en la Avenida 2 Lora con calle 20 Federación, de la Parroquia Sagrario del Municipio Libertador. Se fundó el 1 de Noviembre de 1992 y está integrado por algunos comerciantes que se encontraban en el antiguo Pasaje Tatuy, ubicado a un costado del antiguo mercado, pero que a raíz de la quema de éste, quedaron deambulando por sus alrededores.



Figura 17. Antiguo Pasaje Tatuy. (Oswaldo Jiménez, 1985. En: García, et al. 2007)

Estos comerciantes pronto se ubicaron en la Plazoleta Colón, propiedad de la Iglesia El Carmen, ubicada en la avenida 4, entre calles 19 y 20, allí funcionó el mercado durante 9 años aproximadamente. Posteriormente, se trasladaron a su sede actual. Sobre cómo surgió refiere una comerciante:

Nació a raíz de la quema del mercado de la 2 Lora. Algunos se fueron al Mercado Principal, pero la mayoría de la gente quedó vendiendo en la calle hasta que por fin se ubicaron en la Plaza Colón. Después llegó una orden de desalojo. Nos desalojó la iglesia. Esto [el mercado] era una casa muy vieja y fea, con monte, muchísimo monte, en el centro había unas matas grandes y había mucha basura. Primero limpiamos el lugar y tumbamos la casa vieja, y poco a poco fuimos ordenando el lugar. En ese tiempo éramos muchos (Sra. Lupe, 05 de Noviembre de 2014).

Así mismo, una segunda informante contribuye con su relato:

A nosotros nos ayudó mucho María Teresa Martínez y su papá, ella era arquitecto y su papá era de platica, ella habló con el papá y nos regaló esto. Era una casa muy vieja, fea, horrible, pero nosotros la tumbamos entre todos, nos organizamos, y nos turnábamos para poder venir y ayudar y al mismo tiempo

vender en la plaza. Hacíamos vendimias, rifas, pedíamos ayuda en las ferreterías para que nos donaran material. Y poco a poco reunimos. La misma arquitecto nos hizo los planos (Sra. Mariana, 06 de Noviembre de 2014).

En sus inicios, el mercado contaba con puestos de menor tamaño y en total agrupaba aproximadamente unos 16 comerciantes, cada uno vendía un rubro específico, siempre verduras, frutas, hortalizas, ramas y flores.

...antes cada uno tenía su local y vendía por rubros. Unos frutas, el otro granos, el otro ramas, otros verduras...y así... (Sra. Lupe, 05 de Noviembre de 2014)

❖ *Caracterización Física, Organización y Funcionamiento*

El mercado Tatuy es un mercado formal, se encuentra registrado como “Asociación de Comerciantes Mercado Tatuy” y se encarga del expendio de productos frescos como frutas, verduras y hortalizas, así como también ramas medicinales, flores, productos naturales, granos, entre otros, además cuenta con un restaurante ubicado en la parte posterior de la estructura.

El horario de funcionamiento es de lunes a sábado de 8:00 am a 6:00 pm, a excepción de los jueves, cuando el mercado funciona desde las 8:00 am hasta las 4:00 pm, porque es el día en el que se realizan las labores de limpieza general.

El mercado tiene 22 años de edad efectiva, sin embargo fue construido atendiendo a las características de las casas antiguas, con paredes de tapia, techo de madera y tejas y piso de caico y cemento rústico. Posee servicios básicos como agua y electricidad y cuatro instalaciones sanitarias en buen estado de mantenimiento. Sin embargo, no posee área de estacionamiento para clientes o proveedores y dada su ubicación en el casco histórico, ocasiona problemas de congestión vehicular. Los locales no cuentan con suministro directo de agua potable, ni equipos de refrigeración, carecen de

áreas de servicio para las labores de limpieza y mantenimiento y no cuentan con áreas para la disposición de desechos sólidos, por lo que cada comerciante debe mantener sus desechos dentro de sus lugares de trabajo y esperar los días de recolección de basura para retirarla.

En general, el mercado mantiene una buena organización interna, pues son los propios comerciantes los encargados de velar por el mantenimiento y funcionamiento del mismo. Se observan niveles importantes de solidaridad y confianza lo que les permite trabajar en conjunto en pro de mantener las instalaciones en buen estado de conservación y ofrecer productos servicios de calidad. Como asociación mantienen códigos y normas que rigen su funcionamiento, al respecto una de las informantes señala:

en este mercado nosotros no podemos vender, alquilar o meter otras personas. Lo dicen los estatutos de la asociación. Esto les quedará a nuestros hijos. Ya hay varios que se han muerto, pero están sus hijos... (Sra, Mariana, 06 de Noviembre de 2014)

Por otra parte, este mercado exhibe rasgos peculiares desde el punto de vista cultural, pues cada año, los comerciantes organizan una celebración en la cual destacan algunos rasgos identitarios propios de la cultura andina:

...el 1 de noviembre de cada año celebramos nuestro aniversario, hacemos una misa y le celebramos el día a Chiguateque manos, que es el Dios Tatuy [danza de alabanza y reconocimiento al Ches, Dios mítico de la Cordillera Andina] , agradecemos por el Sol, la Luna, el Agua y la Tierra, los alimentos...hacemos un desayuno y todos los que vienen comen, luego la misa y después hacemos una procesión hasta Milla, luego venimos y preparamos un sancocho para todos (Sra. Mariana, 06 de Noviembre de 2014)

Y es que, tal y como lo refieren García *et al.* (2007) el principal objetivo de ésta asociación “es promover los principios y valores de las antiguas culturas

andinas precolombinas en base a la Declaración de Principios”. Así como también “desarrollar programas sociales de carácter, artesanal, agropecuario, naturalista, alimenticios, arquitectónicos, culturales, fundamentados en una amplia participación autogestionaria, comunitaria y colectiva de todos sus integrantes”

❖ *Comercialización de Productos Frescos*

En la actualidad, solo existen cuatro puestos donde se venden frutas, verduras y hortalizas. El resto, comercializa ramas medicinales, medicinas naturistas, entre otros productos.



Figura 18. Local de Venta de Productos Frescos. Mercado Tatuy

Los comerciantes se abastecen en un 95% aproximadamente en el Mercado Agrícola Mayorista de Las González, ocasionalmente, solo algunos pequeños productores ofrecen ciertas cantidades de uno o dos productos agrícolas para su comercialización en el mercado. Anteriormente, cuando el mercado mayorista funcionaba en el mercado Principal, los comerciantes acudían directamente al lugar cada mañana a comprar su mercancía.

Nosotros les comprábamos a los camioneros que se paraban cerca del mercado. Algunos productores bajaban y le comprábamos también. (Sra. Lupe. 05 de Noviembre de 2014).

Actualmente, los comerciantes del mercado Tatuy, deben recurrir a los transportistas para abastecerse cada dos o tres días de productos frescos. Ya que no poseen los medios económicos para trasladarse directamente hacia el mercado mayorista, al respecto indican:

...ahora le encargo la mercancía a los mismos que le traen a la señora Lupe. Desde que pasaron el mercado mayorista para las González se ha hecho más difícil cada vez traer mercancía. Me tenía que despertar a las 2 de la mañana, porque yo vivo en la Joya, muy lejos de aquí, para llegar por ahí a las 4:00 am, comprar y subir antes de las 6:00 am, porque si no me agarraba la cola y venía llegando al mercado como a las 10 de la mañana. Y sin contar que en esa carretera me quedé accidentada varias veces, entonces me sale más caro bajar yo misma. Por eso le compro a los camioneros que la suben hasta aquí. (Sra. Mariana, 05 de Noviembre de 2014).

En cuanto a la forma de pago, al comprar la mercancía a los transportistas deben pagar de contado, sin embargo, los pequeños productores acceden a vender a crédito. Por otra parte, el pago que hacen los consumidores, se realiza de contado, pues los comerciantes manifiestan atender una variada clientela, que no pertenece a las inmediaciones del mercado. Por el contrario, el establecimiento recibe a visitantes y consumidores de diversas zonas de la ciudad, pero sobre todo habitantes de Tabay, del Municipio Santos Marquina.

Mercados Privados de Reciente Surgimiento

A partir del año 2008, comienzan a surgir nuevos espacios dedicados a la comercialización de alimentos frescos en la ciudad de Mérida, tal es el caso

del mercado La Parroquia, Santa Bárbara y Cosecha de Los Andes, algunas ferias móviles organizadas por la Dirección de Desarrollo Social y Políticas Integrales de la Gobernación, así como también, otras organizadas por la Gerencia de Servicios Públicos de la Alcaldía de Libertador. Llama la atención algunas ferias móviles que se han establecido como iniciativas privadas, en lugares populosos de la ciudad.

En primer lugar, los mercados de La Parroquia, Cosecha de Los Andes y Santa Bárbara, son modalidades de comercialización diferentes a las tradicionales de carácter grupal. Cuentan con un único dueño que se abastece del Mercado Agrícola Mayorista de las González, a través de medios de transporte privado. En el caso del mercado Cosecha de Los Andes y La Parroquia, el horario de atención al público está comprendido entre las 8:00 am y 12:00 m, 2:00 pm y 6:00 pm de lunes a sábado, y los domingos desde las 8:00 am hasta las 12:00 m.

En estos mercados se contratan de 4 a 5 personas que son las encargadas de descargar la mercancía, exhibirla, vender y empaquetar los productos. Ofrecen la posibilidad de pagar a través de puntos de venta y cerca de sus instalaciones ofrecen servicio de taxis para los clientes.

En segundo lugar, se observan ferias móviles, que se corresponden con otra modalidad de comercialización en las que camiones cargados con productos frescos llegan a la ciudad cada viernes y sábados. Sobre éstas ferias, se pueden distinguir las que responden a operativos sociales como iniciativas planteadas por la Gobernación del Estado y La Alcaldía, las cuales se ubican en sectores populosos de la ciudad, ofreciendo precios solidarios. Su funcionamiento, al igual que la mayoría de los mercados depende del Mercado Agrícola Mayorista de las González, y laboran los sábados desde las 8:00 am hasta las 12m.

Además se lograron identificar otras ferias móviles de agricultores que vienen desde Bailadores, Municipio Rivas Dávila. Es el caso de la feria ubicada en la calle 28, entre avenida 4 y Don Tulio Febres Cordero, en la Parroquia El Llano, del Municipio Libertador.

Asimismo, otras ferias móviles en las que los agricultores movilizan sus productos desde La Grita, Municipio Jáuregui del estado Táchira, se localizan en lugares como Los Curos Parte Alta, (Parroquia J.J. Osuna Rodríguez), sector Milla y La Hoyada (Parroquia Milla), Belén y Don Perucho (Parroquia Arias).

En general, como características comunes, se puede señalar, que las personas que laboran en éstas ferias, son agricultores que tienen relaciones de parentesco entre ellos, se trasladan la madrugada del día de mercado y al vender todos sus productos regresan a su lugar de origen.

En cuanto al precio, estos comerciantes ofrecen un único precio por cada kilogramo de productos variado. En el caso de las ferias que provienen de La Grita el precio de venta al público, en la fecha actual, es de 27 Bs/kg, y en la feria de Libertador (Bailadores) 40 Bs/ Kg. Las compras se hacen de contado y en efectivo. Estas ferias están avaladas por los Consejos Comunales de la zona, y por la Alcaldía de Libertador.

Mercado Agroecológico

La Asociación Civil Mercado Agroecológico Mano a Mano, surge en junio de 2010, y es un colectivo de productores agroecológicos, voluntarios y consumidores comprometidos a trabajar *“por un alimento sano, limpio y soberano”*. Se localiza en la Parroquia Milla, del municipio Libertador, específicamente en la avenida Alberto Carnevalli, frente a la pista ULA, Bohío de la Fundación Jardín Botánico.



Figura 19. Mercado de Intercambio Agroecológico Mano a Mano

Nace como una iniciativa de un grupo de profesores de la Universidad de Los Andes, algunos estudiantes de ecología y algunos ecólogos, sensibilizados con el tema agroecológico. Desde su seno se promueve no solo el consumo de productos orgánicos y saludables, sino también la difusión de alternativas de producción agrícolas respetuosas con el medio ambiente, la conservación del acervo cultural y gastronómico.

❖ Caracterización, Funcionamiento y Organización

El mercado funciona cada quince días, los sábados, en un horario comprendido entre las 10:00 am y las 12 m. Su trabajo consta de varias etapas, a saber:

- *Los voluntarios y prosumidores* [acrónimo formado por la fusión original de las palabras en inglés producer y consumer] *realizan visitas y encuentros con el productor que*

desea colocar sus productos en el mercado Mano a Mano para así, validar sus productos agroecológicos.

- *Luego el productor siembra, atiende su cultivo y cosecha bajo normas ecológicas.*
- *Posteriormente la cosecha es llevada al Bohío, donde funciona el mercado.*
- *Los prosumidores encargan vía electrónica la cantidad de producto deseada.*
- *Los voluntarios tienen la responsabilidad, cada 15 días, de recibir, pesar y armar las cestas de productos de cada prosumidor.*
- *Los prosumidores acuden al mercado para retirar sus alimentos. (Asociación Mano a Mano, s/a)*

Bdigitalula.ve

Además la asociación lleva a cabo actividades de asesoramiento técnico-científico a los agricultores que ponen sus productos en el mercado, realizando visitas periódicas a las fincas, como una actividad de apoyo al productor local. Igualmente se dedica a la captación de nuevos productores que deseen asociarse con el mercado. Los días en que se celebra el mercado, la asociación organiza diversas actividades vinculadas a la promoción del rescate de la comida y los sabores locales, como por ejemplo los *Convivium Slow Food*, en donde se ofrecen desayunos, almuerzos y bebidas nutritivas, además se exhiben artesanías y se realizan eventos culturales. Si bien estas formas novedosas de comercialización y consumo lucen muy genuinas, es de resaltar que su implementación y difusión conoce un auge reciente en diferentes ámbitos geográficos. De allí que en ocasiones se asocie con formas laterales dentro del proceso de la globalización.



Convivium,
Proyecto Buenvivir con el Páramo,
Siembraviva ediciones, Colectivo
Piedra Mubay

¡El páramo baja a la ciudad!!!!!!

Te invitamos

**el próximo sábado 15 de noviembre a deleitarte
con un succulento desayuno paramero y un delicioso
almuerzo a base de productos frescos y naturalmente
sanos; cultivados y procesados con amor y
conciencia.**

**La cita es en el bohío del Jardín Botánico (territorio
libre de toxinas) A partir de las 10 de la mañana.**

**¡Te esperamos con chicha de cuibas, papas al saní y
otras sorpresas cocinadas allá arribota, casi en el cielo.**

Figura 20. Invitación Convivium Mano a Mano.

La Asociación también participa en otros eventos locales organizados por asociaciones de base agrícola comunal que promueven el trueque de productos agrícolas, intercambio de semillas, abonos, plantas, entre otros. Asimismo, es la encargada de organizar y promover el EcoFestival de la Papa Nativa, y de la celebración del día mundial de la comida local que se realiza el 10 de diciembre de cada año.

Por otra parte, las personas interesadas en adquirir los productos que allí se comercializan, debe registrarse vía internet, lo cual indica su integración a los circuitos modernos de la economía, para así conocer el día disponible para retirar sus productos, para ello el voluntariado diseña el cronograma de distribución atendiendo a la disponibilidad de productos que cosechen los productores asociados.

Estimados prosumidor@s y voluntari@s de MAM. A continuación el contenido de los paquetes de la distribución de este sábado 04 de Octubre:

*Papa Rosada *Papa Amarilla
 *Cebollín *Naranja agria *Col
 *Aguacate *Plátano *Cambur
 *Chachafruto *Lima *Mandarina
 *Bledo Chicoria *Limón chinoto
 *Acelga *Lechuga *Verdolaga
 *Apio *Cilantro

En extras tendremos:

*Yacón *Chirimoya
 *Lima *Jojoto
 *Aji dulce *Yuca
 *Huevos *Aromáticas varias

Recuerden traer sus bolsas para retirar sus productos de 10am a 1pm
 ¡LOS ESPERAMOS!



Figura 21. Productos Mano a Mano.

Las cestas que se consiguen en el mercado varían entre 3 y 7 Kg. Contienen cierta variedad de verduras, frutas y hortalizas, pero además incluyen productos casi desaparecidos de la dieta del merideño, tales como: cuibas, mashuas, achicoria, yacón, habas secas, verdolaga, entre otros.

Los precios son acordados en asambleas organizadas por el colectivo, en la búsqueda de vender a precios justos, reconociendo la labor del agricultor, pero eliminando a los intermediarios.

En la actualidad ha aumentado la demanda de personas que desean comprar en el mercado, por lo que la asociación ha creado una lista de espera, a la expectativa de que otros productores ingresen al colectivo para así ampliar la oferta. Próximamente la asociación inaugurará una nueva sede en las inmediaciones de la Universidad Politécnica Territorial Kleiber Calderón, antiguo IUTE, en la ciudad de Ejido.

Este mercado atiende un segmento de la población aún muy reducido, que valora el origen del producto que consume, consciente del sistema de cultivo empleado y sus componentes nutricionales, en la búsqueda de una vida

sana. Esta argumentación es característica de un sector de la población con elevados niveles de educación formal, por lo general, universitaria.

Bdigital.ula.ve

CAPITULO V

Dinámica urbana y estructura minoristas de productos frescos

I. Expansión de la ciudad y comercio minorista de productos frescos.

Mérida, es una ciudad media en el contexto venezolano. Lidera parte del núcleo central de espacio andino, integrado por los valles del Chama y el Mocotíes. En ella se llevan a cabo funciones vinculadas con la prestación de servicios educativos, político-administrativos, médico-asistenciales, comerciales, comunicación e información, turísticos, de transporte, entre otros. Se ubica en la cuenca media del río Chama y a través de una red vial en la que confluyen las vías Trasandina y Panamericana, se facilita la conexión entre dos unidades geográficas diferentes, montaña y piedemonte, la cuenca alta del mismo río y la zona sur de lago de Maracaibo, ello favorece el intercambio de productos frescos como hortalizas, frutas, verduras, lácteos, carnes que en éstas zonas se producen. En adelante, se hace una explicación de la evolución de la estructuración interna y funcional de la ciudad tomando las ideas centrales expuestas por Amaya (2008) las cuales se complementan con planteamientos propios.

En sus inicios, en la etapa colonial, la ciudad era poco extensa, compacta y alargada, siguiendo la forma de la terraza en la que se asienta, fue construida sobre un plano cuadriculado, surcada por ocho avenidas en sentido longitudinal y veinte calles en sentido transversal. La estructura interna y funcional era muy elemental, su desarrollo giraba en torno al área más central y accesible, constituida por la Plaza Mayor, la catedral en construcción, la oficina del gobierno y la Universidad de Los Andes.

Los sectores de la población con mayor poder adquisitivo se asentaban en las avenidas, mientras que los de menos recursos se ubicaban en barrios, en las áreas que para el momento se correspondían con la periferia de la ciudad, el caso de Milla, Belén, El Llano y El Espejo. La Plaza Mayor era el lugar donde

funcionaba el mercado de productos frescos de la ciudad y se constituía a su vez en el centro de gravedad de la actividad comercial que para el momento estaba poco especializada. Para la época, áreas que en la actualidad están incorporadas a la trama urbana, como El Valle, Tabay, Ejido y La Mesa de Los Indios, servían como “zonas de granja” en las que se llevaban a cabo labores agrícolas de importancia.

A partir del año 1930 entra en crisis el modelo urbano colonial y la ciudad comienza a modernizarse y extenderse más allá de los límites tradicionales (por el noreste la plaza Milla y por el Suroeste la Plaza El Llano), debido principalmente, al impacto del modelo de desarrollo petrolero que promovía la reinversión de la renta en la mayoría de las capitales de estado. Junto a este modelo de desarrollo, se produjo una primera expansión física de la ciudad, así como también el incremento de la población, debido entre otras causas, a la relativa alta tasa de natalidad y el descenso de la tasa de mortalidad, como producto de mejoras en el sistema de salud de la ciudad y la construcción de la carretera Trasandina (finales de los años 20) que facilitó su accesibilidad y estimuló el rol como centro de atracción demográfica.

Durante la década de los 40`s se ejecutan una serie de obras que promueven la modernización de la ciudad, entre ellas destacan en el año 1942, la construcción de un nuevo mercado central en las adyacencias de la Plaza Mayor que llevaba a cabo la función de abastecimiento de alimentos minorista y mayorista para la población de la ciudad, así como también para algunas aldeas y pueblos cercanos. Adicionalmente, en el año 1946 se culmina la construcción del aeropuerto Alberto Carnevali y cierta vialidad interna que favorece la conexión entre la ciudad y su periferia inmediata en ese momento constituida por el sector Glorias Patrias (se construyen las avenida Urdaneta, Gonzalo Picón, y otras).

La construcción del mencionado aeropuerto fue una de las obras de mayor contribución al desarrollo de la ciudad a comienzos de los años 50´s. En ésta década, la población de mayores recursos comenzó a localizarse a lo largo de

la avenida Urdaneta, y la de escasos recursos, especialmente, pobres procedentes de áreas rurales, formaron nuevos barrios ubicados en la parte posterior del aeropuerto.

Es en el año 1954, cuando se culmina la construcción del Mercado Periférico, el cual abastecía las nuevas zonas residenciales y barrios que se localizaron al suroeste de la ciudad, desde Santa Elena hasta Pie del Llano. Su importancia en la comercialización de alimentos frescos fue tal, que llegó a aglutinar una considerable cantidad de comerciantes que no solo se ubicaban internamente al mercado, sino que también se localizaban en las calles cercanas a este. En el casco central se comenzó a trabajar en la modernización de la arquitectura y es en la misma década que se acentúa el rol de la Universidad de Los Andes. El tránsito automotor facilita la expansión de la ciudad y se inicia un proceso de desconcentración del núcleo central.

A partir del año 1960, los cambios fueron más intensos, la ciudad se expandió horizontalmente, con la proliferación de nuevas zonas marginales y verticalmente con la construcción de edificios de apartamentos, oficinas y centros comerciales. El rasgo predominante fue el amplio crecimiento suburbano que guardaba estrecha relación con el crecimiento de la población. En efecto, de unos 14.000 habitantes en 1941, la ciudad pasó a 46.339 habitantes en 1961. Surgen asentamientos suburbanos como los de Chama, la Punta, La Pedregosa, los Llanitos de Tabay, la Otra Banda, favorecidos por la construcción de los viaductos Campo Elías, Miranda y Sucre, que permitieron superar las barreras físicas impuestas por la terraza, por ocupar terrenos en las márgenes opuestas de los ríos Albarregas y Chama.

El gobierno central a través de organismos como el Banco Obrero tuvo un papel importante en la expansión física de la ciudad, pues se encargó de la construcción de nuevas zonas residenciales de densidad media y alta, para los sectores de la población de escasos recursos, es el caso de las urbanizaciones Campo de Oro, Santa Juana, Humboldt, Los Sauzales, la Tienditas del Chama y la Carabobo. Además, en la misma década de los sesenta, se observó la

proliferación de nuevos barrios, como Simón Bolívar, Pueblo Nuevo y Andrés Eloy Blanco, ubicados en las áreas inundables del río Albarregas, así como el barrio La Milagrosa, que se localizó en una zona de alta pendiente. Estos nuevos asentamientos, probablemente hayan incidido directamente en la consolidación del mercado central como el principal abastecedor de la ciudad, por la amplia demanda que irrumpió para la fecha.

Por otra parte, el papel de la industria privada en la configuración de la ciudad fue de gran importancia. Gracias a sus iniciativas de inversión se crearon las zonas residenciales ubicadas a lo largo de la avenida Andrés Bello, en el sector Las Tapias y Alto Chama.

Para el año 1971, la población se incrementa a 74.214 habitantes, y es justamente en el año 1976 cuando se inaugura el Mercado Jacinto Plaza, como una alternativa para el abastecimiento de la población. Adicionalmente, como iniciativa del gobierno local, surge la idea de crear un mercado de “playa” o a “cielo abierto” que les permitiera a los agricultores comercializar sus productos directamente, en vista de la desventaja que representaba para ellos la presencia de los intermediarios. Comienza a operar el Mercado Soto Rosa, en el año 1978 en las instalaciones de las canchas deportivas recientemente inauguradas.

Paralelamente, la ciudad continúa su expansión física hacia el suroeste, poblando sectores como Los Curos, La Parroquia y Ejido, para el momento la ciudad se consolida como el centro de bienes y servicios de mayor importancia del estado Mérida, hecho que repercutió en la expansión de áreas comerciales de mayor especialización. En el sector Los Curos, se construye un mercado, con miras a atender las necesidades de alimentación de productos frescos y de comercialización de productos básicos, considerando la poca movilidad que para la fecha poseía la población de ingresos económicos bajos.

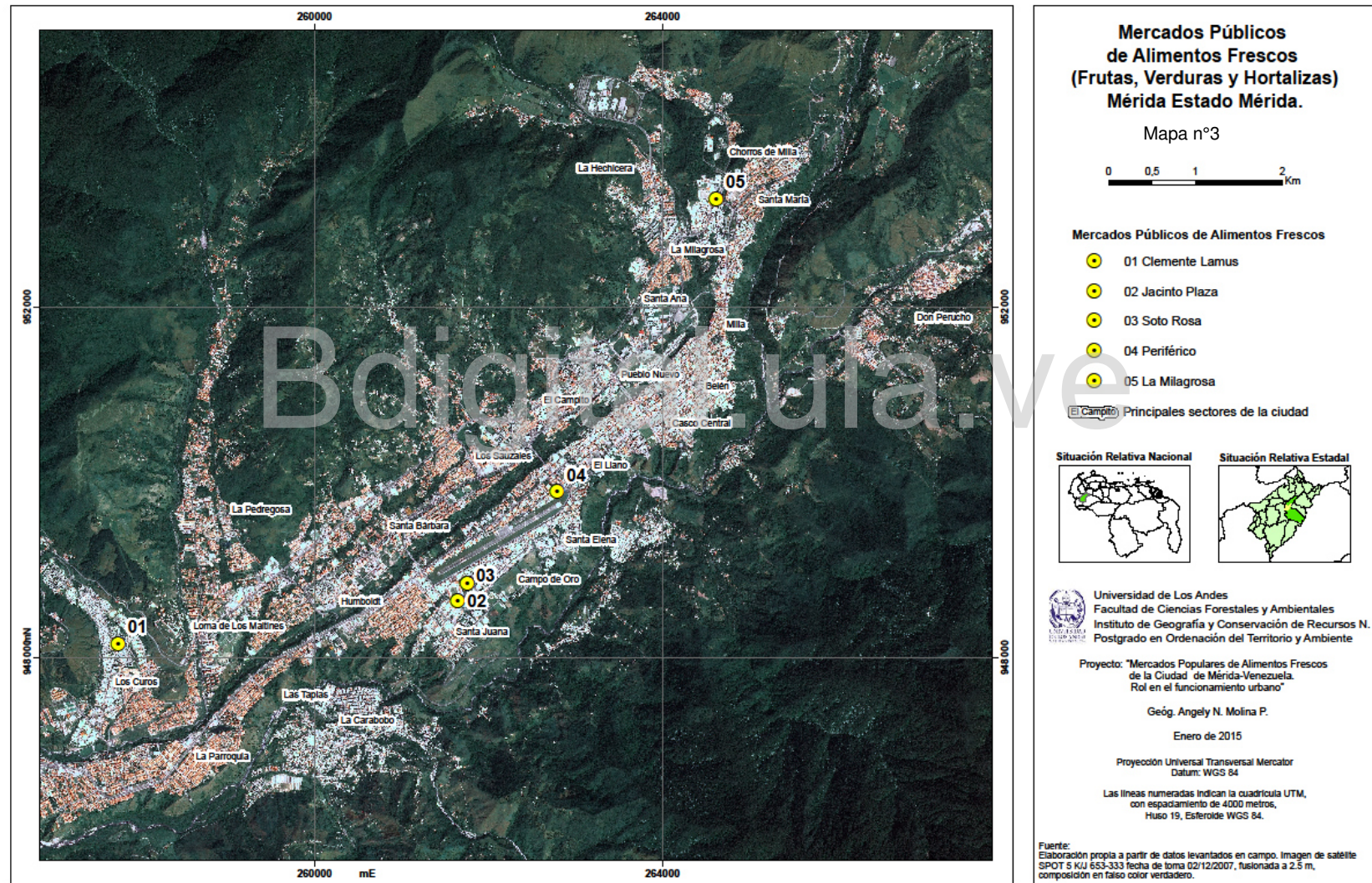
A partir de los años 80`s cuando los gobiernos regionales y municipales asumen la responsabilidad de la dotación y prestación de servicios públicos

como vialidad, obras de infraestructuras básicas y desarrollos habitacionales, cobran auge las inversiones del sector privado de capital transnacional como expresión tangible del proceso globalizador, lo que introduce cambios en la morfología de la ciudad. Se construyen nuevos centros comerciales y paulatinamente se incorporan franquicias comerciales que estimulan la homogeneización de los patrones de consumo.

En contraste, ante el crecimiento de la población, la expansión física de la ciudad y la complejización de las funciones urbanas, la estructura de mercados públicos de productos frescos comienza a ser insuficiente (Mapa n°3), es en el año 1983 cuando se construye el último mercado público de la ciudad, y comienzan a establecerse nuevos mercados privados y a cielo abierto. En el año 1986, se establece un mercado agrícola de calle (mercado La Milagrosa), que funciona hasta la actualidad los días sábado de cada semana, en la vía que conduce hacia los Chorros de Milla.

En el año 1987, luego de la quema del antiguo mercado, probablemente, ante la necesidad de renovar la función comercial del centro de la ciudad, es inaugurado un nuevo mercado en la avenida Las Américas, que responde a

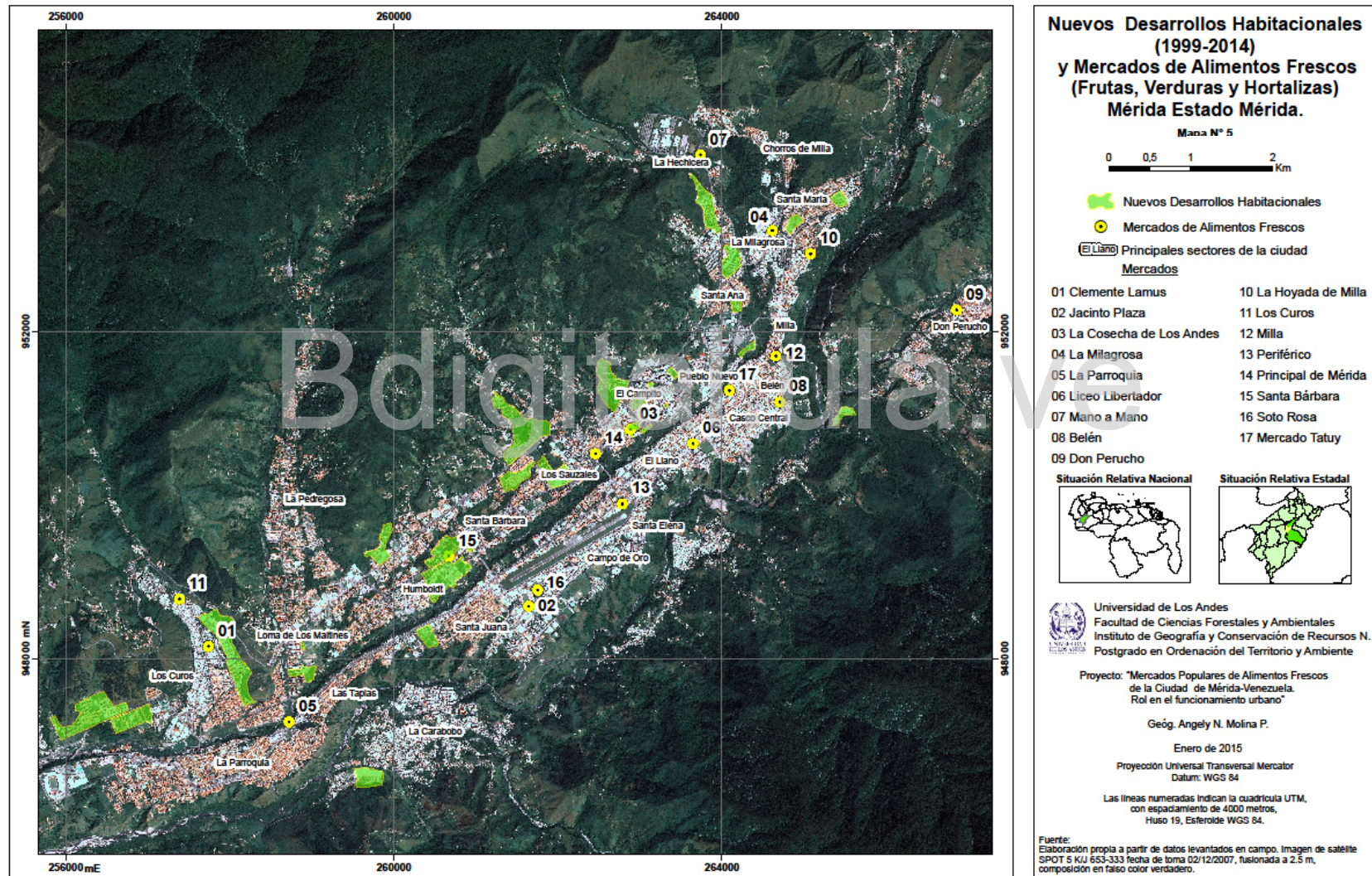
Mapa 3. Distribución Espacial de los Mercados Públicos de Alimentos Frescos en la ciudad de Mérida, 2015



Sin embargo, a raíz de la desaparición del mercado ubicado en el centro, muchos de los comerciantes quedaron deambulando por las calles de la ciudad, por lo que en el año 1992 comienza a funcionar formalmente el mercado Tatuy, el cual se mantiene en funcionamiento expresando ciertas tradiciones de la cultura merideña.

Es en esta década cuando la ciudad fue ampliando la oferta al ofrecer diferentes actividades que reforzaron otras funciones urbanas como turismo, comercio especializado, servicios educativos, de comunicación y de información, estableciéndose una nueva configuración urbana, expresada en la pérdida de importancia relativa del casco histórico y el surgimiento de nuevas centralidades.

La ciudad continúa ampliándose, bajo ciertos patrones de segregación, y surgen nuevos desarrollos habitacionales para personas de ingresos altos, junto a los que se diseñan nuevas superficies comerciales de tamaño considerable, como la urbanización Altos de Santa María, ubicada al Norte de la ciudad, la cual cuenta con un centro comercial con el mismo nombre, la urbanización El Rodeo, que a semejanza del anterior, posee una infraestructura comercial asociada, allí el comercio consta de panaderías, cafés, restaurantes, abastos, entre otros. Adicionalmente, se han construido urbanismos compuestos por viviendas tipo *townhouse* en el sector La Pedregosa, y la avenida Los Próceres, destacan en este sector la Urbanización Piedemonte y el centro comercial Piedemonte. En contraste, también nacen y se consolidan ocupaciones ilegales como las ubicadas en el Sector Los Cueros, parroquia J.J. Osuna, y La Calera en el sector Milla, en la parroquia homónima. (Mapa n°4)



Existen otros centros comerciales que configuran cierta centralidad como el centro comercial *Milenium*, *Plaza Mayor* y, aún por inaugurar, el centro comercial *El Rodeo*. Éstas edificaciones albergan variedad de comercio y servicios, que van desde el cuidado personal, como spas, estéticas, peluquerías, hasta servicios bancarios y empresariales de diversa índole.

En la ciudad se mantienen ciertas franquicias, sobre todo algunos establecimientos de comida rápida, como *Mc Donalds* y *Burguer King*, así como algunas farmacias de tamaño medio, entre ellas *Farmatodo c.a.*, y *Farmahorro*.

Las clínicas y los centros empresariales se renuevan y surgen nuevas edificaciones especializadas, en su mayoría distribuidas a lo largo de la avenida Urdaneta, recientemente el centro de alta tecnología en salud CEDEM, por ejemplo. Se diversifica la oferta cultural para el ocio y la recreación, expresada a través de las actividades de grupos de teatro y musicales, asociados, la mayoría, a la Universidad de Los Andes.

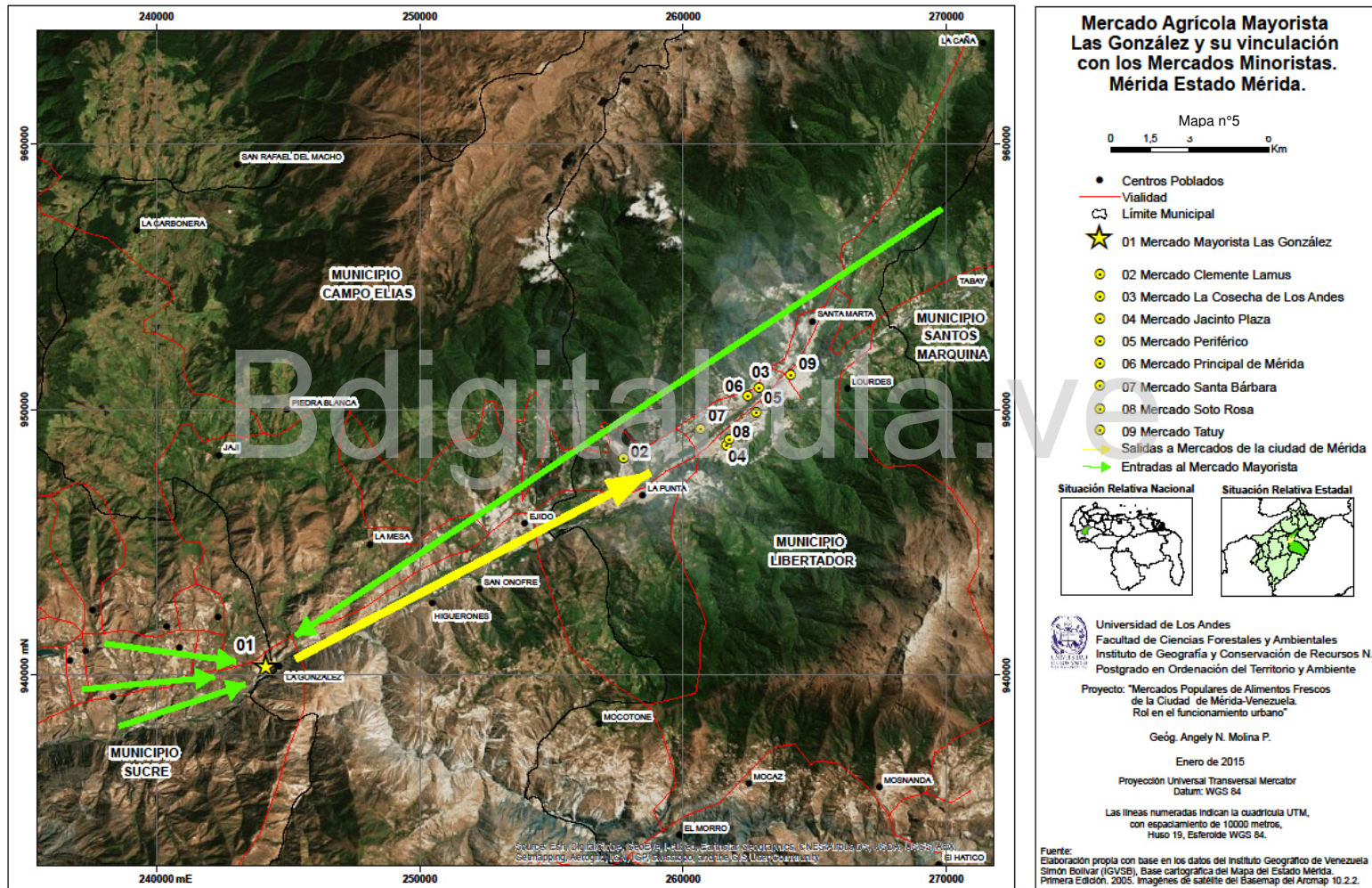
Con relación a las vías de comunicación, éstas no se modernizan, al contrario permanecen casi idénticas con respecto a años anteriores, sin embargo, con la creación del trolebús, se introduce un elemento que permite una mayor conectividad con el municipio Campo Elías, el cual sirve como ciudad satélite al área metropolitana de Mérida. Adicionalmente, el retardo en la renovación del teleférico, principal atractivo turístico de la ciudad, junto con la reducción del acceso aéreo, aunado a otros factores, tanto locales como nacionales, ha incidido negativamente en la dinamización de la actividad turística.

Pese a la situación en el mantenimiento de las vías, producto de las inversiones de capital privado nacional se localizan algunos supermercados con áreas no mayores a 600 m², que ofrecen variedad de productos en un solo lugar y que se presentan como alternativas para el abastecimiento urbano de alimentos, es el caso de Supermercado Cosmos, y más recientemente Hipermercado Garzón.

Del mismo modo, han surgido nuevos espacios para la comercialización de alimentos frescos, algunos no como mercados variados, sino como iniciativas de carácter individual y privado, que operan como revendedores y se localizan y distribuyen a lo largo y ancho de la ciudad, especialmente en sectores donde la población cuenta con ingresos bajos y medios. Son negocios de pequeña escala y dispersos que desarrollan una competencia “atomizada” en la estructuración de la oferta de productos agrícolas. Otros ofrecen productos transportados directamente desde áreas de producción tales como Bailadores, Municipio Rivas Dávila de Estado Mérida y La Grita, Municipio Jáuregui del Estado Táchira que a diferencia de los anteriores, se ubican en las zonas más populosas y son avalados por los consejos comunales.

El aumento en la densidad de población, la expansión física y la diversificación y modernización de las funciones urbanas, aumentó considerablemente el tránsito automotor. El mercado mayorista de productos frescos, que se ubicó durante años en el estacionamiento del Mercado Principal de Mérida, en la avenida Las Américas, debió ser reubicado en las afueras de la ciudad, específicamente en el sector Las González del municipio Sucre, como respuesta ante el fuerte congestionamiento vehicular que ocasionaba, especialmente en horas de la tarde, lo que hoy en día, favorece la movilización diaria de mercancías, en primer lugar desde las áreas de producción agrícolas próximas a la ciudad hasta dicho mercado, y en segundo lugar, desde este, hasta los distintos mercados minoristas ubicados en la ciudad de Mérida. (Mapa n°5). Lo que actuando como fuerza centrífuga, puede reforzar la direccionalidad del crecimiento urbano.

Mapa 5. Localización del Mercado Mayorista "Las González" y su vinculación con los mercados minoristas de alimentos frescos, Mérida, 2015



II. Hacia una Síntesis Interpretativa

El comercio minorista de productos frescos en la ciudad de Mérida se asocia a un comercio tradicional, de pequeñas dimensiones, sin grandes inversiones de capital en tecnología, equipamiento, capacitación y dotación de estructuras físicas. Se favorece por la proximidad a zonas de producción agrícola por excelencia, que determinan una considerable oferta de productos frescos. También como resultado del crecimiento poblacional, la expansión física de la ciudad y la re-densificación de la trama urbana, que establecen una amplia demanda.

El comercio tradicional de alimentos frescos se desempeña como una alternativa para la adquisición de alimentos en el contexto económico actual, contribuyendo considerablemente a la seguridad alimentaria, asociada a la disponibilidad de alimentos sanos. El proceso inflacionario que tiene lugar en el país, la disminución del poder adquisitivo de la población urbana, el aumento en los costos de producción y transporte, el aumento en el precio de los alimentos y la escasez de algunos productos de la canasta básica alimentaria, favorecen la economía agroalimentaria del circuito comercial inferior de la ciudad.

Los establecimientos comerciales modernos o del circuito superior tales como hipermercados y supermercados, solo dedican una pequeña parte de la edificación a la provisión de alimentos vegetales fresco, pero a mayor costo en comparación a los mercados populares. Otros mercados comparten características predominantemente modernas, pero también proveen bienes del circuito inferior son los llamados establecimientos del circuito superior marginal, tales como los abastos y supermercados, la mayoría administrados por personas de origen chino, europeos y criollos en algunas avenidas y que están siendo desplazados por los comercios del circuito superior propiamente dicho.

Ambos, el *circuito inferior* y el *circuito superior*, mantienen relaciones de competencia y jerarquía. Es así como en la ciudad, por calidad, precio y por

preferencias ligadas a un proceso cultural identitario, se erige el mercado Soto Rosa, un mercado público, de carácter itinerante, que funciona semanalmente desde el año 1978, y donde asisten una considerable cantidad de consumidores de ingresos medios y bajos. Compite con él, de cierto modo, por la comodidades que ofrece (aire acondicionado, buena iluminación, limpieza, dotación de estacionamientos, buena localización, posibilidad de pago electrónico, horarios cómodos, diversidad en la oferta de productos de consumo doméstico en general, entre otros), el Hipermercado Garzón, los consumidores que se sirven de este, poseen, en general, ingresos medios o altos.

El *circuito inferior* de comercio de alimentos frescos en la ciudad de Mérida, se corresponde a menudo con el sector informal de la economía, alberga una proporción de empleo informal de la ciudad, en el que domina el trabajo familiar no remunerado así como el trabajo a *destajo*, por la imposibilidad de los pequeños comerciantes de asumir los compromisos salariales de ley. Por lo tanto, constituye una fuente real de ingresos para los más pobres, ante la incapacidad del gobierno local y regional para crear y consolidar actividades productivas que generen empleos formales y de calidad.

Al mismo tiempo, los mercados, en especial los de reciente surgimiento, son la garantía de comercio de proximidad para las nuevas zonas residenciales que se han configurado sin el debido equipamiento urbano, asegurando el consumo de este tipo de productos, pero además, algunos, permiten afianzar y restablecer la cultura gastronómica del merideño, ejemplos claros en ésta ciudad, son el Mercado Tatuy y el Mercado Agroecológico Mano a Mano, los que además constituyen un apoyo fundamental al sector turístico.

En otro orden de ideas, al identificar las debilidades del sector se puede señalar que los mercados públicos, cuyo funcionamiento y gestión corresponde al gobierno municipal, se encuentran en mal estado y se evidencia el deterioro de las instalaciones que fueron construidas hace más de 30 años en promedio. Dichos mercados, actualmente son insuficientes, ante el aumento de la

densidad poblacional, la expansión física y la modernización de las funciones de la ciudad.

Por otra parte, los mercados itinerantes y de reciente surgimiento, particularmente, las ferias móviles, se localizan en lugares inadecuados provocando congestión vehicular, insalubridad y en algunos casos, como en el Mercado Soto Rosa, inseguridad personal.

Adicionalmente, al considerar el contexto urbano objeto de estudio con relación a los mercados populares en conjunto, se puede apreciar que estos constituyen puntos de comercio aislados entre sí, sin una organización espacial direccionada por los entes competentes, pero además con una excesiva dependencia a un único punto de abastecimiento mayorista, que al igual que los minoristas, funciona sin mecanismos de regulación y control, lo que expresa la desvinculación total de estos con relación a los centros de producción agrícola próximos a la ciudad.

Con respecto a la dinámica que se genera en torno al abastecimiento de los mercados, es propicio señalar, la densa cadena de intermediarios que si bien garantizan el abastecimiento de productos desde el mercado mayorista, aumentan considerablemente los costos a los pequeños comerciantes y por ende a los consumidores finales. De acuerdo a las opiniones de los comerciantes y algunos de los transportistas entrevistados, el mayor beneficio económico de la actividad, lo obtienen los transportistas de mayor poder adquisitivo, quienes, por una parte, tienen la posibilidad de comprar los productos agrícolas directamente en los predios, y por otra, comprar en el mismo mercado la cosecha que arriman los pequeños productores y así obtener una buena cantidad y variedad de productos que vender en el mercado mayorista. Algunas veces, realizan sus ventas directamente a los comerciantes, pero en la mayoría de los casos, venden a otros transportistas, de menor poder adquisitivo, quienes se encargan, finalmente de revender a los pequeños comerciantes de la ciudad, quienes deben trasladar el elevado costo de la transacción al consumidor urbano.

De lo anterior, debido al elevado nivel de desorganización estructural en el manejo de estos mercados, se evidencia la carencia de una gestión pública eficiente en la red de abastecimiento y comercialización de alimentos frescos, por lo tanto se desaprovechan las ventajas que surgen en función de la demanda creciente de productos frescos, para generar mayor empleo y garantizar el abastecimiento de alimentos en la ciudad.

Bdigital.ula.ve

Conclusiones y Propuestas de Acción

En general, se puede aseverar que la ciudad carece de una adecuada red de abastecimiento de productos frescos, considerando las tendencias del crecimiento. Como respuesta a ello, se propone el diseño de una política que procure crear una moderna y articulada red de comercialización de alimentos frescos que permitiría afianzar y estimular la concentración de las actividades de producción agrícola, distribución, transformación y comercialización de alimentos, para generar más y mejores ventajas que aseguren una mayor calidad de vida a los pobladores en el contexto rural-urbano señalado. En tal sentido, se proponen las siguientes estrategias de acción:

Se plantea dirigir esfuerzos desde los gobiernos locales y regionales, actores locales organizados, públicos y privados, asociaciones de productores, de transportistas y de comerciantes, para la creación y consolidación de un articulado y eficiente sistema de abastecimiento, distribución y comercialización minorista de alimentos frescos, dentro del cual se consideren, entre otros elementos de envergadura:

1. Creación de vínculos más estrechos con los productores, a través de los gobiernos locales, para facilitar la venta directa en los mercados de la ciudad, y consecuentemente disminuir la cadena de intermediarios, garantizar ganancias prudentes a los agricultores, y ofrecer precios razonables a los consumidores.
2. Mantenimiento y modernización de la infraestructura de los mercados públicos municipales, puntos clave del abastecimiento de alimentos frescos en la ciudad.
3. Creación de un sistema de promoción e información para los consumidores que indique la variedad y disponibilidad de los productos

que se comercializan en estos espacios, así como también los días de mercado, el horario de funcionamiento, los precios y las ofertas a las que pueden acceder los consumidores.

4. Construcción de nuevos mercados en la ciudad, atendiendo a una adecuada localización con relación a los usos urbanos y las nuevas áreas de expansión física de la ciudad, dando respuesta además a la necesidad de un comercio de proximidad a las nuevas áreas residenciales, favoreciendo el desplazamiento peatonal y procurando la disminución del congestionamiento vehicular.
5. Generar un mecanismo de gestión y regulación para los mercados a cielo abierto, que estimule su localización en espacios donde ocasionen un impacto negativo mínimo, considerando que constituyen la oportunidad para muchas familias de mejorar sus ingresos y la garantía de acceso a los alimentos para consumidores de bajo poder adquisitivo.
6. Empezar acciones de formación y concienciación para comerciantes y transportistas, en torno a la posibilidad de reducir los márgenes de pérdidas de los productos, optimizar las condiciones de higiene, mantenimiento y calidad de los mismos, así como también la manera para acceder a créditos y financiamiento por parte de las instituciones bancarias, con la finalidad de hacer más competitivos sus negocios al tiempo que ofrecen un mejor servicio a los consumidores.
7. Desarrollar una campaña para la promoción del consumo de alimentos frescos, como una iniciativa para fomentar la actividad comercial, crear nuevos empleos, estimular la producción local y replantear patrones de consumo saludables.

El crecimiento, la expansión física y la diversificación de las funciones en la ciudad de Mérida han influido en la dispersión de la oferta comercial y de servicios en general y por ende, en la creación de nuevas centralidades. Complementariamente a la diversificación y modernización de las funciones urbanas, el comercio de alimentos frescos, forma una porción importante del circuito inferior o tradicional de la economía urbana, cuya reciente expansión está vinculada a la construcción de nuevos urbanismos populares formales y ocupaciones ilegales en antiguas áreas de baja densidad de población.

Además, juega un papel determinante, en cuanto a la proliferación del comercio minorista de alimentos frescos, la construcción de nuevos urbanismos formales y ocupaciones de carácter ilegal, en zonas que anteriormente no contaban con alta densidad de población y para las cuales no fueron diseñadas infraestructuras para el abastecimiento alimentario, lo que constituye una expresión complementaria de los procesos espaciales de segregación urbana.

Los mercados populares de productos frescos, demuestran un importante rol como generadores de empleo, si bien no especializado, pero estrechamente vinculado al consumo de un segmento de población con ingresos medios y bajos, cuya demanda no es atendida actualmente por el comercio formal-moderno, por razones de proximidad, calidad de los productos, pero sobre todo por la desproporcionalidad de los precios con relación a los ingresos. Por tal motivo, la función comercial que los mercados populares de la ciudad de Mérida desempeñan, son elementos claves en el abastecimiento urbano para sectores de la población vulnerables económicamente, así como también como fuente de empleo informal.

En relación con la vinculación directa de los mercados con las relativamente cercanas áreas de producción agrícolas, contrario a lo esperado, son mínimas, puesto que son pocos los productores que arriman sus cosechas a los comercios minoristas. En su lugar, los mercados populares se surten de un centro mayorista que acopia la producción local e incluso parte de la producción de otros estados del país.

Bibliografía.

Amaya, C. (2013). *La organización del espacio en el área metropolitana de Mérida*. Universidad de Los Andes. Consejo de Publicaciones. 585 pp. Mérida-Venezuela.

_____ (2008). *Aproximación a una geografía urbana. 450 años de la fundación de Mérida*.

Argenti O. (2000). *Alimentar las ciudades. Provisión y Distribución de Alimentos*. Instituto Internacional de Investigaciones sobre Políticas Alimentarias. Revista Punto de Enfoque, Visión 20/20. Pp. 10-20. España.

Argenti y Moracchino (2007). *Abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades de los países en desarrollo y de los países en transición. Guía para planificadores*. Publicaciones de la FAO. 72 pp. Roma, Italia.

Arrieta M. (2010) *El antiguo Mercado Principal de Mérida y sus alrededores: relaciones étnicas y sociales en torno a un cronotopo urbano*. Tesis de Maestría, Facultad de Humanidades y Educación. Universidad de Los Andes, Mérida-Venezuela.

Arocena J. (1997a) *Lo global y lo local en la transición contemporánea*. Cuadernos del CLAEH, n° 78-79, Montevideo- Uruguay.

_____ (1997b) *Globalización, Integración y desarrollo local, apuntes para la elaboración de un marco conceptual*. ILADES, Santiago de Chile.

Azevedo da Silva C. (2008). *La configuración de los circuitos de "proximidad" en el sistema alimentario. Tendencias evolutivas*. Universidad Federal de Santa Catarina, pp.11-32. Brasil.

Balderas I. (s/a). *Investigación cualitativa. Características y Recursos*. Universidad Autónoma de Tlaxcala. 12 pp. México.

Blasco, J. y Pérez, J. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes*. España. Editorial Club Universitario.

Bervejillo, F. (1995) *Territorios en la globalización, cambio global y estrategias de desarrollo territorial*. ILPES, Serie Ensayos, documento 96/34.

Boisier S. (2005) *¿hay espacio para el desarrollo local en la globalización?* Revista de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, n° 86, Santiago de Chile, pág. 47-62.

_____ (2001) *El lenguaje emergente en desarrollo territorial*, Centro de Análisis y Acción Territorio y Sociedad, CATS. 19 pp.

Camargo M. (2006) *El desarrollo local y las tendencias socio territoriales emergentes en Venezuela*, Revista Geográfica Venezolana, vol. 47, n°2, p. 257-271, ISSN 1012-1617.

_____ (2005). *Desarrollo Local: instrumentos sociales y territoriales de vinculación en Venezuela*. Universidad de Salamanca. España, Salamanca. 300 pp.

Cifuentes, R. (2011). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa*. Editorial noveduc, 167 pp. Buenos Aires, Argentina.

Comisión Económica para América latina y el Caribe (2005). *Boletín demográfico, América Latina, Proyecciones de población Urbana y Rural 1970-2025*, N° 76, 256 pp. Santiago de Chile.

Corpoandes (2005). *Perfil Municipal de Libertador, Estado Mérida-Venezuela*.

Delgado M. y Méndez E. (1996). *Planificación Territorial. Medio Ambiente y Calidad de Vida*. CDCHT-Universidad de Los Andes, 167 pp. . Mérida, Venezuela.

Di Nucci J. (2013) *Circuitos de la Economía Urbana de bebidas gaseosas en Buenos Aires*. Boletín Campineiro de Geografía. Volumen 3, n°1. 95 pp. Argentina.

Fernández R. (2008). *La importancia estratégica del comercio tradicional en la distribución de alimentos*. Universidad Complutense de Madrid. 38 pp. España.

García C., Gordones G., y Meneses L., (2007). *El Mercado Principal de Mérida (1886-1987). A 20 años de su quema*. Universidad de Los Andes. Museo Arqueológico Gonzalo Rincón Gutiérrez. Ediciones Dánabata. 92pp.

Garret (2000). *Lograr la seguridad alimentaria y nutricional urbana en el mundo en desarrollo. Panorama General*. Instituto Internacional de Investigaciones sobre Políticas Alimentarias. Revista Punto de Enfoque, Visión 20/20. Pp. 2 -3. España.

Gordón R., Estrada M. y Sartorius A. (2007). *Los mercados minoristas como motor para el desarrollo económico, social y cultural de una ciudad*. Serie monografías del Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. 28 pp. Washington D.C.

Gutiérrez A. y Molina L. (2013). *Venezuela: un sistema alimentario en el contexto del capitalismo rentístico*. En Gutiérrez S., A. (Coord.), *El Sistema Alimentario Venezolano a comienzos del Siglo XXI. Evolución, balance y desafíos* (pp. 23-42). Mérida (Venezuela): Facultad de Ciencias Económicas y Sociales-Consejo de Publicaciones de la ULA. Serie Mayor, Vol. 1.

Hidalgo C. (1999). *Globalización y Sistemas Agroalimentarios*. Revista FONAIAP Divulga N° 64, Centro Nacional de Investigaciones Agropecuarias, Unidad de Estudios Agronómicos. Venezuela.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2013). *Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL), una nueva visión de gestión territorial en América Latina: experiencias en territorios de Argentina, Costa Rica, Ecuador y México*. México, 200 pp.

Instituto Nacional de Estadística (2011) *Censo de población y Vivienda. Estado Mérida*.

Landeau R. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación*. Editorial Alfa, 190 pp. Caracas-Venezuela.

Llambí, L. (1994) *Globalización y nueva ruralidad en América Latina: una agenda teórica y de investigación*. ALASRU–Revista Latinoamericana de Sociología Rural 2, pp. 29–39

Llorens J., Albuquerque F., y Del Castillo (2002). *Estudios de caso de desarrollo económico local en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C. 55 pp.

Lope-Bello, N. (1994). *Planificación y Urbanismo*. Serie Urbanismo, Estado y Derecho. Universidad Simón Bolívar- Fundación Polar. 179 pp. Venezuela.

Martínez, M. (2006). *La Investigación Cualitativa*. Revista de Investigación en Psicología. Nº 9, Volumen 1, pp123-146. Lima, Perú.

Martínez, M., Sánchez, M., Sancho, M. y Vega, M. (1997). *La eficacia del escaparate y su relación con los tipos de compra. Un estudio empírico*. Actas de la VI Conferencia Internacional de la Asociación Europeade Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), septiembre, pp. 347-360, Grecia.

Matheus D. (2006) *Propuesta metodológica para la implementación de un observatorio social de desarrollo local para Venezuela*. Tesis de Maestría, Instituto de Geografía y Conservación de Recursos Naturales, Universidad de Los Andes, Mérida-Venezuela.

Medinaceli, A. (1995). *Del Manteco a Mercabar. Crónicas de un mercado*. Fundación Empresas Polar. Caracas. 136 pp.

Méndez, E. (1996). *Planificación Ambiental y Desarrollo Sostenible*. CIDIAT-ULA, Mérida, Venezuela, 141 pp.

_____ (2002). *Municipio: Ordenación del Territorio y Gestión Ambiental (despeje de interrogantes claves)*, Universidad de Los Andes, 214 pp. Mérida-Venezuela.

Montoya J. (2005). *Cambio Urbano y evolución discursiva en el análisis de la ciudad latinoamericana. De la dependencia a la globalización*. Universidad de Bogotá, Facultad de Ciencias Humanas, 96 pp. Colombia.

Observatorio Europeo Leader (2000). *Comercialización de los productos locales. Circuitos cortos y circuitos largos. Innovación en el medio rural*. Cuadernos de la Innovación. Nº 7. Comisión Europea. Directorio general para la Agricultura, 97 pp. Bruselas.

Organización Internacional del Trabajo (2013). *La Medición de la Informalidad. Manual Estadístico sobre el sector informal y el empleo informal*. Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra, 355 pp.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2010). *Alimentar a las ciudades de Colombia. Política para el desarrollo de los sistemas de abastecimiento y distribución de alimentos en Colombia: instrumento para la seguridad alimentaria*. 106 pp. Bogotá.

Ornes S. (2009). *El Urbanismo, la planificación urbana y el ordenamiento territorial desde la perspectiva del derecho urbanístico venezolano*. Revista Politeia vol.32, n° 42, pp. 197-226.

Paula C. (2013). *O circuito inferior da economia urbana em áreas centrais ena periferia de Tatuí (SP)*. Encuentro de Geógrafos de América Latina. 1-15pp. Perú.

Pérez C. (1999). *Cambio de patrón tecnológico y oportunidades para el desarrollo sustentable*. Colección Ideas para el diálogo No. 3, Biblioteca Nacional de Venezuela.

“Pobreza en Venezuela llega a 48,4% de los hogares” (29 de enero de 2015). El Universal, en línea.

Proyecto Interinstitucional Cooperativo (2012). *Bases para la realización del Plan Local de desarrollo urbano sustentable de la ciudad de Mérida*. 260 pp. Mérida Venezuela.

Pulido, N. (1982). *Consideraciones sobre el modelo “Los dos circuitos de la economía urbana en los países subdesarrollados” El caso de El Vigía*. Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Forestales. 111pp.

República Bolivariana de Venezuela (1983) *Ley Orgánica para la Ordenación del Territorio*.

_____ (1987) *Ley Orgánica para la Ordenación Urbanística*.

_____ (1989) *Ley Orgánica de Régimen Municipal*.

_____ (1999) *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*.

_____ *Segundo plan socialista de desarrollo económico y social de la nación, 2013-2019*.

Rojas J. y Gómez E. (2010) *Tiempos de pensamiento geográfico*. 1era Edición, Arquidiócesis de Mérida- Universidad de Los Andes, Venezuela. 181 pp.

Rojas J. (1995). *El estudio de la geografía rural*. Universidad de los Andes, Vicerrectorado académico. Consejo de Publicaciones. Mérida-Venezuela. 211 pp.

Schejtman A. (1994) *Economía Política de los Sistemas Alimentarios en América Latina*. FAO, Santiago de Chile. Chile.

Segovia M. (2006) *Políticas públicas territoriales para la promoción del desarrollo*. Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

Silveira M. (2011). Urbanización latinoamericana y circuitos de la economía urbana. Revista Geográfica de América Central. Número Especial, Encuentro de Geógrafos de América Latina, pp. 1-17. Costa Rica. Universidad de Los Andes, Mérida-Venezuela.

_____ (2007). *Metrópolis Brasileñas. Un análisis de los circuitos de la economía urbana*. EURE. Vol. XXXIII, n° 100. Pp. 149-164.

_____. (2004). *Globalización y circuitos de la economía urbana en ciudades brasileñas*. Cuadernos del CENDES. Año 21, n° 57. Tercera época pp.1-21. Brasil.

Torres S. y Pensado M. (2006). *Los mercados públicos en la Ciudad de México. Su papel en la configuración de identidades territoriales y su relación con los sistemas locales de producción*. Universidad Autónoma de México. 34 pp. México.

Tárrago M., (1997). *Mercados Municipales, Oferta Local y Centralidad*. Revista Distribución y Consumo, N° 34. Pág. 1-6. Barcelona España.

TheNielsenCompany (2013) *¿por qué los detallistas lo mantienen frescos?* , 20 pp. Disponible en: www.nielsen.com.

Universidad de los Andes- PDVSA (1999) *Plan Estratégico Mérida Estado Competitivo 2020*.

Universidad de Los Andes (2009) *Propuesta para la declaratoria de la ciudad de Mérida – Venezuela como “reserva de biosfera en ambiente urbano”*.

Valles M. (2002). *Entrevistas Cualitativas*. Colección Cuadernos Metodológicos n° 32, Centro de investigaciones Sociológicas. 195 pp. España.

Vargas J. (2006) *El desarrollo local en el contexto de la globalización*. Instituto Nacional de Administración Pública. Gobierno del Estado de México.

Venacio L. (2005) *Globalización, Desarrollo Local y Sociedad Civil*, Tesis de master en Relaciones Internacionales Europa-América Latina. Università Degli Studi di Bologna. 239 pp.

Anexos

Anexo n° 1. GUIÓN DE ENTREVISTA PARA INFORMANTES CLAVES MUESTRA SELECCIONADA: COMERCIANTES

OBJETIVO GENERAL: Evaluar el funcionamiento y la importancia del sistema de comercialización tradicional de alimentos frescos (hortalizas, frutas y verduras) de la ciudad de Mérida.

INFORMANTE No 1:

Nombre :

Edad:

Sexo:

Lugar de Nacimiento:

Tiempo laborando en el mercado:

Ocupación:

Fecha:

OBJETIVO ESPECÍFICO: Conocer el origen y desarrollo histórico de los mercados seleccionados como objeto de estudio.

1. ¿Puede usted hablarme sobre el origen de este mercado?:
2. ¿Recuerda la fecha de creación de este mercado?:
3. ¿Cree usted que el mercado ha cambiado durante este tiempo?:
4. ¿Recordará usted quienes fueron los fundadores de este mercado?:
5. ¿Se ha trasladado algún día este mercado de un lugar a otro?:
6. ¿Recuerda el número de comerciantes que agrupaba inicialmente este mercado?:
7. ¿Qué lo motivó a involucrarse con esta actividad económica?:
8. ¿Recuerda sí trabajando en el mercado habían personas del mismo lugar de procedencia que el suyo?:
9. ¿Qué productos vendía y cuáles eran los alimentos de mayor venta?:
10. ¿Quiénes los surtían a ustedes de mercancía? ¿cada cuánto tiempo?:
11. ¿Reconocía usted a su clientela?:
12. ¿Sabe usted sí sus clientes vivían en áreas cercanas?:
13. ¿Cuáles eran sus días de descanso en el mercado?:
14. ¿Algunas veces lograron recibir algún apoyo de alguna institución pública o privada?:

OBJETIVO ESPECÍFICO: Caracterizar la estructura física y el funcionamiento de los mercados objeto de estudio.

Características Físicas del Mercado				
Nombre del Mercado:				
Dirección:				
Tipo de Mercado	Formal		Informal	
Materiales de Construcción	Paredes:		Techo:	
Nº de Pisos:	Funciona a la Intemperie:		SI	NO
Observaciones:				
Posee estacionamiento para proveedores			SI	NO
Posee estacionamiento para clientes			SI	NO
Área promedio de los locales (m²)				
El mercado cuenta con servicio de agua potable			SI	NO
El suministro de agua potable es directo al local			SI	NO
Observaciones:				
Poseen Instalaciones Sanitarias			SI	NO
Calidad	Excelentes	Buenas	Malas	
Cantidad	Suficientes		Insuficientes	
Observaciones:				
El mercado tiene instalaciones eléctricas			SI	NO
En general, los locales poseen equipos de refrigeración			SI	NO
El mercado cuenta con áreas de servicio (limpieza y mantenimiento)			SI	NO
¿Tiene áreas equipadas para la disposición de desechos?			SI	NO
Observaciones:				
Horario de Funcionamiento para proveedores				
Horario de Funcionamiento para clientes				

1. ¿Qué lo motiva a desempeñar esta actividad económica?
2. ¿Usted forma parte de la junta de administración o de condominio del mercado?
3. ¿Conoce usted de las normas y los acuerdos de funcionamiento del mercado?
4. ¿Ha recibido usted alguna asesoría para la manipulación adecuada de los alimentos?
5. ¿Percibe algún beneficio por el pago de sus impuestos?
6. ¿Se ha beneficiado de algún financiamiento para el crecimiento de su negocio?
7. ¿Está usted conforme con la disponibilidad de servicios existentes: agua potable, electricidad, baños, otros?
8. ¿Con qué frecuencia compra mercancía?
9. ¿A quiénes le compra mercancía?

10. ¿Cómo es la forma de pago a sus proveedores?
11. ¿Conoce usted de donde proviene la mercancía existente en su negocio?
12. ¿En la actualidad, establece usted contacto directo con los productores agrícolas?
13. ¿En algún momento tuvo relaciones comerciales directas con los productores?
14. ¿Ha tenido usted alguna dificultad para comprar mercancía?
15. ¿Cómo fija los precios de su mercancía?
16. ¿Percibe usted un incremento en el precio de los productos que vende?
17. ¿Cuáles son los días de mayor actividad en el mercado?
18. ¿Alguien le ayuda en su trabajo? ¿Es un familiar?
19. ¿Tiene la posibilidad de reconocer a su clientela?
20. ¿De dónde provienen sus clientes? ¿viven en este sector?
21. ¿Cree usted que ha aumentado el número de clientes? ¿Qué razones explican el aumento de su clientela?
22. ¿Le ofrece a su clientela facilidades de pago?
23. ¿qué comodidades le ofrece a sus clientes?
24. En la actualidad, ¿encuentra dificultades para vender toda su mercancía? Causas
25. ¿Cree que el mercado necesita ayuda externa para un mejor funcionamiento?
26. ¿Cree necesario una mejor localización del mercado?
27. ¿Conoce algunas iniciativas planteadas para mejorar el mercado?

Anexo n ° 2. GUIÓN DE ENTREVISTA PARA INFORMANTES CLAVES
MUESTRA SELECCIONADA: TRANSPORTISTAS

OBJETIVO GENERAL: Evaluar el funcionamiento y la importancia del sistema de comercialización tradicional de alimentos frescos (hortalizas, frutas y verduras) de la ciudad de Mérida.

1. ¿Pertenece usted a alguna asociación o cooperativa de transporte?
2. ¿Ha recibido financiamiento o apoyo de alguna institución pública o privada?
3. ¿Tiene contacto directo con los productores agrícolas?
4. ¿A quién(es) compra mercancía?
5. ¿Cómo establece el contacto?
6. ¿Qué productos transporta (frutas, verduras, hortalizas)?
7. ¿Desde qué lugar trae la mercancía?
8. ¿Estaría dispuesto a recorrer distancias más largas para traer mercancía?
9. ¿Cómo es la forma de pago?
10. ¿Cuáles son sus días de trabajo?
11. ¿Qué dificultades tiene para trasladar la mercancía hasta el mercado?
12. ¿Qué dificultades tiene para descargar la mercancía?
13. ¿Trabajan otras personas con usted?
14. ¿Cómo fija los precios de su mercancía?
15. ¿Surte usted otros mercados? ¿cuáles?
16. ¿Hay días en los que no vende toda la mercancía? ¿qué hace con esa mercancía?
17. ¿Cree que las instalaciones del mercado son las adecuadas?