



República Bolivariana de Venezuela
Universidad de Los Andes
Facultad de Arquitectura y Diseño
Postgrado de Desarrollo Urbano Local
Mención: Gestión Urbana

**MERCADOS DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE
MÉRIDA, VENEZUELA: UN ANÁLISIS DE LAS
DEMANDAS URBANAS DE ALIMENTOS**

Autora: Leninna Josefina Guarache Angulo

Mérida, febrero de 2018



República Bolivariana de Venezuela
Universidad de Los Andes
Facultad de Arquitectura y Diseño
Postgrado de Desarrollo Urbano Local
Mención: Gestión Urbana

MERCADOS DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE MÉRIDA, VENEZUELA: UN ANÁLISIS DE LAS DEMANDAS URBANAS DE ALIMENTOS

Trabajo de grado para optar al título de magister scientiae en
Desarrollo Urbano Local. Mención: Gestión urbana

Autora: Econ. Leninna Josefina Guarache Angulo

Tutora: Luz Marina Rondón de Delgado

Co tutor: Lcdo. Ender Alexander Araujo Gutiérrez

Mérida, febrero de 2018

*A Dios por su permanente presencia.
A mi familia por su empeño y ayuda en todo momento
A todos los que piensan que el cambio proviene de uno mismo*



AGRADECIMIENTOS

- ✓ A la Universidad de los Andes por cumplir su misión y formar en mí un profesional completo.
- ✓ Al Postgrado de Desarrollo Urbano Local, por la oportunidad de crear conocimiento al desarrollo municipal, generando especialidades o menciones como la Gestión Urbana.
- ✓ A la Profa. Luz Marina Rondón por su apoyo y colaboración en asesorar este proyecto personal.
- ✓ A mis compañeras de la mención: Gabriela Lacruz, Dilia Mora, Lilibeth Gonzalez, juntas hacemos un gran equipo.
- ✓ A mi co-tutor, porque quien con amor enseña, contribuye a un mundo mejor.

www.bdigital.ula.ve



CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
CONTENIDO	4
LISTA DE CUADROS	6
LISTA DE GRÁFICOS.....	7
RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPITULO I. MI VISIÓN DEL PROBLEMA	12
1. Planteamiento del problema.....	12
2. Justificación de la investigación	19
3. Preguntas.....	20
4. Objetivos de la Investigación	20
4.1. Objetivo General:.....	20
4.2. Objetivos Específicos:.....	20
5. Alcance y Limitaciones.....	19
CAPITULO II. LO QUE HAN ESCRITO OTROS AUTORES	23
1. Antecedentes	23
2. Marco Histórico.....	26
3. Marco Teórico	29
4. Bases Legales	34
CAPITULO III. CÓMO ENFRENTAR EL PROBLEMA.....	38
1. Marco metodológico.....	38
1.1. Tipo de Investigación	38
1.2. Diseño de la investigación.....	40
2. Contexto de la investigación.....	41
1. Dimensión Físico Natural	49
1.1. Procedimiento metodológico para la elaboración del mapa.....	49
1.2. Procedimiento metodológico para la elaboración del mapa.....	49



2. Dimensión Socio Económica	54
CAPITULO IV. LA CIUDAD DE MÉRIDA EN LA ACTUALIDAD.....	61
1. Premisas técnicas	64
2. Diagnostico Situacional	66
3. Definición de la estrategia de desarrollo local.....	68
3.1. Matriz de potencialidades, limitaciones y problemas	72
3.2. Árbol de problemas: Causa y Efectos	75
3.3. Árbol de objetivos: Fines y medios.....	76
3.4. Definición de Objetivos	77
3.5. Estrategia de desarrollo local de los mercados de alimentos	79
3.6. Matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas (Cruces).....	81
3.7. Matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas	84
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
BIBLIOGRAFÍA.....	95
ANEXOS.....	98

www.bdigital.ula.ve



LISTA DE CUADROS

Cuadro	Nombre	Pág.
1	Cuadro1. Criterios de Clasificación de los Mercados de Alimentos en el municipio Libertador de estado Mérida - Venezuela. (Año 2017).....	43
2	Criterios de clasificación de los mercados populares.....	44
3	Parroquias que conforman el municipio Libertador de estado Mérida - Venezuela. (Año 2017).....	45
4	Ubicación y clasificación de los mercados de alimentos en el municipio Libertador de estado Mérida - Venezuela. (Año 2017).....	46
5	Capas suministrada por el Instituto Geográfico de Venezuela, Simón Bolívar (2017).....	47
6	Clasificación de los puntos de las coordenadas, según el tipo de mercado, en el municipio Libertador de estado Mérida - Venezuela. (Año 2017).....	49
7	Georreferenciación (GPS) tomada en el trabajo de campo, en los distintos mercados en el municipio Libertador de estado Mérida - Venezuela. (Año 2017).....	51
8	Relación tamaño de la población de las diferentes parroquias del Municipio Libertador del estado Mérida- Venezuela (Año 2017). Porcentaje.....	53
9	Relación tamaño de la población y consumo mínimo de las diferentes parroquias del municipio Libertador de la ciudad de Mérida, Venezuela.....	56



LISTA DE GRÁFICOS

Figura	Nombre	Pág.
1	Localización Geográfica. Situación Relativa: Nacional, Estatal y Local, de la Ciudad de Mérida, Municipio Libertador. (2017).....	48
2	Localización Geográfica de los Mercados de Alimentos del Municipio Libertador del estado Mérida- Venezuela (Año 2017).....	50
3	Relación cantidad de habitantes por municipio - parroquia del Municipio Libertador del estado Mérida- Venezuela (Año 2017).....	53
4	Fases de la planificación estratégica. CEPAL. 2003.....	63
5	Matriz de potencialidades, limitaciones y problemas. CEPAL. 2003.....	67

www.bdigital.ula.ve



RESUMEN

Universidad de Los Andes
Facultad de Arquitectura y Diseño
Maestría en Desarrollo Urbano Local
Mención: Gestión Urbana

Mercados De Alimentos En La Ciudad De Mérida, Venezuela: Un Análisis De Las Demandas Urbanas De Alimentos

Autora: Leninna J. Guarache A.
Tutora: Luz M. Rondón de Delgado

La disponibilidad y el acceso de alimentos a la población es uno de los aspectos que más afecta la seguridad alimentaria de una nación, de allí la necesidad de analizar la distribución urbana a objeto de evaluar la eficiencia de las estructuras comerciales responsables de proveer dichos alimentos. Se considera pertinente abordar esta problemática con la elaboración de una propuesta de plan de gestión de desarrollo local para los mercados de alimentos de la ciudad de Mérida-Venezuela, en virtud de la necesidad en la administración y planificación de los gobiernos locales y regionales respecto al desarrollo de sus circunscripciones en materia de abastecimiento y distribución de alimentos. El desarrollo de la crisis alimentaria que tiene lugar en Venezuela, se aborda mediante un análisis que se aproxima a una estimación al consumo diario por persona para continuar con una ponderación de la demanda de alimentos y discutir sus posibles alternativas de solución, con lo cual se buscaría revertir la tendencia negativa del sector alimentario.

Palabras Claves: Mercados de alimentos, gestión urbana, planificación urbana, plan local.



INTRODUCCIÓN

Con el crecimiento acelerado de las ciudades en los últimos decenios, y con ello el crecimiento de la población, sobre todo en los países en desarrollo, se ha ocupado gran cantidad del espacio urbano para satisfacer sus necesidades. Una de esas necesidades fundamentales enunciadas en la Declaración de Derechos Humanos de 1945 y la Constitución Nacional en su artículo 305¹, es la alimentación. Por ello, se buscan nuevos modelos en la agricultura que permitan resolver los problemas para aumentar la calidad de vida y la seguridad alimentaria y nutricional.

De esa manera, estos modelos deben tributar a redes de desarrollo que promuevan la formulación de planes y proyectos, así como brindar las recomendaciones técnicas que ayuden a mejorar la comercialización de los alimentos en los diferentes mercados, y que representen un cambio significativo en la gestión urbana.

Es así, que el abastecimiento y la accesibilidad de los productos agroalimentarios que ofrecen los mercados de alimentos demandan ser entendido como un proceso, fundamental y sistémico de la gestión y planificación urbana. Estas expresan de forma imperiosa atender las necesidades que presentan los individuos, considerando todas las variables y actores, que garanticen su ejecución.

¹ Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Artículo 305. El Estado promoverá la agricultura sustentable como base estratégica del desarrollo rural integral a fin de garantizar la seguridad alimentaria de la población; entendida como la disponibilidad suficiente y estable de alimentos en el ámbito nacional y el acceso oportuno y permanente a éstos por parte del público consumidor. La seguridad alimentaria se alcanzará desarrollando y privilegiando la producción agropecuaria interna, entendiéndose como tal la proveniente de las actividades agrícola, pecuaria, pesquera y acuícola. La producción de alimentos es de interés nacional y fundamental para el desarrollo económico y social de la Nación. A tales fines, el Estado dictará las medidas de orden financiero, comercial, transferencia tecnológica, tenencia de la tierra, infraestructura, capacitación de mano de obra y otras que fueren necesarias para alcanzar niveles estratégicos de autoabastecimiento. Además, promoverá las acciones en el marco de la economía nacional e internacional para compensar las desventajas propias de la actividad agrícola.



Es por ello que los mercados de alimentos, se han consolidado como uno de los formatos más importantes en el tejido distributivo urbano, y que por lo tanto deben normarse. Ya que en la actualidad la mayoría de los mercados de alimentos se encuentran en anarquía y con serios problemas de insalubridad, debido a la poca importancia que se da en cuanto a su ordenación y autorización de los espacios destinados a esta actividad.

La situación actual social, política y sobre todo económica, en Venezuela, no resulta fácil de abordar para el estudio de los mercados de alimentos. Por una parte, desde una perspectiva puramente económica, los desequilibrios en las políticas monetarias y financieras, hacen que los mercados de alimentos se distorsionen en la realidad de la especulación, y sean los ciudadanos los más afectados desde el punto de vista alimenticio. Al mismo tiempo, se advierte una crisis social e institucional, que es fundamental para la ejecución de los proyecto de gestión local.

Por otra parte, no solo es importante que haya un número suficiente de establecimientos para satisfacer las demandas alimenticias de las comunidades, sino que es esencial que ofrezcan los productos en condiciones y lugares adecuados y con una disposición de alimentos que cumpla con los requerimientos para su distribución, comercialización y venta.

Es por ello, que esta investigación tratará de sentar las bases para el desarrollo de una propuesta de plan de gestión para el funcionamiento de los mercados de alimentos en la ciudad de Mérida. Abordando un primer capítulo con el desarrollo del planteamiento del problema que presentan estos mercado, la justificación de la investigación, el alcance y las limitaciones que se pueden conseguir en los mercados establecidos o no.

Luego se aborda el segundo capítulo que ayuda a generar las bases de la investigación por medio de los antecedentes junto con el marco teórico y el marco histórico, ubica la realidad local de los mercados de alimentos.



Seguidamente, se pone en contexto el consumo de los alimentos, con la investigación de campo, para determinar cuáles y cuántos son los mercados establecidos en la ciudad de Mérida.

Por último se de determinar la muestra, se aplica las estrategias de desarrollo local, que contribuirán al desarrollo de un plan de gestión, como base para las buenas prácticas en el desarrollo de los mercados de alimentos. Finalmente, se generan las conclusiones y las recomendaciones a tomar en cuenta para el desarrollo de la investigación.

Concluyendo que tal y como se destacaba anteriormente, los mercados y para nuestra investigación los municipales son un pilar fundamental dentro del comercio especializado de la ciudad, por ello, vale la pena el estudio de su mejora, para así garantizar la soberanía alimentaria de las distintas parroquias del municipio libertador.

www.bdigital.ula.ve





www.bdigital.ula.ve

MI VISIÓN DEL PROBLEMA

1. Planteamiento del problema

La planificación y gestión de las ciudades en la actualidad exige un replanteamiento de estos procesos ante los nuevos retos para satisfacer las crecientes demandas sociales. Urge una planificación que integre las visiones social, económica, institucional y espacial de la ciudad con el fin de superar la pobreza, el estancamiento económico, el deterioro de los espacios urbanos, la pérdida de los espacios públicos, que junto a la ausencia de políticas de desarrollo integral y armónico de las ciudades generan un círculo vicioso de pobreza y deterioro de las ciudades.



Las ciudades de hoy se caracterizan por su dinamismo, heterogeneidad y complejidad. El aumento de las expectativas y necesidades, cada vez más múltiples y crecientes de la población determinan el desarrollo de las ciudades con base en la concepción de calidad de vida del colectivo. Ello exige planificar la ciudad considerando las demandas urbanas para lograr la satisfacción de necesidades humanas, la preservación del medio ambiente natural y la construcción bajo una concepción integral, armónica y sostenible. Esa es la norma actual, es decir, concebir planes ajustados a las demandas reinantes que atiendan y prevean las dificultades institucionales, económicas, culturales e incluso políticas, que retrasan la adopción de nuevos procesos de planificación y gestión urbana más idóneos.

Así lo refiere Fernández Guell (2006, p.124) al insistir:

Tradicionalmente, los políticos y los técnicos han abordado la planificación y la gestión urbana desde el lado de la oferta. Es decir: los dirigentes y gestores urbanos se han preocupado por desarrollar infraestructuras, urbanizar suelo, construir viviendas y suministrar equipamientos colectivos a partir de unos parámetros tecnocráticos, pero sin considerar explícitamente las necesidades específicas de los diversos colectivos sociales y empresariales que habitan en nuestras ciudades. Esta desatención, a primera vista reprobable, no ha sido causada tanto por una actitud poco democrática de nuestros dirigentes políticos y cuadros técnicos, sino por la falta de capacidad real para conocer con cierta fiabilidad las necesidades y los deseos de los diversos grupos que configuran la demanda ciudadana.

En regiones como América Latina, las zonas urbanas son hábitats que exponen los más intensos niveles de urbanización, ocupan la mayor parte de la estructura y función del espacio y con ello la mayor demanda de abastecimiento en todas las dimensiones de la ciudad, social, económica, físico-espacial e institucional. Dada su importancia en la trama espacial, el aprovisionamiento de alimentos de los ciudadanos ha ido desarrollando estructuras que respondan a la satisfacción de sus necesidades mediante mercados de alimentos donde se realizan intercambios de bienes y servicios.



En Venezuela, el acelerado deterioro de la calidad de vida de las últimas décadas ha propiciado la búsqueda de alternativas para la satisfacción de las necesidades más esenciales de la población, destacándose entre ellas, la necesidad de alimentación y con ello los mercados urbanos de alimentos en puntos estratégicos de las ciudades como una opción para la población y los productores que buscan dar una solución a los problemas que ha planteado la crisis alimentaria actual.

Las demandas de abastecimiento urbano generan mercados como los: mayoristas, minoristas, municipales, descentralizados, artesanales, campesinos, entre otros, que no son más que espacios de intercambio donde se compra y se vende en pequeñas cantidades a precios más bajos que los existentes en las cadenas de supermercados. Estos mercados son sistemas de abastecimiento los cuales tienen combinaciones complejas de actividades, funciones y relaciones (producción, manipulación, almacenamiento, transporte, procesamiento, embalaje, ventas al por mayor y menor, etc.) que permiten a las poblaciones de las ciudades satisfacer sus exigencias de alimento. (FAO, 2007).

Para Medina y Álvarez (2007, p. 183) los mercados de alimentos cumplen funciones significativas en las ciudades de hoy no sólo por la oportunidad de brindar productos frescos para la venta, sino por la importancia que representan desde lo cultural:

Es verdad que los mercados son espacios comerciales de carácter universal: lugares donde se compra y se vende en pequeñas cantidades, principalmente alimentos, aunque no sólo víveres. El mercado es, si se quiere, el escenario privilegiado y simbólico para el producto fresco. Dispuestas de manera visual y visible, las mercancías se exponen a los ojos del comprador o del visitante, ofreciendo toda una gama de colores y texturas, de aromas y olores penetrantes. Pero también es verdad que los mercados no son sólo eso. Son sitios excepcionales para la observación de contextos socioeconómicos, la capacidad de agencia y de organización de diversos actores, pero sobre todo de las relaciones sociales: un espacio público de encuentro, de negociaciones y transacciones entre personas de diferentes orígenes y credos donde



también se comunica, se hace circular y recibe información... por tanto, un potente espacio sociocultural y de significación.

Las demandas de abastecimiento de alimentos y su consecuente organización mediante mercados locales, donde se pueden encontrar productos agrícolas frescos y a menores precios, albergan una propuesta de desarrollo territorial basada en la disposición de alimentos agrícolas producidos en las zonas rurales y distribuidos a nivel local, regional y nacional que se disponen en áreas determinadas de las ciudades de forma directa.

Destacan en estos mercados la acción colectiva de los ciudadanos tanto para la aceptación en las comunidades de dichos mercados como de la organización y disposición de los productos y los vendedores, interviniendo espacios públicos muchas veces inadecuados para tal actividad. Los beneficios son percibidos por los consumidores, ya que obtienen sus productos alimentarios más económicos y evitan los traslados, las colas y el tránsito en la ciudad, lo que contribuye una ventaja más. No obstante, no todo es positivo, la ocupación de espacios públicos ocurre muchas veces de manera arbitraria e indebida, predomina la falta de normas de higiene en la venta de los alimentos o en los kioscos dispuestos para la venta, se genera una gran cantidad de desechos sólidos y se evidencia el deterioro de los espacios públicos.

En este sentido, y en atención a lo señalado por Medina y Álvarez (2007), los mercados de alimentos en las zonas urbanas constituyen una oportunidad única para planificar y gestionar las ciudades atendiendo no sólo las demandas sociales que hoy por hoy tienen un peso determinante en la acción pública, sino también desde la gestión de la ciudad, el estudio de las relaciones sociales –negociaciones, transacciones, intercambio de información- y su relación con el desempeño social, económico y espacial.

Estos mercados se pueden demostrar en todas las ciudades del país, algunos han sido impulsados desde el gobierno nacional mediante los



Mercados a Cielo Abierto² en un intento por ofrecer alternativas a la crisis que este mismo define como “guerra económica”. En estos mercados se observa la distribución de productos agrícolas (frutas y verduras, entre otros) y de víveres, que provienen de las cercanías de la ciudad y que han proliferado en las distintas calles y avenidas de la ciudad, en particular para el municipio libertador, provienen de los municipios rurales cercanos, ofreciendo productos agrícolas de calidad.

En el caso de la ciudad de Mérida, muy cercana a centros de producción agrícola la historia de los mercados de alimentos se remonta, a los años 50, donde la creación del Mercado Periférico de Mérida abre paso a la construcción de otros más como son el Jacinto Plaza en las adyacencias de la urbanización Santa Mónica, y el Clemente Lamus en la urbanización Los Curos. Más recientemente, como consecuencia del deterioro del ingreso de la población, producto de la creciente inflación y los efectos de los problemas macroeconómicos del país, el aumento de los precios de los bienes alimentarios básicos, han creado la necesidad de generar alternativas de consumo a las tradicionales, han surgido en estos mercados de alimentos la permanencia y renovación de ciertos formatos comerciales tradicionales, que aunque continúan ofreciendo una amplia oferta de productos frescos, entre los consumidores, pueden mejorar su capacidad de elección de calidades y precios, pero donde no se cuenta la distribución adecuada de los alimentos.

Es por ello, que el formato de mercado municipal, como fórmula comercial, en los municipios del estado Mérida, son absolutamente válidos. Sin embargo, la figura de mercado no establecidos necesita apostar por un proceso evolutivo que ayude a avanzar en nuevos conceptos y formas idóneas, sin llegar a perder sus señas de identidad tradicional, que siempre han tenido

² Los mercados comunales a cielo abierto, son una nueva metodología de distribución de alimentos para beneficiar a las comunidades más vulnerables del territorio nacional, que utilizan un espacio urbano delimitado y agrupan una oferta integrada de comercios y otros negocios independientes que cooperan entre sí para mejorar su atractivo y compartir servicios. Son las nuevas alternativas del gobierno nacional, para que las comunidades puedan adquirir los productos de la cesta básica alimentaria a precios justos. (MINPAL).



como formato la proximidad entre los oferentes y demandantes y que se refleja en factores como: su identificación como garantía de calidad, su trato personalizado y su contacto directo con el entorno urbano. Es así, como se ha llegado al momento de cambiar de mentalidad y de considerar, seriamente que el mercado no establecido es un producto que se debe enfocar prioritariamente a satisfacer las necesidades de los consumidores o de los responsables de comprar, en un entorno urbano o de una ciudad que contribuyan a consolidar y jerarquizar la trama urbana.

Esta investigación pretende llamar la atención sobre la importancia de los mercados de alimentos y su efecto sobre la imagen de la ciudad en términos turísticos. Ambos aspectos están supeditados a las condiciones de sobrevivencia que enfrenta el país, lo cual limita alcanzar ambos objetivos. Encontrándose como inconveniente principal la venta ambulante y detallada de alimentos, que es una consecuencia del desabastecimiento que sufre el país, donde el problema complejo se deriva de una política económica gubernamental errada y que comprende varias aristas como un modelo económico basado en controles, lo que están impidiendo la posibilidad de disminuir los niveles de escasez y generar la cadena delictiva de la especulación.

Lo que se quiere entonces es convertir esta oportunidad de ser una zona turística en una realidad que se ciernen sobre el comercio tradicional de venta de alimentos de calidad y al alcance de toda la población. Se trata de seguir fomentando un comercio pequeño pero cada vez más profesionalizado, moderno, no inmovilista, conservando lo bueno, pero muy abierto a lo nuevo, exaltado lo nativo y propio de la ciudad de Mérida.

Por otro lado, los mercados municipales han desarrollado una labor de comercialización de productos perecederos que ha supuesto su consolidación como uno de los formatos más importantes en el tejido distributivo de alimentos de origen agrícola. Estos mercados no permanecen ajenos a la reconfiguración del análisis de la demanda, necesitan conocer el



comportamiento del consumidor actual que mediante un proceso racional o irracional selecciona, compra, usa y dispone de productos, ideas o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos, quedando insuficiente la capacidad de productos ofrecidos para la venta, lo que contribuye a la proliferación de mercados no establecidos.

El diagnóstico que se realizará a los mercados de alimentos alude, en general, al análisis que se plasma para determinar la situación de la disposición y compra de alimentos, y cuál será la tendencia en el consumo de alimentos de origen agrícola. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos en el trabajo de campo, que de manera ordenada presentan sugerencias y propuestas en muchos de los aspectos que componen los mercados, tratando de que su ejemplo inspire la construcción de soluciones tanto de bajo costo, como de sistemas complejos, los cuales serán adaptados a cada municipio, según sus posibilidades económicas y financieras de las Alcaldías, que es a quién corresponde la competencia.

En consecuencia, para abordar la situación descrita en cuanto a los mercados de alimentos se desarrolla un diagnóstico que permita determinar su localización, funcionamiento y características con el objeto de generar una propuesta de plan de gestión urbano que contribuya a la regulación del funcionamiento de los mismos, los cuales garanticen la calidad e higiene de los productos para los consumidores, la organización de los puestos de venta, para que se busque ofrecer una estandarización de los mismos con el fin último de mejorar la imagen del espacio público y el aprovechamiento colectivo de la ciudad, mediante la revitalización de los espacios intervenidos que pudieran ir creando la cultura de turismo gastronómico como intercambio de buenas prácticas en esta materia y ser impulsores de un entorno urbano sostenible que satisfaga la demanda con su respectiva seguridad alimentaria, mediante la creación y gestión de mercados de calles sectorizados.



2. Preguntas

En este sentido, esta investigación pretende responder a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué es necesario saber cuánto se consume en producción agrícola en el estado Mérida?
- ¿Cuántos mercados espontáneos hay y en qué parroquias se encuentran?
- ¿Cómo pueden normarse estos mercados espontáneos, para que pueden recuperarse espacios públicos?

3. Justificación de la investigación

En este trabajo se indagan los motivos que justifiquen el diseño e instrumentación de una política pública que se ocupe de normar los mercados de alimentos de la Ciudad de Mérida mediante una estrategia de plan de gestión orientada a lograr la mejor distribución y funcionamiento en los mercados municipales.

Los mercados municipales mayoristas y minoristas de la ciudad en estudio, establecidos y no establecidos, presentan una deficiente calidad sanitaria de los productos agrícolas debido a la falta de normas de higiene en la venta y disposición de los alimentos, tanto en los kioscos dispuestos para la venta como en las zonas donde se ubican, adicionalmente, esto genera la desconfiguración de la ciudad tanto de su imagen como desde el punto de vista de la gestión y tratamiento de desechos sólidos que se obtienen por el funcionamiento de los mercados. Por último, se considera el aspecto de la ocupación de espacios públicos, que ocurre mayoritariamente de manera arbitraria e indebida, tocando aspectos de índole laboral y de las condiciones del ejercicio del trabajo de quienes ofrecen este servicio.



En este sentido, la importancia de esta investigación en las distintas parroquias de la ciudad de Mérida busca elaborar el diagnóstico de los mercados y la necesidad de desarrollar e impulsar una propuesta de plan de gestión en el proceso coyuntural que sufre actualmente el país, con el fin de favorecer y fortalecer las redes de producción y distribución de alimentos en los mercados minoristas, establecidos o no, dispuestos para ello y la necesidad de generar un diseño que determine las dificultades del acceso de los alimentos, la disponibilidad (en particular de productos frescos), que pueden contribuir con la seguridad alimentaria, la nutrición de la población y mejorar la imagen turística de la ciudad.

4. Objetivos de la investigación

4.1. Objetivo General:

Diseñar una propuesta de plan de gestión de los mercados de alimentos de la Ciudad de Mérida, Venezuela.

4.2. Objetivos Específicos:

1. Identificar los mercados de alimentos existentes en la ciudad de Mérida.
2. Elaborar un diagnóstico de los mercados de alimentos identificados en la ciudad de Mérida.
3. Realizar una propuesta de plan de gestión urbana de los mercados de alimentos de la ciudad de Mérida, Venezuela.

5. Alcance y Limitaciones

Esta propuesta de investigación se enmarca en el análisis de la ciudad, y la satisfacción de una serie de necesidades alimenticias en las comunidades urbanas. Considerando factores como la desactualización de planes urbanos y normativas como ordenanzas no cercanas a la actualidad, generan en los gobiernos locales la inoperatividad en sus funciones con respecto a las



demandas urbanas, aunado a la crisis actual se crean situaciones de anarquía y desarticulación entre los distintos actores de la ciudad y que afectan directamente el bienestar colectivo, en el acceso a los productos de primera necesidad.

La orientación y alcance de esta investigación se relaciona con la contribución a la creación de un diagnóstico en los mercados de alimentos que se fundamenta en la ausencia de las políticas adecuadas en la distribución, sanidad y política laboral de estos mercados, lo que impacta negativamente sobre una eficiente distribución de alimentos a los habitantes del municipio. Además, se considera que existe una distribución deficiente de estos alimentos que afecta la estructura de costos y la calidad del producto.

En paralelo se observaran los cambios en las relaciones de la población, de los productores y consumidores con su entorno natural, y se pondrá en relieve el papel fundamental que juegan los alimentos agrícolas en la ingesta total de la población del municipio libertador, que se traduce en el diseño de estrategias, para satisfacer las demandas urbanas, mediante el método de prospectiva en un enfoque cuantitativo de análisis de regresión, así como inferimos de Fernández Guell (2006, p.124) al definir:

La prospectiva, aplicada al ámbito urbano, puede definirse como una tentativa sistemática para observar a largo plazo el futuro de la ciencia, la tecnología, la economía y la sociedad con el propósito de identificar las tendencias emergentes, que previsiblemente producirán las mayores transformaciones económicas y sociales en la ciudad.

Es un planteamiento que resulta particularmente idóneo para analizar cambios a corto y medio plazo. Las previsiones de tipo cuantitativo se basan en un tratamiento matemático y estadístico de los datos de partida, utilizando series temporales para estudiar las relaciones causales entre dos o más variables urbanas; a partir de esa relación se prevén acontecimientos de futuro. Precisamente para mejorar el desarrollo comercial y económico, creando nuevas formas de distribución de los alimentos agrícolas dentro de un lugar



confortable, un lugar que estará diseñado para ser un espacio funcional y basado en las necesidades del usuario.

Dentro de las limitaciones, que se encontraron en la investigación se determinó la falta de información, en vista de no tener acceso a un correcto registro de información en el aplicativo de la planificación, desarrollo, gestión e inversión urbana territorial, y para nuestro caso de los mercados de alimento, lo que ralentizó las fases de la investigación e influye considerablemente en los reporte de información referente a la gestión urbana territorial local.

www.bdigital.ula.ve



2

www.bdigital.ula.ve

LO QUE HAN ESCRITO OTROS AUTORES

1. Antecedentes

Esta investigación tiene como sustento el crecimiento de las ciudades en los últimos decenios. Este crecimiento de la población urbana y de las zonas urbanas se conoce como urbanización, el cual ha sido tan acelerado en los últimos dos siglos que sobrepasa la capacidad de los emplazamientos para sustentarla. Aunado a esto, los cambios demográficos y de consumo, así como varios años de fallos sistémicos de la estrategia de desarrollo han profundizado los problemas de las ciudades y sus habitantes. Esta realidad ha exigido nuevas formas de planificación y gestión para dar respuesta a los retos y problemas planteados por la acelerada urbanización.



Uno de los aspectos más sensibles en las ciudades es la seguridad alimentaria especialmente en los países donde el acelerado crecimiento urbano está acompañado de elevados niveles de pobreza y miseria. La alimentación es uno de los aspectos fundamentales de la salud y la vida, que junto al saneamiento ambiental, el acceso al sistema de salud preventiva y curativa y el acceso a los servicios públicos fundamentales constituyen el cimiento del desarrollo humano que se continúa con la educación y la capacitación de la población. En este sentido, y atendiendo a la alimentación, se han establecido nuevos procesos agrícolas, que permiten resolver los problemas como el aumento de necesidades de la población. Esto lo que ha favorecido es en el aumento de la calidad de vida y seguridad alimentaria de los habitantes.

No obstante, el abastecimiento de alimentos, a pesar del carácter estratégico o preferencial que le otorga el Estado, no ha logrado la meta de autoabastecimiento, especialmente de productos alimenticios básicos, que contribuyan a lograr una alimentación plena en todos los habitantes del país.

En lo que respecta a Venezuela, la seguridad alimentaria está siendo afectada por una grave crisis económica y social. El proceso inflacionario venezolano que se ha evidenciado desde la década de los ochenta y que se ha acentuado en la última década alcanzando proporciones jamás vistas en el país, ha impactado negativamente en la seguridad alimentaria debido a la pérdida del poder adquisitivo, de una parte, y de otra, por el desabastecimiento de los productos alimenticios.

Conviene destacar que uno de los aspectos que ha incidido en el aumento y escasez de los productos agrícolas se relaciona con la injerencia deliberada del gobierno en la producción, importación, distribución y comercialización de alimentos, sin tener la organización, capacidad, experiencia, recursos y controles necesarios, lo cual ha afectado aún más la problemática económica, social y por lo tanto alimentaria del país.



Para Venezuela los trabajos publicados sobre el tema de mercados de alimentos espontáneos son limitados; no obstante, puede citarse a Gutiérrez, (2009), quien analiza las tendencias recientes del sistema alimentario venezolano (SAV), así como los efectos que sobre su desempeño tienen los cambios en los entornos mundial y nacional, en su artículo: *“El sistema alimentario venezolano: tendencias recientes y perspectivas”* donde destaca que es necesario un cambio en las políticas económicas y agroalimentarias con: la reducción del déficit fiscal, no emitir dinero inorgánico, liberación gradual del tipo de cambio y de los precios, renegociación de la deuda externa, política de reestructuración productiva, de sustitución de importaciones y promoción de exportaciones no petroleras, ya que las políticas económicas y agroalimentarias y las reglas de juego actuales no son favorables para un buen desempeño de la economía.

Esta situación, demuestra que una mejor distribución de los alimentos es un componente esencial de cualquier estrategia nacional, regional o local para mejorar la seguridad alimentaria y asumir la responsabilidad de gestionar los mercados de alimentos, como un centro de servicios. Así lo determina Yáñez (2008) en su investigación sobre el *“Diagnostico de la problemática ambiental en la gestión de mercados populares provisionales”*, quien a través del análisis de un conjunto de formas de ocupación del espacio urbano y de la selección de referencias bibliográficas y hemerográficas que ejemplifican los impactos, lleva a cabo la descripción de procesos y actividades, la identificación de impactos ambientales y sociales significativos, el análisis y causas de estos impactos, la detección de áreas críticas, en los mercados de alimentos populares, generando la propuesta de acciones de mejora y concluye con la existencia de problemas que apuntan a la contaminación en sus diversas expresiones y distintas maneras de desorganización espacial y su repercusión en los mercados de alimentos.



En vista de que el componente transversal de la investigación es el turismo, se toma la investigación *Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience* (Sims, 2009). Retrata que los intentos de mejorar la sostenibilidad económica y ambiental tanto del turismo como de la agricultura han estado vinculados al desarrollo de redes alimenticias "alternativas" y un renovado entusiasmo por los productos alimenticios que se perciben como tradicionales y locales. Este documento, argumenta que la comida local puede desempeñar un papel importante en la experiencia del turismo sostenible, ya que atrae el deseo del visitante de la autenticidad dentro de la experiencia de vacaciones.

Las vinculaciones encontradas en estos antecedentes analizan los procesos de distribución de alimentos y su impacto en los distintos ámbitos de la sociedad y de los mercados, por lo que servirán de base del diagnóstico para el desarrollo de un plan de gestión en los mercados de alimentos del municipio Libertador del estado Mérida.

2. Marco Histórico

En Venezuela los mercados y ferias representaron hasta casi mediados del siglo XX el núcleo de la unidad económica nacional y además un círculo de interacción social (Yáñez, 2008).

Los mercados coloniales a cielo abierto del siglo XIX estaban, ubicados en las calles principales y primordialmente en la plaza mayor de los estados, donde se compraban y se vendían en ellos productos derivados de la actividad productiva local y regional. Así lo describe Anido (2009, pág.4) en su trabajo para determinar la transición de la Venezuela rural y urbana y la transformación de los alimentos y las unidades tradicionales de expendio al detal acotando como eran los mercados populares de la época:



A inicios del siglo XX en las regiones centrales, las pulperías estaban instaladas generalmente en viviendas de amplios corredores exteriores y en locales esquineros con tres puertas y expendían: maíz pilado y en concha, arroz, harina de trigo y de maíz Cariaco, caraotas negras, arvejas, café tostado y sin tostar, funche, harina, sal en grano, onoto, queso blanco y amarillo, jamón ahumado, entre otros. Parte de estas existencias eran surtidas desde Petare y otras zona aledañas. Además vendían algunos productos importados: aceite de oliva, sardinas españolas, mantequilla danesa, guisantes, café tostado de Cataluña, alcaparras, aceitunas, manteca "Los tres cochinitos" de EE.UU. (...) dulces criollos, carato de masa y Kola Zeta -a temperatura ambiente, pues aún no existían neveras

Mérida no queda atrás y lo que fuera un convento de monjas construido en 1650, y luego de varias reconstrucciones que ocupaba una manzana entera se convierte en el mercado público. Sin embargo desde tiempos coloniales, la plaza mayor de Mérida (Hoy Plaza Bolívar) era el lugar de los mercados donde acudían pobladores campesinos con sus cosechas con toda libertad para la venta de sus productos, lo que generaba en aquellos tiempos un aspecto embostado y enlodado donde la comunidad pedía en aquel entonces, la construcción de un mercado

Es para 1943 luego de su construcción -que debió haber sido monumental entonces con 600 metros cuadrados de zinc galvanizado, apoyado sobre 44 columnas- estaba al servicio público. Pero es para 1953 que se acondiciona la parte alta para la venta de comida. Luego de unos años se inauguró en 1954 un nuevo mercado público, el Mercado Periférico, en el municipio de El Llano, para desahogar al deteriorado y sobrecargado Mercado Principal (Cartay, 2014)

Es entonces cuando el Mercado Principal de Mérida abandonó sus antiguas y bastante incómodas instalaciones en el centro, junto a la Plaza Bolívar, y se instaló en un nuevo limpio, moderno y confortable edificio. Luego de que en el año 1987, se diera la quema de la antigua sede del Mercado Principal de Mérida, ubicada en pleno centro de la ciudad, creándose un espacio social, cultural, económico y genuinamente democrático que fue



construido desde finales del siglo XIX con mucho esfuerzo y trabajo por diversas generaciones de hombres y mujeres merideños/as (García, 2007).

Dentro de los emblemáticos mercados de alimentos de la ciudad de Mérida también se encuentra el “Soto Rosa”, que se ubica en el estacionamiento del estadio de futbol “Guillermo Soto Rosa” y que constituye una estructura construida el 5 de septiembre del año 1969., pero es desde 1989 que se le ha dado el uso comercial al mercado popular, con una cantidad de aproximadamente 300 vendedores

Aun cuando se ha evolucionado en cuanto a la participación de distintos establecimientos de venta de distribución agrícola (Cadenas de supermercados) y hay proliferación de mercados no establecidos legalmente, por la transformación en la estructura económica, la agricultura se orientará desde 1930 hacia el mercado interno, pero es entre 2014 y 2016 cuando las medidas de ajuste económico instrumentadas por el gobierno nacional, contribuyen en desmedro del derecho a la alimentación y generan las distorsiones en los mercados de alimentos, trayendo como consecuencia la proliferación de mercados no establecidos, para nuestro caso, en el municipio libertador, que no contribuyen al ordenamiento de los mismos en los puestos de venta, generando el desorden en la disposición de alimentos.

Toda la situación descrita se agudiza, al observar la tendencia regresiva de la distribución del ingreso y la pérdida del valor adquisitivo, que provoca efectos negativos sobre la demanda real y el consumo de alimentos e incrementa el número de hogares en situaciones de pobreza, generando así el malestar en la población y desmejorando su calidad de vida.



3. Marco Teórico

La ciudad, espacio creado y transformado permanentemente por el hombre en función de sus necesidades individuales y colectivas, constituye actualmente la unidad primaria de organización territorial, que en lo relativo a la calidad de vida de sus habitantes, generan los más grandes retos del siglo XIX.

A partir de la gestión de cada uno de los recursos urbanos de las ciudades, el crecimiento y desarrollo territorial, deben contribuir a un nuevo modelo sustentado en el equilibrio entre las dimensiones económicas, sociales y ambientales. Estas condiciones exigen que la toma de decisiones deben ser oportunas e incluyentes; que reconozcan a las áreas urbanas como agentes de intercambio de bienes y servicios, generadoras de riqueza e innovación, y desarrollo.

Así, lo refiere la CEPAL (2003, pág. 9), en su guía de gestión urbana al afirmar que: *“En la actualidad se considera fundamental la comprensión de las relaciones sociales, económicas y políticas entre los diferentes actores que intervienen en la construcción y funcionamiento de la ciudad. Todo ello en el marco de una redefinición del rol y potencialidad de los sistemas urbanos en la región, en el marco de la globalización y la descentralización”*. Es por ello, que algunos gobiernos locales han recurrido al marketing urbano como herramienta de gestión, comprobando que estas estrategias locales contribuyen con la sustentabilidad urbana y el desarrollo de las ciudades.

Dada la complejidad de los componentes, procesos e interrelaciones que involucra las ciudades, se deben analizar los factores económicos, políticos y sociales presentes en la definición e implementación de las principales políticas de desarrollo urbano, para garantizar la continuidad de los procesos urbanos, así como las políticas estatales y municipales, que tributarán a que los mecanismos de gestión prevalezcan en la ciudad.



Es por ello que la aparente insostenibilidad de las ciudades, se traducen en demandas de opciones de desarrollo del hábitat que día a día son más variables y complejas. La difusión de la gestión y planificación de ciudades, responde a la satisfacción de esta serie de necesidades emergentes en las comunidades urbanas, proponiendo colaborar y contribuir con el diseño de mecanismos e instrumentos institucionales, metodológicos y financieros que puedan mejorar sustantivamente la gestión del hábitat.

En este sentido, emergen pautas sobre la gestión urbana que reivindican la capacidad de creación de los sujetos sociales, esto es, aplicar unas estrategias urbanas que involucren y reconozcan a los ciudadanos (habitantes y visitantes), las instituciones, los gobiernos municipales, el suelo urbano, los inversionistas, competidores y/o colaboradores, como capitales necesarios para abordar esta complejidad y multidimensionalidad de la ciudad

Esta dinámica, que marca procesos tan profundos, en el estudio del área urbana sigue siendo un reto frente al conjunto económico y demográfico llamado región. Al interior de las regiones, las ciudades se agrupan alrededor de actividades económicas, comerciales y de servicio. Así lo infieren los teóricos de la acumulación flexible, en la evolución de los paradigmas y modelos interpretativos del desarrollo territorial, al decir:

El espacio no es el plano homogéneo e isotrópico, de la economía espacial neoclásica, en el cual se inscribe una actividad económica que a partir de un azar inicial se aglomera o se fragmenta siguiendo solo las reglas del mercado. Al contrario, el espacio es la dimensión material de las relaciones sociales. Es la actividad humana – las relaciones humanas de todas clases – las que constituyen la substancia misma del espacio, el cual es un campo de fuerzas en donde interactúan los factores históricos y físicos, con la acción múltiple de los agentes sociales. (Mocayo, 2001, pág. 31),

Lo que significa que las ciudades no operan en el vacío. Su presencia se asocia a una región que la rodea con la que comparten recursos y oportunidades. Lo que da a entender que en vez de sólo mirar dentro de los límites municipales,



las ciudades que planifican juntas pueden tener una ventaja competitiva al realizar una coordinación entre municipios. Además de la eficiencia espacial, esto les permitiría tener economías de escala para aumentar su poder de negociación.

En este marco de ideas, la gestión urbana se plantea entonces, como el manejo integral de la ciudad, contribuyendo con la priorización de problemas, la identificación de la pobreza de la ciudad, la generación y administración de recursos, el apoyo y fortalecimiento de los sectores públicos, privados, y el ordenamiento de la ciudad, para convertirse en un instrumento clave para la planificación y puesta en marcha de los planes estratégicos que busquen dar respuesta a los problemas que han sido identificados previamente y así, generar los componentes de las diferentes dimensiones de la sostenibilidad en las ciudades.

Estas ideas, forman parte del concepto de la planificación de las ciudades, que de manera simplificada la tomaremos como la corriente que identifica cuestiones urgentes con los recursos disponibles y asegura que las iniciativas no sean redundantes o vayan en direcciones diferentes, esto en vista de que quienes lo hacen, muchas veces, están alejados de los problemas reales que viven las personas para las cuales planifican, lo que representa un desafío.

Según Fernández Güell (2007), la planificación estratégica de ciudades surge ante la crisis y agotamiento del planeamiento urbano normativo actual debido entre otras razones a las siguientes razones

- Incapacidad manifiesta para prever con cierta exactitud la evolución futura del desarrollo urbano.
- Excesiva complicación técnica y lentitud de los procesos administrativos para el desarrollo de suelo urbanizado.
- Escasa transparencia y existencia de corrupción.



- Fuerte presión de los agentes económicos para reducir la intervención pública en el desarrollo urbanístico.
- Conflictividad soterrada entre las diferentes visiones profesionales sobre la ciudad.

La estrategia territorial se trata de abordar las problemáticas comunes, como el transporte la concentración de vivienda y servicios, entre otros, donde la cooperación intercomunal y las autoridades, puedan lograr la coordinación, la localización y distribución espacial de las actividades económicas y facilitar la captura del valor de la inversión pública.

Por otro lado, las ciudades exitosas construyen hitos mediante la realización de proyectos prioritarios que están alineados con la visión a largo plazo. Estas tienen una visión que deben seguir a través de un marco para lograr un desarrollo de manera ordenada, donde se despegue de la idea del control centralizado, y por el contrario, se puedan anticipar las necesidades, coordinar esfuerzos y establecer un camino hacia un horizonte que se construye de forma colectiva, hacia el desarrollo local.

Dentro de esta perspectiva de desarrollo local lo que se quiere es precisar cuáles son las carencias así como las causas de las mismas, que puedan ayudar a superar las deficiencias y asentar un cuerpo de políticas públicas que permitan desentrañar aspectos ocultos de realidad social, en defensa de los intereses de las entidades locales. Estos cambios que llevó al desarrollo local de una situación de marginalidad a otra de atención preferente, se han explicado fundamentalmente por la incapacidad de las políticas macroeconómicas para resolver los problemas de desestructuración y desequilibrios que mostraban muchos territorios en su base más primaria.

Partiendo de la idea básica de que a nivel macro, de la economía nacional, las políticas de equilibrio, ajuste y crecimiento están bastante resueltas, cada vez cobra más importancia y mayor fuerza, al menos para un grupo no



despreciables de estudiosos del desarrollo, la perspectiva espacial, territorial, regional y local. Es a este nivel donde, lo que en términos nacionales promedio puede reflejar un comportamiento razonable, es posible observar con mayor nitidez el rostro vivo de las desigualdades y, por tanto, el lugar común donde es necesario buscar respuestas concretas para la superación de la pobreza, para el emprendimiento de nuevas actividades productivas que incorporen los avances tecnológicos más recientes, para la generación de empleo, en definitiva, para la potenciación de nuevos estilos de desarrollo originados desde la base.(Silva, 2003. Pág. 11).

Cuando se determina la estructura social de una ciudad, desde el punto de vista económico, el eje central es identificar un sistema productivo local, que buscará lograr el aumento de la productividad y de la competitividad, y que estará caracterizado por las relaciones basadas en la confianza, el conocimiento y el intercambio de productos, para obtener las economías de escala y reducir los costes de transacción. Por el lado de la dimensión socio – cultural, dependeremos de actores sociales, que están caracterizados por un sistema de relaciones que abarcan desde la toma de decisiones, aplicación de las técnicas particulares de cada uno de ellos y la acción sobre el problema particular. Y por último dentro de los aspectos políticos administrativos se establece la relevancia del territorio en las políticas sociales, permitiendo que emerjan de una manera más localizada y real, las necesidades y aspiraciones de los habitantes de una ciudad.

Un aspecto determinante del desarrollo socio económico de considerable complejidad es la gestión de la seguridad agroalimentaria local, donde se pueden desarrollar esfuerzos sistemáticos y sistémicos en torno a los problemas más cercanos, más concretos y palpables en cuanto a la alimentación, se pueden brindar soluciones más efectivas en función de las necesidades con un enfoque de participación social, siendo los gobiernos locales quienes tienen el papel más poderoso para encaminar de forma



imperiosa la atención de las necesidades de alimentación que presentan los individuos, de tal manera que se debe pasar por el planteamiento de objetivos estratégicos que garanticen el abastecimiento y la accesibilidad de los productos agroalimentarios. Es así como lo refiere Vilorio (2012, Pág.17):

La gestión local deberá entender las acciones, estrategias y planes que los gobernantes municipales deben establecer para un desarrollo sostenido de la seguridad agroalimentaria en términos de abastecimiento y accesibilidad; la profundización en estos programas agroalimentarios, establecen la participación de otros agentes del poder, para que los mismos tengan la firmeza y la fortaleza de llegar a los estratos más bajos de la población, es decir, se deben de implementar políticas de ayuda y fortalecimiento, redes de distribución comunitarias agroalimentarias en sus regiones para que se desarrollen a cabalidad las acciones que impulsen la seguridad agroalimentaria en los gobiernos locales.

4. Bases Legales

La preocupación creciente respecto a lograr una gestión pública creciente con respecto al acceso de los alimentos en Venezuela, requiere investigar los mercados de alimentos en la zona metropolitana del estado Mérida, tomando como base que los mercados (minoristas y mayoristas) ya establecidos y los cuales están regidos por los consejos municipales, mediante ordenanzas y adscritos a la dirección de mercados municipales. Se asume en esta investigación como marco legal según la pirámide de Kelsen, que se está en correspondencia a lo descrito en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV) de 1999, artículo 305, el cual establece:

El Estado promoverá la agricultura sustentable como base estratégica del desarrollo rural integral a fin de garantizar la seguridad alimentaria de la población; entendida como la disponibilidad suficiente y estable de alimentos en el ámbito nacional y el acceso oportuno y permanente a éstos por parte del público consumidor. La seguridad alimentaria se alcanzará desarrollando y privilegiando la producción agropecuaria interna, entendiéndose como tal la proveniente de las actividades agrícola, pecuaria, pesquera y acuícola. La producción de alimentos es de interés nacional y fundamental para el desarrollo económico y social



de la Nación. A tales fines, el Estado dictará las medidas de orden financiero, comercial, transferencia tecnológica, tenencia de la tierra, infraestructura, capacitación de mano de obra y otras que fueren necesarias para alcanzar niveles estratégicos de autoabastecimiento. Además, promoverá las acciones en el marco de la economía nacional e internacional para compensar las desventajas propias de la actividad agrícola.

Este hecho fundamental, que se denota en la CRBV, se sigue respaldando con las atribuciones que se tienen en la Ley Orgánica del Poder Público Municipal (2005), en el Título III. De la competencia de los municipios y demás entidades locales, Capítulo I. Competencia de los municipios, en su artículo 52:

Es competencia de los municipios, el gobierno y la administración de los intereses propios de la vida local, la gestión de las actividades y servicios que requiera la comunidad municipal, de acuerdo con la Constitución de la República y las leyes.

Mientras en el artículo 60 reza:

Cada municipio, según sus particularidades, tendrá un plan que contemple la ordenación y promoción de su desarrollo económico y social que incentive el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad municipal.

Si bien los mercados populares en Venezuela tienen la importancia de generar beneficios económicos y sociales para la población en su conjunto, porque en estos se mueven grandes flujos de dinero que llevan a dinamizar la economía al grado de hacerlos permanentes, y en ellos se pueden encontrar una diversidad de productos en un mismo sitio de emplazamiento, estos necesitan para el mejor funcionamiento y organización apegarse a todas las leyes y ordenanzas del municipio, como la reforma parcial de la Ordenanza para el funcionamiento y control de los mercados municipales del Concejo Municipal del Libertador del estado Mérida (2006) quien en su Artículo 2 reza:

La creación, funcionamiento y regulación de los Mercados es de competencia Municipal, como un estímulo al trabajo de los comerciantes y que sean espacios para impulsar la economía local y abaratar los costos, tanto para el ofertante como para el consumidor. El



Municipio vigilará y controlará el buen funcionamiento de estos Mercados

De manera conjunta con el poder municipal, los consejos comunales constituyen una instancia adicional, debido a su relevancia en las políticas actuales del estado, donde toma como prioridad esta figura, que tiene como prioridad proteger a los consumidores y usuarios y que se ven en las políticas de seguridad alimentaria y abastecimiento las cuales están reguladas por entes del poder público, tales como ministerios, organismos adscritos y programas sociales denominados misiones, o en las distintas formas de mercados de cielo abierto llamados jornadas socialistas de hortalizas, jornadas de ventas de los sistema de producción y abastecimiento comunal (SACO), entre otros.

La legislación venezolana contempla también otras leyes de salud y ordenamiento que deben cumplirse para el buen desarrollo de los mercados de alimentos, entre las que se encuentra:

- Ley orgánica de salud. Gaceta oficial nº 36.579 de fecha 11 de noviembre de 1998.
- Reforma de la ley orgánica para la planificación y gestión de la ordenación del territorio. Gaceta oficial nº 5.820 de fecha 1 de septiembre de 2006.
- Ley orgánica del trabajo, las trabajadoras y los trabajadores. Gaceta oficial nº 6. 076 de fecha 7 de mayo de 2012.
- Ley orgánica de prevención, condiciones y medio ambiente de trabajo. Gaceta oficial nº 38.236 de fecha 26 de julio de 2005.
- Ley de ordenación urbanística. Gaceta oficial nº 33.868 de fecha 16 de diciembre de 1987.
- Ley de mercadeo agrícola. Gaceta oficial nº 37.389 de fecha 21 de febrero de 2002.



- Ley de gestión integral de la basura. Gaceta oficial nº 6.017 de fecha 30 de diciembre de 2010
- Decreto 2.2.16 relativo a las normas para el manejo de desechos sólidos de origen doméstico, comercial, industrial o cualquier otra naturaleza que no sean peligrosos. Gaceta Oficial N° 4.418 Extraordinaria del 27 de abril de 1992.

El análisis de las fuerzas o principios organizativos, como las leyes, y de las estructuras y resultantes de la gestión urbana, la planificación, la ciudad y los mercados de alimentos, generan las relaciones antes descritas en este capítulo, lo que nos ubica en el problema a enfrentar, de allí la necesidad de analizar los contextos históricos, metodológicos y legales que nos ayudaran a modelar un plan de gestión para los mercados de alimentos.

www.bdigital.ula.ve



3

www.bdigital.ula.ve

CÓMO ENFRENTAR EL PROBLEMA

1. Marco metodológico

1.1. Tipo de Investigación

La investigación desarrollada se fundamentó en la idea de crear un modelo de gestión para la red de los mercados de alimentos municipales, aplicando un proceso de recopilación de datos y procesando éstos para obtener la información requerida.

Entendiendo que las instituciones tradicionales de distribución mayorista y minoristas de alimento de origen agrícola, son los elementos más importantes en los sistemas urbanos de distribución de provisiones, víveres y comestibles



actualmente en el municipio en estudio. Sin embargo, la tendencia a preferir los negocios que venden bajo los sistemas de supermercados no descarta identificar la fragmentación de los consumidores de cada uno de estas variaciones de mercado.

La metodología a seguir, se basa en un análisis descriptivo y prospectivo sobre el consumo de alimentos a través de estos mercados, donde se diseñarán instrumentos basados en datos estadísticos sobre la cantidad, frecuencia y distribución de estos alimentos. Es bien conocido, algunos de los valores típicos para hacer el bosquejo del análisis previo al problema, como que el municipio Libertador posee un consumo superior a 100 toneladas diarias de alimentos, según estimaciones y estadísticas de consumo de alimentos por la cantidad de población del municipio según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2012) los cuales en su mayoría provienen del mercado mayorista y es distribuido a los mercados minoristas, supermercados, y demás mercados formales e informales.

Este trabajo está supeditado a establecer los primeros insumos para aportar a una normativa hacia este tipo de mercados minoristas, la mejor solución posible, con un enfoque hacia el análisis económico, fundamentalmente, la estructura de costos.

La metodología de campo es aplicada para realizar encuestas y entrevistas para determinar las necesidades selectas por los usuarios, en la disposición y distribución de los alimentos, analizar el sitio, contrastar la información generada por los mercados mayoristas y hacer las respectivas evaluaciones de los contenidos. Antes de llevar a cabo este análisis es importante tener presentes dos consideraciones metodológicas. En primer lugar, es aconsejable limitar el estudio del entorno para que resulte manejable y relevante, ya que demasiada envergadura y volumen puede estancarlo muy fácilmente. Por tanto, no se trata tanto de desarrollar unos escenarios de futuro muy detallados sobre cada parcela de la vida urbana, sino de alcanzar una visión general sobre las transformaciones más significativas que están afectando o que



previsiblemente afectarán a los sistemas sociales, económicos y físicos de una ciudad (Fernández, 2006).

Para lograr concluir, cuáles serán las mejores maneras de distribuir para obtener un óptimo, es decir, brindar unos mercados minoritas que ofrezcan un servicio (con esa personalización del proceso de venta y con esas muestras de confianza) que ningún otro establecimiento de venta pueda igualar, ya que será un centro de abastecimiento establecido por La Alcaldía en ejercicio de las competencias y normativamente atribuidas, fundamentalmente, para la venta al por menor de artículos alimenticios en régimen de libre competencia, mediante la concurrencia y multiplicidad de puestos de venta, tendentes a cubrir las necesidades de la población.

1.2. Diseño de la investigación

La investigación se encuentra constituida bajo los criterios conceptuales y los procedimientos básicos que permiten establecer los diferentes pasos para el estudio acorde a la disponibilidad de la información existente, donde se describen:

1. **Analítico;** ya que comprende el análisis de los mercados agrícolas el cual sirve de basamento para el estudio de los mercados municipales de alimentos.
2. **Bibliográfico;** debido a que se realizó una recopilación de información literaria relacionada con el tema.

Para representar los mercados de alimentos del Municipio Libertador, específicamente de la ciudad de Mérida, se llevó a cabo cada uno de los objetivos planteados, donde se aplicaron las siguientes fases:

- **Revisión y recopilación bibliográfica**



En esta etapa se procedió a la revisión, análisis, evaluación y selección de las fuentes de información disponible, referentes al tema de los mercados agrícolas y a los procesos de distribución de los alimentos.

- **Revisión y recopilación cartográfica.**

Esta fase consistió en la búsqueda, recopilación y selección del material cartográfico referente al área de estudio.

- **Revisión del marco legal.**

En la siguiente fase se procedió a resaltar en cada una de leyes, ordenanzas y decretos cada uno de los artículos que hacen alusión al tema de estudio.

- **Propuesta de plan de gestión**

Para esta fase se aplicaron las herramientas propuestas en la metodología para diseñar estrategias de desarrollo local, en la gestión pública, orientadas por el Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) Dirección de Gestión del Desarrollo Local y Regional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2005).

2. Contexto de la investigación

El Municipio Libertador del estado Mérida, es una unidad sistémica territorial – espacial, siendo éste objeto de la gestión y administración del hecho social, económico, cultural, urbano y principalmente turístico, llegando a uno de sus niveles más importantes: la planificación y gestión del sistema de abastecimiento y distribución de alimentos, con el fin de conocer el comportamiento de las variables que influyen en la distribución de los mercados de alimentos públicos provisionales y establecidos.

Reconociendo, los cambios que ocurren en el suelo o en algunos de sus elementos al tomar en cuenta que la calidad de vida está determinada por las demandas primarias de la sociedad - como es la alimentación- y que ello



implica, la ocupación del espacio, se desea generar un instrumento que forme parte de la política del desarrollo que velará por el buen aprovechamiento de los espacios, garantizando así, la distribución de los alimentos en las mejores condiciones para la población.

En este sentido, la Ciudad de Mérida tiene una larga trayectoria en la disposición de los mercados de alimentos. Al respecto, Cartay (2014) señala que entre 1619 y 1620, se redactaron las normas que constituyeron las ordenanzas de Mérida, una de ellas, reglamentaba usos y costumbres y ordenaba que todos los jueves debía hacerse mercado en las ciudades de Mérida, Barinas y Pedraza. Lo que se convirtió en un día de animación para la población, representando así, la evolución de los mercados en una unidad económica nacional y círculo de interacción social.

Estos comercios evolucionaron a mercados coloniales, que empezaron a existir desde hace muchos años, cuando la sociedad organizada comprendió que era necesario establecer días, horarios y locales apropiados para la actividad de intercambio comercial de productos. Los mercados entonces, son figuras jurídicas de derecho público, con plena capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones que dependerán de la capacidad efectiva de la municipalidad, es decir de la alcaldía, para regular y administrar, bajo su propia responsabilidad y en provecho de sus pobladores, los asuntos públicos que la Constitución y las leyes le señalan. Estos tienen el deber de desarrollar su capacidad técnica, administrativa y financiera, a fin de que puedan asumir las competencias que le correspondan, es por ello, que la alcaldía del municipio Libertador, tiene influencia y control sobre la operación de los puestos en los mercados tipo 1, con el cobro de arancel o impuesto y así en el abastecimiento municipal.

Cualquier materia que incida en el desarrollo socio-económico de la circunscripción territorial de cada municipio, como en nuestro caso son los



mercados de alimentos, y cualquier función que pueda ser cumplida de manera eficiente dentro de la jurisdicción o que requiera para su cumplimiento de una relación estrecha con su propia comunidad, debe de estar reservada para el ámbito de competencia de los mismos municipios.

En este orden de ideas, las Naciones Unidas mediante su órgano para la alimentación (FAO) ha realizado investigaciones en materia alimentaria y definido unos criterios para clasificar los mercados populares.

Cuadro 2. Criterios de clasificación de los mercados populares.

Criterios	Clasificación
Ubicación	Mercado Rural Mercado Urbano
Características físicas y espaciales	Espacios abiertos no diferenciados para la venta, operados por vendedores ambulantes ² Mercados de calle o al margen de la vialidad (común en áreas rurales y urbanas). Mercados cubiertos o techados (más usuales en áreas urbanas) Tiendas de pequeña escala asociadas con áreas urbanas de mercado.
Tipo de productos comercializados	Productos de horticultura, tales como frutas frescas, vegetales y flores. Carne fresca. Pescado fresco y seco. Mercancía seca. Comida cocida Utensilios y productos del hogar Ropa y calzado Mercado heterogéneo
Tiempo de operación y servicios que ofrecen	Mercados que ofrecen un amplio rango de funciones, como por ejemplo los que ofrecen venta al detal y al mayor. Edificaciones o áreas especializadas como mercados en un día a la semana o un momento específico del día (todo el área o una parte de ella puede utilizarse para diferentes propósitos en otro momento, como por ejemplo un estacionamiento, área deportiva o recreativa, entre otros) Mercados semanales o por temporadas, también denominados “mercados periódicos o provisionales”.



Criterios	Clasificación
Tipo de propiedad y operación	<p>Mercados que operan todos los días en un sitio permanente, ya sea en un edificio fijo o en puestos móviles (posiblemente con actividades expandidas los fines de semana o un día en específico)</p> <p>Municipalidades urbanas o autoridades locales en áreas rurales.</p> <p>Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.</p> <p>Empresas privadas</p> <p>Fundaciones religiosas o caritativas, organizaciones vecinales o comerciantes.</p> <p>Mercados abiertos operados en propiedad común, no perteneciente a un individuo u organización en particular.</p>

Fuente: FAO (1995).

De este modo, y con base en lo referido, en el municipio Libertador del estado Mérida, en la poligonal urbana, podemos identificar y clasificar cuatro (04) tipos de mercados de alimentos. El primero, el mercado de alimentos fijo o establecido, el cual permanece de manera constante en instalaciones físicas determinadas para ello, y que usualmente está normado con las ordenanzas municipales, aquí se pueden encontrar mercados como: El Clemente Lamus, el Jacinto Plaza y el mercado Periférico, entre otros. En segundo lugar, se determinan los mercados itinerantes los cuales son determinados por establecerse sólo algunos días de la semana, en espacios definidos de las parroquias del municipio, con cierta cantidad de rubros, y no se encuentran normados, un ejemplo de este tipo de mercados es el Soto Rosa. Y en tercer lugar, están los mercados informales, los cuales no están autorizados, y generan distorsión en su definición. También se tiene las ferias alimenticias, ofrecidas por parte de los gobiernos municipales y regionales, que son establecidos generalmente dos veces al mes y que ofrecen una variada cantidad de rubros.



Cuadro 1. Clasificación de los Mercados de Alimentos en el municipio Libertador de estado Mérida - Venezuela. (Año 2017).

Parroquias	Clasificación de los Mercados
Establecidos	1
Itinerantes	2
No Autorizados	3
<i>Ferías</i>	4

Fuente: Trabajo de campo. Cálculos Propios.

Los Mercados Establecidos (TIPO 1): Son mercados urbanos, con lugares físicos, cubiertos o techados, que están regulados por las ordenanzas municipales y que ofrecen un gran rango de funciones.

Los Mercados Itinerantes (TIPO 2): Son mercados a cielo abierto (típicamente sobre una plaza o terreno urbano) en espacios abiertos no diferenciados para la venta, que tienen ciertas regulaciones, con exposición de alimentos entre un día (01) y tres (03) días a la semana.

Los Mercados No Autorizados (TIPO 3): Mercados al margen de la calle, operados por vendedores ambulantes, con puestos móviles.

Las Ferías (TIPO 4): Son mercados organizados por los gobiernos regionales o municipales, en espacios a cielo abierto, cada quince (15) días, ofreciendo un rango amplio de productos.

Por consiguiente, la ciudad de Mérida, en su poligonal urbana cuenta con quince (15) parroquias, en el espacio muestral definido, no se consideraran dos parroquias: El Morro y Los Nevados, por su condición particular de parroquias rurales. Tampoco se tomará para la investigación el Mercado Principal de Mérida, por ser un centro de recreación turística, que abarca en gran porcentaje la actividad económica del mismo, y donde la venta de alimentos agrícolas es pequeña en relación a componente de compras de artesanías. Se inicia en nuestro espacio de estudio la determinación de dichos mercados en las parroquias definidas en el cuadro 3.



**Cuadro 3. Parroquias que conforman el municipio Libertador de estado
Mérida - Venezuela. (Año 2017).**

Parroquias	Ubicación de Sectores
El Sagrario	Comprende las avenidas 2 Obispo Ramos de Lora, 3 Independencia, 4 Bolívar, 5 Zerpa, 6 Rodríguez, 7 Maldonado y 8 Paredes, desde la calle 18 hasta la calle 26 con viaducto Campo Elías. (Centro de la ciudad de Mérida).
Arias	Comprende las avenidas 8 Paredes, 7 Maldonado, 6 Rodríguez Suárez, 5 Zerpa y la 4 Bolívar, tomando la acera izquierda, hacia la vía que conduce al sector El Arenal y por consiguiente las urbanizaciones Don Perucho, Carlos Gainza y los sectores de La Vega de San Antonio, El Rincón de Lourdes y la Cueva.
Milla	Comprende las avenidas 4 Bolívar por la acera derecha, 3 Independencia, 2 Obispo Ramos de Lora y la 1 Rodríguez Picón, comienzo de la calle 18 y se extiende a lo largo de la avenida Universidad, sector La Hoyada de Milla, sector Chorros de Milla, Santa Rosa, parte de la avenida Los Próceres, La Milagrosa hasta el barrio Santa Ana.
Lasso de La Vega	Comprende las avenidas Los Próceres desde el supermercado El Santo Niño hasta El Puente La Pedregosa, (norte y sur), urbanizaciones La Linda, La Orqueta y residencias Sai-Sai y La Floresta.
Caracciolo Parra Pérez	Comprende las avenidas Los Próceres desde el supermercado Santo Niño hasta la intersección que comunica la avenida Ezio Valeri, y por la avenida Las Américas, desde el cuartel del Cuerpo de Bomberos hasta el Viaducto Sucre. (Terminal y Las Américas)
Parroquia JJ Osuna Rodríguez	Comprende las urbanizaciones Los Curos, La Mata, La Panamericana, vía Jají hasta el sector Los Maitines. (El Rincón, El Llanito, La Otra Banda, avenida Los Próceres).
Mariano Picón Salas	Comprende las avenidas Las Américas desde el CC Canta Claro, viaducto Sucre, por la avenida Los Próceres desde la entrada de la urbanización Santa Bárbara oeste hasta el CC. Buganvillas.
Domingo Peña	Comprende desde final de la avenida Don Tulio Febres Cordero (Escuela Godoy), avenida 16 de Septiembre (Santa Elena, Campo de Oro) hasta Santa Juana.
Juan Rodríguez Suárez	Comienza en el viaducto Sucre y se extiende a lo largo de la avenida Andrés Bello hasta el sector Zumba, tomando el desvío hacia La Parroquia. Le corresponde también el enlace vial Gómez Arellano hasta la urbanización La Hacienda. (La Punta)
El Llano	Desde el viaducto Campo Elías (calle 26), avenidas 1 Rodríguez, 2 Obispo Ramos de Lora, 3 Independencia, 4 Bolívar hasta el sector Glorias Patria (calle 37). Tomando el paseo Domingo Peña, la avenida Urdaneta hasta el viaducto Sucre (CC Ramiral).
Parroquia Juan Rodríguez Suárez	Comienza en el viaducto Sucre y se extiende a lo largo de la avenida Andrés Bello hasta el sector Zumba, tomando el desvío hacia La Parroquia. Le corresponde también el enlace vial Gómez Arellano hasta la urbanización La Hacienda. (La Punta)



Parroquias	Ubicación de Sectores
Parroquia El Llano	Desde el viaducto Campo Elías (calle 26), avenidas 1 Rodríguez, 2 Obispo Ramos de Lora, 3 Independencia, 4 Bolívar hasta el sector Glorias Patria (calle 37). Tomando el paseo Domingo Peña, la avenida Urdaneta hasta el viaducto Sucre (CC Ramiral).
Jacinto Plaza	Por la vía El Arenal, desde el sector La Pueblita, San Jacinto, el sector Pie de La Loma, Las Tienditas del Chama, sector Chamita y urbanización Carabobo. (Cuenca del Chama)
Spinetti Dini	Comprende la avenida Las Américas desde el CC Mamayeya hasta el puente de la Hechicera, por la avenida Los Próceres desde el CC Buganvillas por la avenida Cardenal Quintero. (Residencias Domingo Salazar Rojas)
Gonzalo Picón Febres	Desde el sector San Benito hasta La Culata (El Valle) y desde La Vuelta de Lola hasta El Vallecito.
El Morro Los Nevados	Parroquias rurales

Fuente: Unidad Operativa de Medios y Comunicación de la DAP-ULA

Tomando en cuenta estas características podemos decir que se encuentran en la ciudad de Mérida veintiún (21) mercados de alimentos, accesibles y de larga tradición en su mayoría, con las distintas clasificaciones de pequeña escala, para satisfacer la demanda alimentaria de la población. (Ver Cuadro 4).

Cuadro 4. Ubicación y clasificación de los mercados de alimentos en el municipio Libertador de estado Mérida - Venezuela. (Año 2017).

Nº	Nombre/Lugar/Referencia del Mercado	Parroquia	Tipo de Mercado
1	La Milagrosa, frente al comedor de la ULA	Milla	Tipo 2
2	Barrio Santa Ana, frente a las residencias Los Frailejones, Simón Bolívar	Spinetti Dini	Tipo 2
3	Hoyada de Milla, más arriba de la estación de servicio PDV	Gonzalo Picón Febres	Tipo 2
4	Al lado del Hospital Sor Juana Inés de la Cruz	Spinetti Dini	Tipo 2
5	Sector Belén, al lado de la Plaza de Belén	Arias	Tipo 2



Nº	Nombre/Lugar/Referencia del Mercado	Parroquia	Tipo de Mercado
6	Avenida 2 Lora. Entre calles 19, 20 y 21.	El Sagrario	Tipo 3
7	Los Sauzales, cerca de la prefectura.	Mariano Picón Salas	Tipo 2
8	Mercado Frutería Cosecha de los Andes	Spinetti Dini	Tipo 1
9	Mercado Periférico. Cerca de la estación de Tromerca.	Domingo Peña	Tipo 1
10	Mercado "Soto Rosa"	Domingo Peña	Tipo 2
11	Mercado "Jacinto Plaza"	Parroquia Domingo Peña	Tipo 1
12	Mercado "Clemente Lamus"	JJ Osuna Rodríguez	Tipo 1
13	Sector La Pedregosa, la gran parada.	Lasso de La Vega	Tipo 2
14	Frente al Hotel Park	El Llano	Tipo 4
15	La Parroquia	Juan Rodríguez Suárez	Tipo 2
16	La Parroquia frente a la Plaza Bolívar	Juan Rodríguez Suárez	Tipo 2
17	Mercado Murachi	Caracciolo Parra Pérez	Tipo 2
18	La Milagrosa, frente a la entrada al barrio	Milla	Tipo 2
19	Avenida Las Américas, detrás del supermercado Cosmo.	Caracciolo Parra Pérez	Tipo 4
20	Las Tienditas del Chama.	Jacinto Plaza	Tipo 2
21	Residencias Albarregas	Spinetti Dini	Tipo 2

Fuente: Trabajo de campo. Cálculos propios.

Dentro del desarrollo local se identifican dos dimensiones: Físico Natural y socio económica, que generaran los mecanismos de funcionamiento de las economías locales, ya que explican la fuerte relación que se establece en los distritos o municipalidades, el territorio, y la economía de ellos. Es por ello, que para esta investigación ponemos en práctica las dimensiones que servirán de base a una estrategia de desarrollo.



1. Dimensión Físico Natural

1.1. Localización geográfica

El municipio Libertador del estado Mérida, se encuentra ubicado dentro de la poligonal urbana, sitio que hoy ocupa el casco central del área metropolitana, sobre una meseta definida por el Parque Albarregas, rodeada por esplendorosas montañas que definen su carácter y belleza (Ver Figura 2).

1.2. Procedimiento metodológico para la elaboración del mapa

FASE I: Revisión y recopilación cartográfica

Esta fase consistió en la búsqueda, recopilación y selección del material cartográfico referente al área de estudio, la cual en su mayoría fue facilitada por el Instituto Geográfico de Venezuela Simón Bolívar. Originando el siguiente inventario: (Ver Tabla 5).

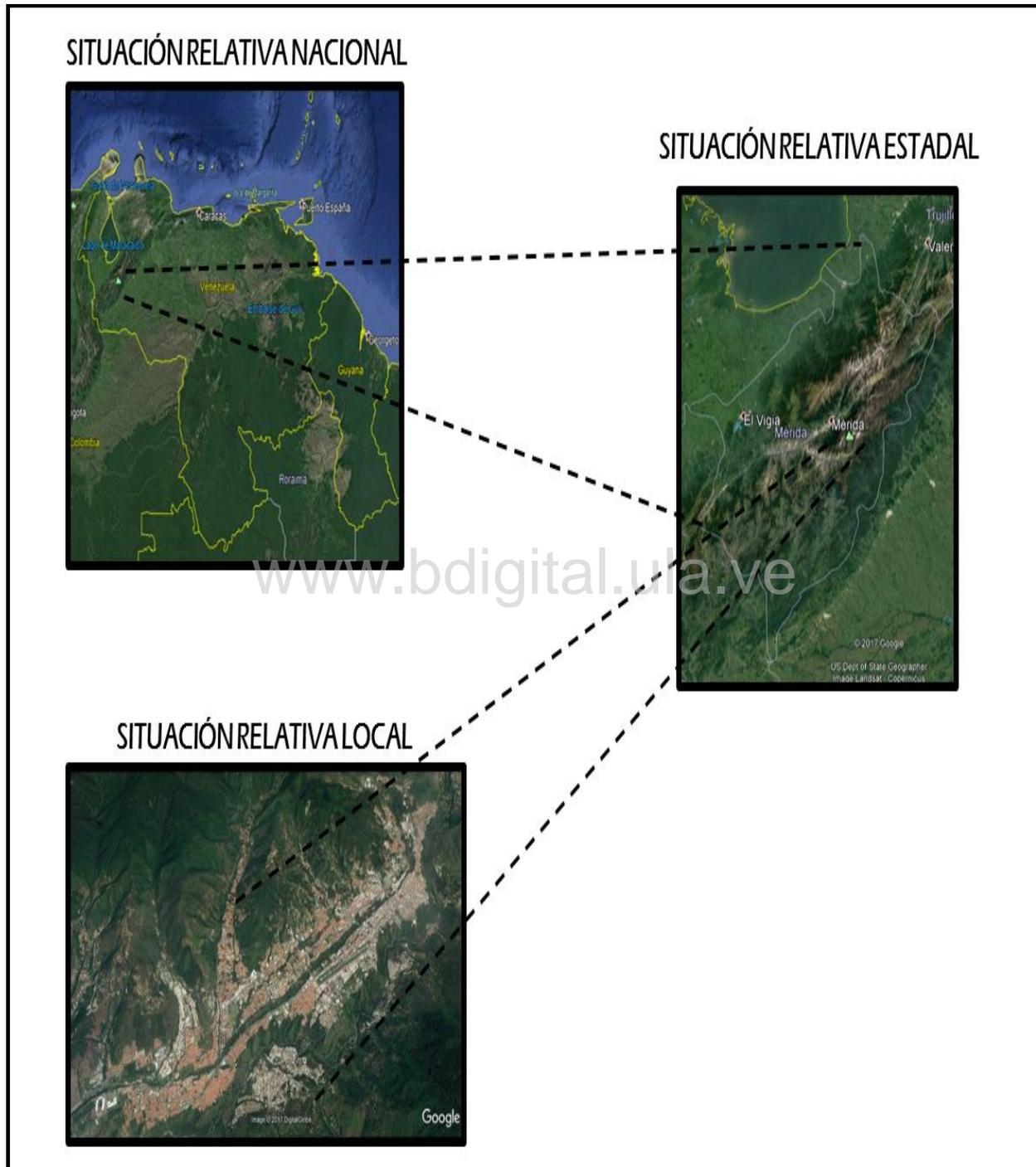
Cuadro 5. Capas suministrada por el Instituto Geográfico de Venezuela, Simón Bolívar (2017)

<p>Vectores:</p> <ul style="list-style-type: none">• Shepefile de Centros Poblados• Shepefile de Infraestructura• Shepefile de la poligonal urbana de Mérida
--

Fuente: IGVSb, 2017



Figura.1 Localización Geográfica. Situación Relativa: Nacional, Estatal y Local, de la Ciudad de Mérida, Municipio Libertador. (2017)



Fuente: Elaboración Propia. Imágenes:



FASE II: Elaboración cartográfica

En base a la información recolectada, se procedió a la rasterización, estandarización de formatos y sistema de coordenadas, vectorización y edición; procedimientos que contribuyen a la generación de productos cartográficos digitales, a través de los programa Arc Gis 10.0. A continuación, se describen los criterios utilizados para la elaboración de los diferentes mapas:

Elaboración del mapa de localización de mercados

Para la elaboración del mapa se utilizó el shepafile de la poligonal urbana de Mérida que sirvió de base para delimitar el área de estudio, posteriormente se plotearon los puntos que se levantaron con GPS (Ver tabla 6) de los diferentes mercados, dichos puntos se exportaron a un shepafile, el mismo se clasificó para identificar con un color diferente a cada tipo de mercado quedando de la siguiente manera:

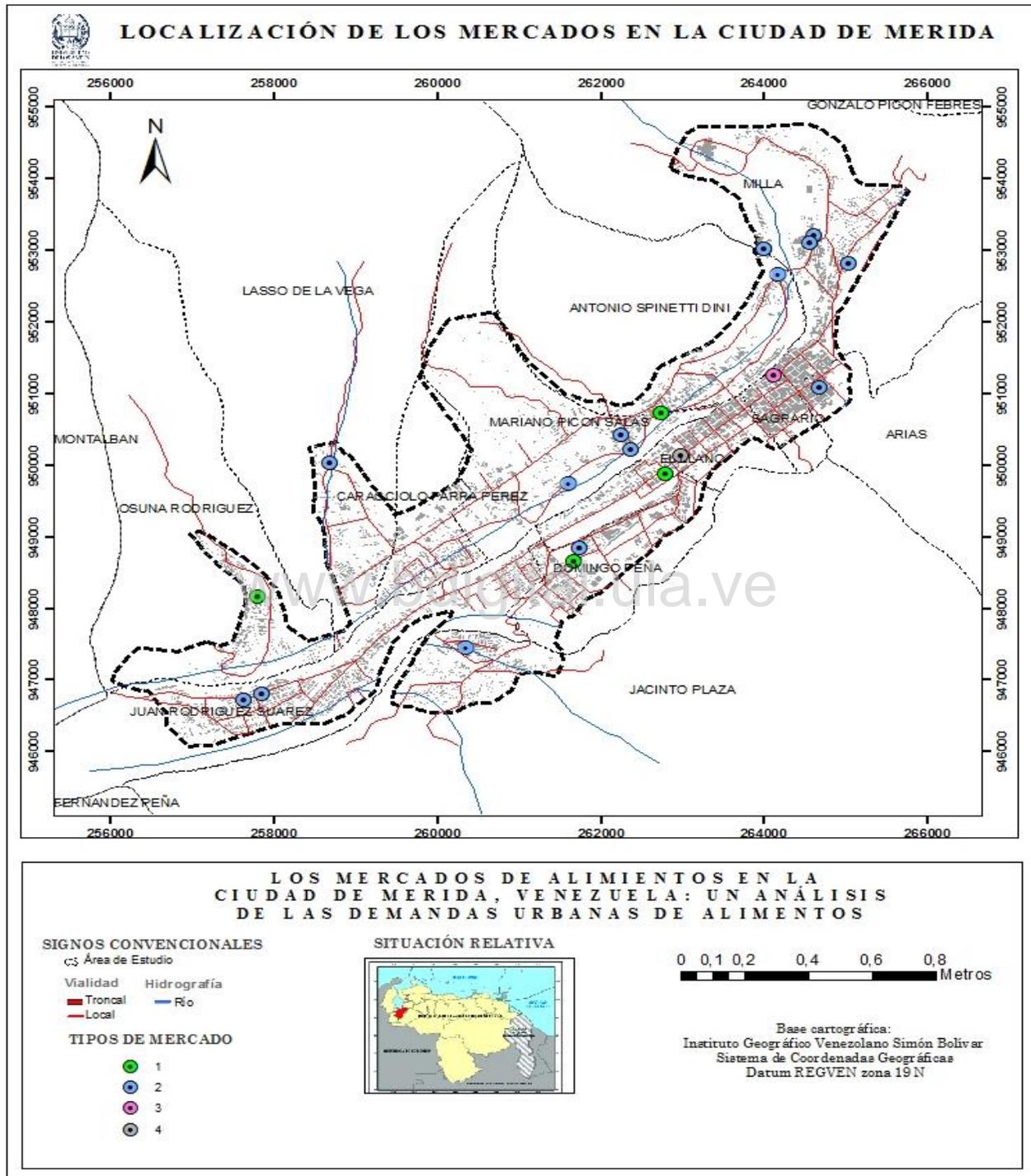
Cuadro 6. Clasificación de los puntos de las coordenadas, según el tipo de mercado, en el municipio Libertador de estado Mérida - Venezuela. (Año 2017).

Color	Tipo de mercado
	1
	2
	3
	4

Fuente: IGVS, 2017. Geógrafa Dilía Mora.



Figura.2 Localización Geográfica de los Mercados de Alimentos del Municipio Libertador del estado Mérida- Venezuela (Año 2017)



Fuente: IGVS, 201. Geógrafa Dilia Mora.



El diagnóstico de la investigación se realizó recorriendo cada uno de los puntos donde se observaba un mercado de alimento establecido o no, y que genera presión en el espacio interno de las diferentes parroquias, tomándose la georreferenciación de los puntos cardinales, para tener una mejor visión de la ubicación de los mismos. (Ver Cuadro 7).

Cuadro 7. Georreferenciación (GPS) tomada en el trabajo de campo, en los distintos mercados en el municipio Libertador de estado Mérida - Venezuela. (Año 2017).

Nº	Nombre/Lugar/Referencia del Mercado	Tipo de Mercado	Coordenada Este (X)	Coordenada Norte (Y)
1	La Milagrosa, frente al comedor de la ULA	Tipo 2	953.301	264645
2	Barrio Santa Ana, frente a las residencias Los Frailejones, Simón Bolívar	Tipo 2	953.083	264011
3	Hoyada de Milla, más arriba de la estación de servicio PDV	Tipo 2	952.820	265035
4	Al lado del Hospital Sor Juana Inés de la Cruz	Tipo 2	951.502	263798
5	Sector Belén, al lado de la Plaza de Belén	Tipo 2	951.136	264682
6	Avenida 2 Lora. Entre calles 19, 20 y 21.	Tipo 3	951.261	264106
7	Los Sauzales, cerca de la prefectura.	Tipo 2	950.430	262297
8	Mercado Frutería Cosecha de los Andes	Tipo 1	950.791	262067
9	Mercado Periférico. Cerca de la estación de Tromerca.	Tipo 1	949.904	252760
10	Mercado "Soto Rosa"	Tipo 2	948896	261774
11	Mercado "Jacinto Plaza"	Tipo 1	948644	261683
12	Mercado "Clemente Lamus"	Tipo 1	948150	257733
13	Sector La Pedregosa, la gran parada.	Tipo 2	950.104	258688
14	Frente al Hotel Park	Tipo 4	950.160	262969
15	La Parroquia	Tipo 2	946.722	257632
16	La Parroquia frente a la Plaza Bolívar	Tipo 2	946790	257049
17	Mercado Murachi	Tipo 2	950225	262369
18	La Milagrosa, frente a la entrada al barrio	Tipo 2	953077	264550
19	Avenida Las Américas, detrás del supermercado Cosmo.	Tipo 4	949.664	261520



Nº	Nombre/Lugar/Referencia del Mercado	Tipo de Mercado	Coordenada Este (X)	Coordenada Norte (Y)
20	Las Tienditas del Chama.	Tipo 2	946.920	260109
21	Residencias Albarregas	Tipo 2	952.679	26416

Fuente: IGVS, 2017. Geógrafa Dilia Mora.

- En el siguiente paso se fueron llamando cada uno de los shepfile de vialidad y centros poblados, y se les procedió hacer un clip, usando el Arct Toolbox (Analysis tools – Extract – Clip), cortando cada uno de los shepfile al tamaño del área de estudio.
- Posteriormente se procedió a realizar el Layaot donde se resalta la situación relativa nacional, estatal y local, se le agrega la leyenda el título, las escalas, las coordenadas, la fuente y cualquier otra información que se quiera resaltar, y donde esta base que sirven como molde para los siguientes mapas a realizar. (Ver Figura 1).

2. Dimensión Socio Económica

El estudio de la población, sus características y distribución son esenciales, en el proceso de planificación y en especial en la gestión. A partir del conocimiento de las estimaciones de la población que se encuentra en el municipio Libertador, podemos determinar la demanda de alimentos y el por qué se requiere que la distribución de los mismos sean las más idóneas, en alternativas de desarrollo territorial, para así contribuir a la seguridad alimentaria y mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio.

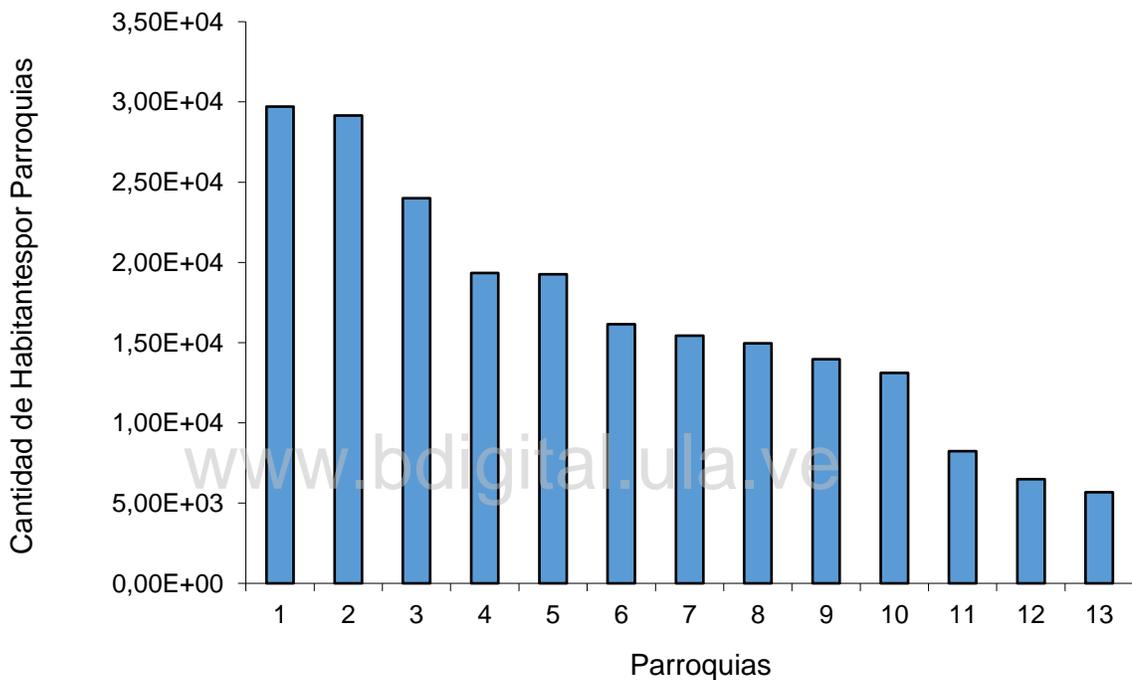
Población:

El análisis de la estructura demográfica, permite inferir sobre formas de consumo de alimentos. En lo que se refiere al comportamiento de la estructura poblacional del área de estudio, en la Figura 2., se muestra la distribución ordenadas de forma descendente de la población por parroquias (Ver Tabla 8),



donde se puede determinar que las parroquias Jacinto Plaza, Antonio Spinetti Dini y Osuna Rodríguez, son las que según el censo del 2011 realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), están más pobladas, y abarcan un aproximado del 40% de la población, con un total de 82.875 habitantes.

Figura.3. Relación cantidad de habitantes por municipio - parroquia del Municipio Libertador del estado Mérida- Venezuela (Año 2017)



Fuente: Cálculos propios.

1 Jacinto Plaza	8 Mariano Picón Salas
2 Antonio Spinetti Dini	9 Juan Rodríguez Suárez
3 Osuna Rodríguez	10 Caracciolo Parra Pérez
4 Milla	11 El Llano
5 Domingo Peña	12 Gonzalo Picón Febres
6 Arias	13 Sagrario
7 Lasso de la Vega	



Cuadro 8. Relación tamaño de la población de las diferentes parroquias del Municipio Libertador del estado Mérida- Venezuela (Año 2017). Porcentaje.

Nº	Parroquias	Nº de Habitantes	Porcentaje
1	Jacinto Plaza	29.717	13,79%
2	Antonio Spinetti Dini	29.155	13,53%
3	Osuna Rodríguez	24.003	11,14%
4	Milla	19.340	8,97%
5	Domingo Peña	19.261	8,94%
6	Arias	16.153	7,49%
7	Lasso de la Vega	15.438	7,16%
8	Mariano Picón Salas	14.967	6,94%
9	Juan Rodríguez Suárez	13.974	6,48%
10	Caracciolo Parra Pérez	13.120	6,09%
11	El Llano	8.231	3,82%
12	Gonzalo Picón Febres	6.496	3,01%
13	Sagrario	5.687	2,64%
Total Municipio Libertador		215.542	100%

Fuente: INE, 2011.

Se puede apreciar que las tres primeras tienen un porcentaje del 38.5 % del total, esto nos permite inferir respecto al consumo de mercados de alimentos. Lo que nos hace relacionar que una de las parroquias con más población como la Antonio Spinetti Dini, tiene en promedio más mercados de alimentos (Tipo 1 y Tipo 2), según los datos ya estudiados que otras parroquias, esto en vista de la misma dinámica en la demanda que tiene la población y que los mercados responden solo por ello, y no por medidas de planificación por parte del gobierno local o regional.

Resulta apropiado señalar también que en la parroquia Domingo Peña, se encuentran ubicados, los mercados, de mayor magnitud y mejor establecidos (Tipo 1 y Tipo 2) como lo son: El mercado Soto Rosa, el Jacinto Plaza y el mercado Periférico, aunque de igual forma desorganizados y



desordenados, que proveen en sus días de establecimiento, las demanda de alimentos de esa y otras parroquias, así como de otros municipios.

Para determinar mejor esta relación de demanda y consumo de alimentos, limitamos el área de estudio, es decir, el municipio Libertador, que cuenta con una población de 215.542 hab., y con una superficie de 11.300 km². Cuando se trata de consumo de alimentos, se realizan cálculos de orden de magnitud, es por ello que se determina la cantidad de alimentos consumidos diariamente por persona que oscila entre un máximo de un (1) kilogramo (kg) y un mínimo de medio (0,5) kilogramo (kg) de alimentos, y se determina con la siguiente relación:

$$\text{Consumo} = (\text{Cantidad de Hab} \times \text{Cantidad diarias de alimentos p/p})$$

- **Consumo Máximo de 1Kg/h**

$$\text{Consumo Máx} = \sim(215 \times 10^3) \times 1\text{kg}$$

$$\text{Consumo Máx} = 215.000\text{kg/d}$$

$$\text{Consumo Máx} = 215 \text{ toneladas diarias}$$

- **Consumo Mínimo de 0.5 Kg/h**

$$\text{Consumo MÍN} = \sim(215 \times 10^3) \times 0,5\text{kg}$$

$$\text{Consumo MÍN} = 107.500\text{kg/d}$$

$$\text{Consumo MÍN} = 107 \text{ toneladas diarias}$$



Reescribiendo estas relaciones tenemos la siguiente ecuación:

$$f_c [P_X, m_{c(x)}] = P_X \cdot m_{c(x)} \cdot \tau^{-1}$$

f_c = Función de consumo

P_X = Población (Cantidad de habitantes).

$m_{c(x)}$ = Cantidad de alimentos consumidos.

τ = Relación consumo de alimentos (diario, meses, año).

Se considera el valor mínimo para hacer una predicción hacia el orden de magnitud del problema, con el fin de asegurar el "caso peor" de la valoración. Se estima que en el municipio Libertador se consumen más de 100 toneladas diarias de alimentos aproximadamente (> 108 toneladas). Con ésta estimación queremos responder la siguiente pregunta ¿Será posible estimar la cantidad de alimentos (en masa) distribuidas en los mercados municipales? ¿De qué forma se distribuyen?

Cuadro 9. Relación tamaño de la población y consumo mínimo de las diferentes parroquias del municipio Libertador de la ciudad de Mérida, Venezuela.

Nº	Parroquias	Habitantes	Porcentaje	Consumo/día	Consumo/mes	Consumo/año
1	Antonio Spinetti Dini	29.155	13,53	14.578	437.325	5.320.788
2	Arias	16.153	7,49	8.077	242.295	2.947.923
3	Caracciolo Parra Pérez	13.120	6,09	6.560	196.800	2.394.400
4	Domingo Peña	19.261	8,94	9.631	288.915	3.515.133
5	El Llano	8.231	3,82	4.116	123.465	1.502.158



Nº	Parroquias	Habitantes	Porcentaje	Consumo/día	Consumo/mes	Consumo/año
6	Gonzalo Picón Febres	6.496	3,01	3.248	97.440	1.185.520
7	Jacinto Plaza	29.717	13,79	14.859	445.755	5.423.353
8	Juan Rodríguez Suárez	13.974	6,48	6.987	209.610	2.550.255
9	Lasso de la Vega	15.438	7,16	7.719	231.570	2.817.435
10	Mariano Picón Salas	14.967	6,94	7.484	224.505	2.731.478
11	Milla	19.340	8,97	9.670	290.100	3.529.550
12	Osuna Rodríguez	24.003	11,14	12.002	360.045	4.380.548
13	Sagrario	5.687	2,64	2.844	85.305	1.037.878
Total		215.542	100	107.771	3.233.130	39.336.415

Fuente: Cálculos propios.

El determinar la cantidad de alimentos nos hace inferir dos aspectos importantes en el estudio. Uno de ellos es la disposición de los mercados, tomando en cuenta que un mercado municipal debidamente establecido, debe estar ubicado en las parroquias, de manera que facilite su acceso a una buena parte de la población. Esto quiere decir que, dependiendo del tamaño de la parroquia y de la cantidad de población a servir, el mercado municipal puede localizarse en dos o más sitios, siendo independiente el funcionamiento de cada uno de ellos, de forma que se puede estimar que el mercado servirá a una población que tiene su residencia a una distancia no mayor de unas 10 cuadras, considerando que es una distancia prudente para desplazarse a pie. La localización del mercado debe estar acorde con las normas de desarrollo urbano municipal, planes de crecimiento de la ciudad, otro tipo de proyectos futuros, demanda poblacional, acceso al transporte de carga, disposición de desechos sólidos y no significar una molestia para otras actividades urbanas, tales como la vialidad y el transporte público. Por otro lado, la disposición de



los alimentos en los mercados depende de la correcta manipulación, el inventario y exhibición, esto estará en dependencia con la demanda, la cantidad de locales comerciales, en el caso de los mercados tipo 1, el volumen de mercadería, el tamaño de la parroquia o área a la que sirve el mercado, aunado a generar unas zonas de servicios sanitarios, zona de recolección de desechos sólidos, zonas de estacionamiento vehicular, entre otros

www.bdigital.ula.ve





www.bdigital.ula.ve

LA CIUDAD DE MÉRIDA EN LA ACTUALIDAD

El problema de gestión de la ciudad de Mérida, pasa por identificar las principales brechas en el ámbito de la planificación urbana, como es el suelo, la vivienda y, para nuestro caso de estudio, los mercados de alimentos. Mérida tiene una larga tradición popular en ello, debido a la influencia cultural española. La fuerte identidad en la urbe en este aspecto, se ve reforzada por su cercanía a dos polos de producción agrícola como lo son: la zona agrícola del Páramo merideño y la zona agrícola del Sur del Lago de Maracaibo, que se encuentran a los extremos del estado y le dan una connotación muy importante al estudio, debido a su influencia de distribuidores cercanos de productos de calidad agrícola, aunque no están asociados a un mecanismo de distribución local.



El tener la característica de una ciudad netamente urbana, condiciona los problemas complejos que pueda tener .en esa distribución de los alimentos. Los mercados de alimentos de vieja data como el Clemente Lamus, el Periférico, el Soto rosa, o el del sector la Milagrosa, existen desde hace más de 20 años, brindando el servicio a las comunidades de las distintas parroquias del municipio. Sin embargo, con el pasar de los años, lo tradicional de estos mercados, se ha convertido en desorden y anarquía, creando problemas de distribución de alimentos y salubridad generando nuevos puntos de ventas no autorizados, con peores condiciones que los establecidos, dañando así la imagen de la ciudad, que se convierte por su condición turística, en un centro histórico de relevancia nacional.

Es a partir de la crisis económica que enfrenta el país, que en la ciudad de Mérida empiezan a proliferar puntos de abastecimiento de alimentos no autorizados desde el año 2014. Generando una reflexión de lo que pasa desde ese entonces, debido a que las ventas de productos detallados, sin las respectivas autorizaciones y normas de seguridad e higiene, además de productos elaborados o no, inundan los mercados autorizados, y las calles merideñas (con mercados no autorizados) en desorden e insalubridad.

Para ello, nos concentramos en lo que pasa en el 2017, esta investigación, que inicia en enero del mismo año, determina en un trabajo de campo, con recorridos los días jueves, viernes y sábados, veintiún (21) mercados de alimentos que proveen a trece (13) parroquias del municipio libertador, de los cuales, más de un 60% son mercados no establecidos formalmente y el 20% son establecidos y autorizados como mercados minoristas. Lo que nos da una idea para determinar el problema coyuntural de alimentación en la ciudad de Mérida, tratando de verificar, cuáles de ellos, son colectivos de personas, o productores directos, o en vista de la situación, quienes se están aprovechando de la desorientación que tiene el gobierno municipal, para lucrarse sin apegarse a las normas respectivas.



Esto lo que nos demuestra es una profunda crisis económica y social real, que genera dificultades en los habitantes, desmejorando su calidad de vida. Esta complejidad de problema se determinados principalmente por dos razones, la primera, vista desde el aspecto social, es que se está convirtiendo en un problema de salud pública, por la disposición de los alimentos sin las respectivas normativas, y segundo vista desde el aspecto económico, la deficiencia en la distribución al mayor y detal de los productores y distribuidores locales, que no cuentan con las redes adecuadas para la distribución de los alimentos., que basados en la especulación en los precios de los alimentos, contribuyen al detrimento de la sociedad merideña.

Sin embargo, la condición de Mérida como una ciudad turística y que está enmarcada en una estrategia nacional de turismo, puede tomarse como eje transversal para determinar la potencialidad y resolver el problema desde el punto de vista de turismo gastronómico, donde el interés estará puesto en la cultura culinaria y agrícola, generando una planificación y gestión que tribute a ello, y potencie la sostenibilidad económica del municipio, el asesoramiento de las buenas practicas, mediante la responsabilidad social empresarial, e institucional, que corresponde a la alcaldía del municipio libertador, por medio de Consejo Legislativo Municipal, o mediante sus organismos adscritos generar las políticas y normativas para el desarrollo adecuados de los mercados de alimentos. Contribuyendo así a la recaudación de recursos propios y la mejora de la estabilidad de vida de los merideños.

Conforme a todos estos problemas descritos se busca configurar una estrategia, para ordenarlos y esbozar así un plan de gestión para los mercados de alimentos. Para ello, se aplicó la metodología desarrollada por la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL), quien desarrolla las Metodologías para la elaboración de desarrollo local, la cual según Silva (2005, pág. 5), reza:



Para elaborar de cada una de las etapas del proceso de planificación enumeradas, se propone una serie de ayudas metodológicas que son las que contribuyen a que estos componentes del plan surjan como un todo armónico, que se va desarrollando en forma coherente y articulado en cada una de las fases del proceso de planificación.

Por lo que la investigación procura hacer una propuesta utilizando esta metodología, para impulsar los procesos de gestión urbana que se debe impulsar desde las municipalidades, aplicando los instrumentos como los lineamientos estratégicos de desarrollo que en última instancia se traducen en la identificación de acciones concretas que se determinaran bajo las siguientes etapas: (Ver gráfico 3).

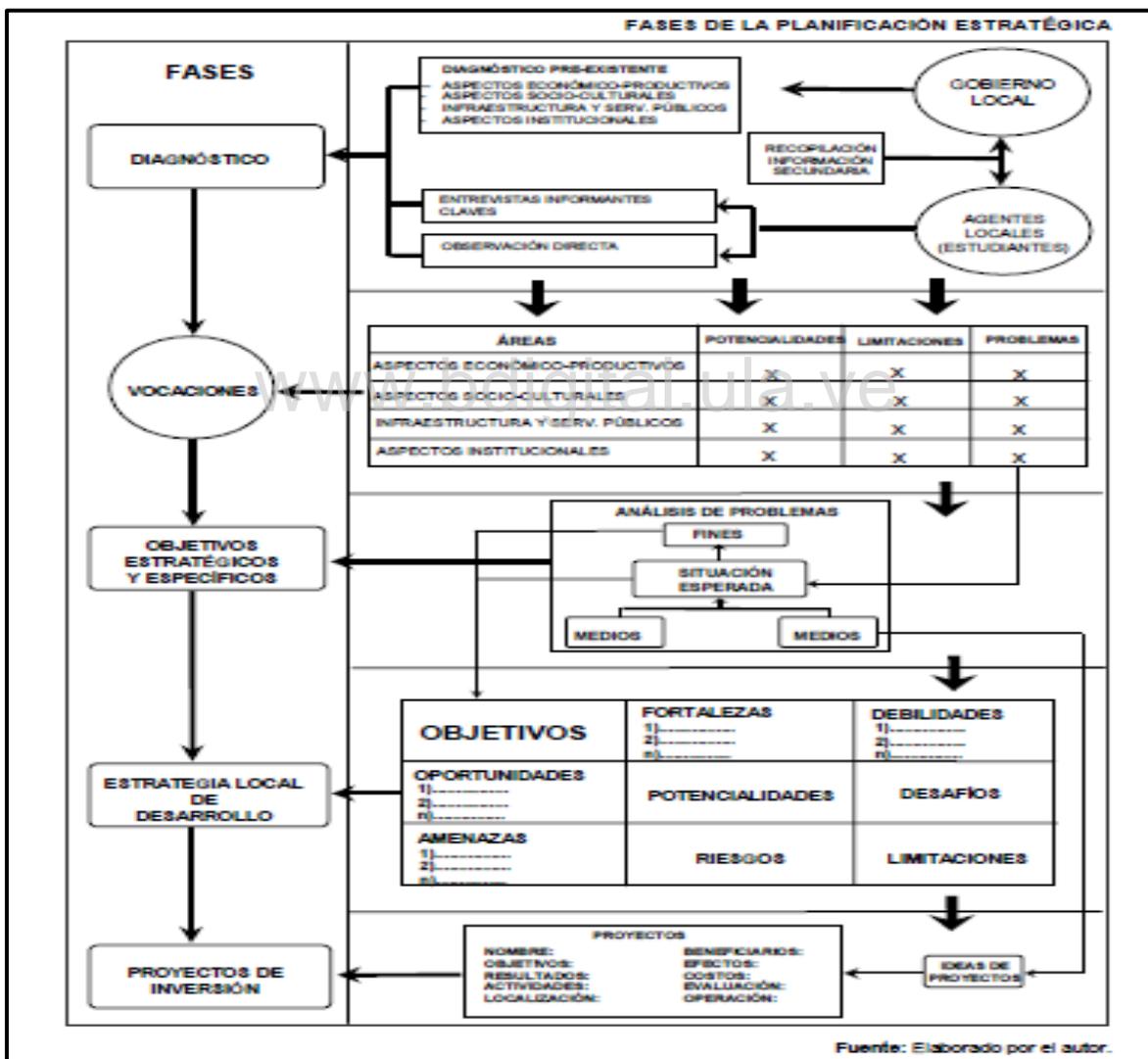
1. Premisas técnicas

- ✓ Un plan de gestión para los mercados de alimentos en materia turística, ambiental, económico y socioculturalmente bien concebido, si no incurre en el diseño de infraestructura contrapuestos o superpuestos a la capacidad de acogida de ese territorio, que conlleve a la degradación y dispersión urbana.
- ✓ El marco jurídico (cuerpo de leyes que condicionan jurídicamente el plan a realizar) que se presentan en un listado de los instrumentos jurídicos y sus respectivos articulados que condicionan o norman la instalación de los mercados de alimentos.
- ✓ Parte de la justificación toca el punto de vista turístico, es decir, la promoción de la ciudad desde los mercados de alimentos que son considerados como espacios turísticos. En este sentido, los mercados de alimentos son uno de los recursos promocionados donde lo local y lo turístico se dan la mano. La ciudad de Mérida ha evolucionado para convertirse en un destino relevante del turismo de ciudad y cultural, gracias a la política administrativa pública y privada que lo ha considerado como un factor de dinamización socioeconómica y de recuperación de economías urbanas



- ✓ De igual manera, la soberanía alimentaria, se cita porque no se logra terminar de generar las condiciones para poder cerrar el ciclo desde la producción hasta el consumo, con la falta de tierras, semillas, controladores biológicos, tecnologías, maquinarias, transporte, carreteras, agua, electrificación entre otros, y lo más importante que es donde colocar la producción dentro de red de distribución de alimentos del estado.

Figura.4 Fases de la planificación estratégica. CEPAL. 2003



Fuente: CEPAL, 2003



2. Diagnostico Situacional

La República Bolivariana de Venezuela está situada en el extremo norte del continente sudamericano, tiene una superficie de 916.000 kilómetros cuadrados, que lo coloca en el sexto lugar dentro de la América del Sur después de Brasil, Argentina, Perú, Colombia y Bolivia. La capital y mayor aglomeración urbana es la ciudad de Caracas.

Venezuela es considerada un país en vías de desarrollo, con una economía basada primordialmente en la extracción y refinación del petróleo y otros minerales, así como actividades agropecuarias e industriales. El idioma oficial es el español y aproximadamente el 84% de la población profesa la religión católica. Está dividido políticamente en 20 estados, dos territorios federales, un distrito federal y las dependencias federales constituidas por islas en el mar caribe.

Entre la división político administrativa, tenemos la zona occidental, donde se encuentra la Región Andina, que constituye Mérida, Táchira y Trujillo. Su economía y población es típica de montaña, con empobrecimiento progresivo de los suelos y tendencias a la migración hacia otras regiones de mayor dinamismo. La actividad económica es variable, especialmente se destaca la explotación ganadera de leche, café, cultivo de frutas y hortalizas y actividades de turismo de montaña.

La ciudad de Mérida se funda en 1558 por Juan Rodríguez Suárez, Alcalde ordinario de Pamplona a raíz de una comisión que le fue dada por el Cabildo, no a título de conquista, sino para buscar minas en territorios andinos, logrando ingresar y conquistar la Sierra Nevada de Mérida. En principio, sentó la ciudad cerca de La Lagunilla del Urao, pero debido a la incomodidad que producía el clima, los insectos y la insalubridad del lugar, la traslada a unas cuatro leguas más arriba, en una meseta alta, llana, cerca de 3 ríos, sitio que



corresponde a la posición que tiene en la actualidad la Parroquia de Santiago de la Punta. (Rivas, 2003).

El estado Mérida es uno de los estados con mayor diversidad geográfica, presentando diferentes paisajes a lo largo y ancho de su territorio, con zonas altas superiores a los 4.000 m.s.n.m., zonas medias con elevaciones alrededor de los 900 y 1.600 m.s.n.m. y zonas más próximas al nivel del mar como la denominada Zona Sur del Lago por debajo de los 200 m.s.n.m. Desde la ciudad, se puede observar los cuatro de los picos que constituyen la mayor atracción que tiene el estado. Ellos son, de sur a este: El León, El Toro, con sus dos imponentes cuernos; el Pico Bolívar, cumbre dominante de la Cordillera Andina; y La Concha, con su picacho La Garza. La última cúspide, La Corona, posee dos pichachos gemelos: el Humboldt y el Bonpland.

El municipio Libertador junto con los municipios Campo Elías y Santos Marquina, pertenece a la conurbación del área metropolitana de Mérida, los cuales están en un proceso de urbanización acelerado, ya que abarca actualmente, según estimaciones unos 432.655 habitantes (INE, 2003), que generan demandas urbanas.

La ciudad de Mérida, en su crecimiento genera la proliferación de un comercio informal e incontrolado en donde sobresale la venta informal de comida que se reproduce en lugares estratégicos de la ciudad, lo cual viene deteriorando su otrora imagen de ciudad ordenada y culta, haciendo poco funcionales sus calles, plazas y parques, y convirtiendo en un verdadero caos la movilidad de algunos sectores de la ciudad. (GISEP, 2012).

En este desorden contribuyen los mercados de alimentos no establecidos y que se apoderan de espacios públicos de una comunidad, en las distintas parroquias, del municipio Libertador, que se encuentra con la necesidad de realizar sus actividades comerciales en un espacio adecuado y digno. En el levantamiento inicial de información se contabilizaron veintiún (21) mercados



donde sólo cuatro (04) de ellos están debidamente establecidos, mientras que trece (13) no itinerantes y no regulados, con cierto desorden y ocupación del suelo urbano no adecuado para el intercambio comercial que así lo amerita.

Al identificar estos aspectos problemáticos, se decide utilizar la técnica del marco lógico, aplicando la metodología para estrategias de desarrollo de la CEPAL, las cuales están basada en la resolución de los problemas a través del árbol de causas y efectos, y del árbol de medios y fines, para generar así estrategias y propuestas, para contribuir a solucionar a estos problemas.

3. Definición de la estrategia de desarrollo local

Un proyecto de bien común, contempla las dimensiones política, economía, social, cultural y ambiental y un espacio donde converge lo local, desarrollando interacción con otras personas y territorios, en consecuencia, es un espacio de convivencia social. Este proyecto, de gestión local, se refiere a un conjunto de instrumentos y procesos que permitirá la aplicación de una serie de recursos a la satisfacción de determinadas necesidades.

En este sentido, la lógica de formulación de una estrategia de desarrollo debe estar integrada por los siguientes aspectos:

- Determinación de unos objetivos estratégicos a partir del conocimiento del potencial económico local, análisis de los recursos y potencialidades de la zona, así como de las principales carencias y obstáculos que pueden existir para que surjan y se desarrollen actividades económicas.
- Creación de los medios que involucren a todos los agentes económicos en este proceso. Se trata en este caso de introducir la dinámica y la estructura del asociativismo (partenariado) y de cooperación en torno a una institución de seguimiento y ayuda a las iniciativas y acciones de desarrollo.
- Creación de las condiciones generales e infraestructura adecuada para permitir y facilitar el surgimiento de las iniciativas económicas teniendo



en cuenta las necesidades detectadas y los objetivos perseguidos, creando así un entorno favorable para las empresas y negocios. Aquí se debe incorporar también todo lo que tiene que ver con la infraestructura social que debe ofrecer el municipio. (Silva, 2003. Pág. 17).

La investigación desarrollada, luego del diagnóstico aplicado al área de estudio, y tener un panorama de la problemática de las localidades estudiadas, se idealiza en el siguiente cuadro de Matriz de potencialidades, limitaciones y problemas, donde se presentan todas las variables a tomar en cuenta en el desarrollo de las estrategias.

Los enfoques integrados, extraídos de cuadro de potencialidades, limitaciones y problemas pueden dar lugar a respuestas integrales y localizadas en apoyo de los habitantes de los distintos sectores de la ciudad de Mérida. Porque va engranado el tejido económico, la demografía y el mercado, la infraestructura y los servicios y el nivel de organización institucional, ayudando a comprobar que dentro de las vocaciones encontradas tenemos que Mérida, puede desarrollar en gran magnitud su potencial turístico y llegar a tocar aspectos tan opuesto del turismo, como lo son los mercados de alimentos.



Figura 5. Matriz de potencialidades, limitaciones y problemas. CEPAL. 2003

MATRIZ DE POTENCIALIDADES, LIMITACIONES Y PROBLEMAS			
Áreas temáticas	Potencial	Limitación	Problemas
RECURSOS ESPACIALES Ubicación geográfica	¿Existe alguna característica de localización geográfica que dé relevancia a la zona?		
RECURSOS NATURALES Y AMBIENTALES Clima Suelos	¿Cuál es el potencial de sus recursos naturales? ¿Están bien aprovechados? ¿Qué limitaciones presentan?		
RECURSOS ECONÓMICO-PRODUCTIVOS Sistemas de producción y organización empresarial Grado de organización productiva Existencia de redes entre empresas Asociación de empresarios Cooperación entre empresas Nivel tecnológico de las empresas Acceso a financiamiento Recursos turísticos Recursos tecnológicos	Características de los sistemas productivos: ¿Son sectores competitivos y con futuro? ¿Existe cultura asociativa?, y si no, ¿Hay posibilidades de impulsarla? Posibilidades de incorporación tecnológica: ¿Existe un número suficientemente grande de las pyme que permitan un proceso de creación de riqueza y creación de empleo sostenible?		
DEMOGRAFÍA Y MERCADO DE TRABAJO Demografía y dinámica poblacional Tasa de mortalidad: general, materna e infantil Tasa de crecimiento poblacional Tasa de analfabetismo por sexo (total funcional) Mercado de trabajo Desempleo y subempleo Disponibilidad de mano de obra Perfiles que caracterizan la oferta de trabajo Nivel educacional y experiencia de la mano de obra Distribución del ingreso Niveles de ingreso medio por actividad Distribución del ingreso a nivel local	¿Cuál es el nivel y capacidad de la mano de obra disponible? ¿La mano de obra disponible es acorde con las necesidades del aparato productivo? ¿Sería necesario impulsar programas de capacitación especial?, ¿cuáles?		
INFRAESTRUCTURA ECONÓMICA Y SOCIAL Transportes Telecomunicaciones Fuentes y usos de energía Abastecimiento de agua Saneamiento básico Vivienda Información sobre procesos productivos Servicios especializados a empresas Información tecnológica sobre productos Servicios de consultoría empresarial Servicios financieros e información sobre acceso al crédito	¿Existe un nivel suficiente de infraestructuras para el desarrollo local? ¿Hay sistemas de apoyo a la producción? Si no los hay, ¿es posible crearlos?		
RECURSOS SOCIO-CULTURALES Base cultural de la población Identidad cultural Educación formal Educación no formal Salud	¿Hay condiciones para desarrollar una cultura asociativa para enfrentar el desarrollo? ¿Los sistemas de educación impulsan una cultura de identidad con el territorio?		
ASPECTOS ORGANIZATIVO-INSTITUCIONALES Funcionamiento del gobierno municipal Características de principal autoridad local Estado de la planificación local Formas de organización comunitaria Instituciones privadas Universidades e instituciones de educación superior Instituciones políticas, sindicales y religiosas	¿Hay planes de desarrollo? ¿Quién es el líder de los procesos de desarrollo local? ¿Quién debería serlo? ¿Hay universidades que asuman un rol de identificación con su territorio? ¿Están en capacidad de hacer investigación tecnológica para potenciar los procesos productivos?		

Fuente: Elaborado por el autor.

Fuente: CEPAL, 2003



Todo esto se complementa, con el desarrollo de los objetivos estratégicos, los cuales deben ser reales y viables, para que el cruce de las variables encontradas genere de forma específica dentro de los análisis, externos e internos el reconocimiento de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Es por ello, que la primera parte del proceso de planificación de proyectos de inversión constituye en la identificación de las alternativas de solución, con los árboles de problemas y de objetivos.

La ausencia de infraestructura, normas, sanciones e irregularidades dentro de los mercados de alimentos, son unas de las causas, por la que la regularización de los mercados de alimentos, deben normarse. Para que así, las deficiencias puedan convertirse en potencialidades y resolver de acuerdo al orden de gravedad las consecuencias que se pudieran tener de no resolver el problema principal. Para ello, los proyectos o programas de inversión, son los ideales, para contribuir a superar las situaciones determinadas en los estudios previos al plan.

Para ello, se esboza, según la metodología de estrategias de desarrollo local, para los mercados de alimentos de la ciudad de Mérida, los siguientes cuadros, que nos ayudará a determinar mejor los problemas y las posibles soluciones a la problemática planteada.



3.1. Matriz de potencialidades, limitaciones y problemas

Áreas Temáticas	Potencial	Limitaciones	Problemas
Recursos espaciales (ubicación geográfica)	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación geográfica privilegiada, con importante cercanía a los dos polos de producción agrícola del estado. 	<ul style="list-style-type: none"> Las vías de acceso al estado son sólo dos, y puede verse afectada la distribución de los alimentos en los mercados, cuando una o las dos de ellas se encuentren inhabilitadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Desorganización en la distribución de los mercados, ya que no cuentan con los espacios requeridos, para la disposición de los alimentos.
Recursos naturales y ambientales (clima y suelo)	<ul style="list-style-type: none"> El clima es favorable en la mayoría de las estaciones del año. Los suelos en la mayoría de los mercados no superan los grados 30° de inclinación, por lo que se encuentran establecidos en suelos y espacios planos. 	<ul style="list-style-type: none"> Clima con temperaturas variantes, lo que no favorece el mantenimiento de los productos, por ser perecederos. 	<ul style="list-style-type: none"> Mercados a cielo abierto, sin protección o medidas adecuadas para el resguardo de los alimentos en las diferentes estaciones del año.
Recursos económicos y productivos	<ul style="list-style-type: none"> Los productores son independientes, por lo que no hay presencia de intermediarios en la venta de los productos agrícolas. Existe la posibilidad de crear redes de comercialización. Potencia turística explotable. 	<ul style="list-style-type: none"> El sistema de pago de los alimentos se ve afectado por la falta de efectivo y circulación del dinero, como consecuencia de la introducción del nuevo cono monetario en la economía y demás problemas socioeconómicos de la sociedad venezolana. 	<ul style="list-style-type: none"> Al ser mercados no autorizados e itinerantes, no aplica a las condiciones establecidas por los órganos competentes, en este caso, la alcaldía del municipio Libertador.
Demografía y mercado de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Existe dentro de los productores mano de obra especializada. Índice de aumento natural de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> La mano de obra es mal pagada, y son pocos para la atención adecuada de los puestos destinados a la venta de los alimentos agrícolas. 	<ul style="list-style-type: none"> La remuneración que recibe la mano de obra es insuficiente. Las condiciones laborales son inadecuadas.



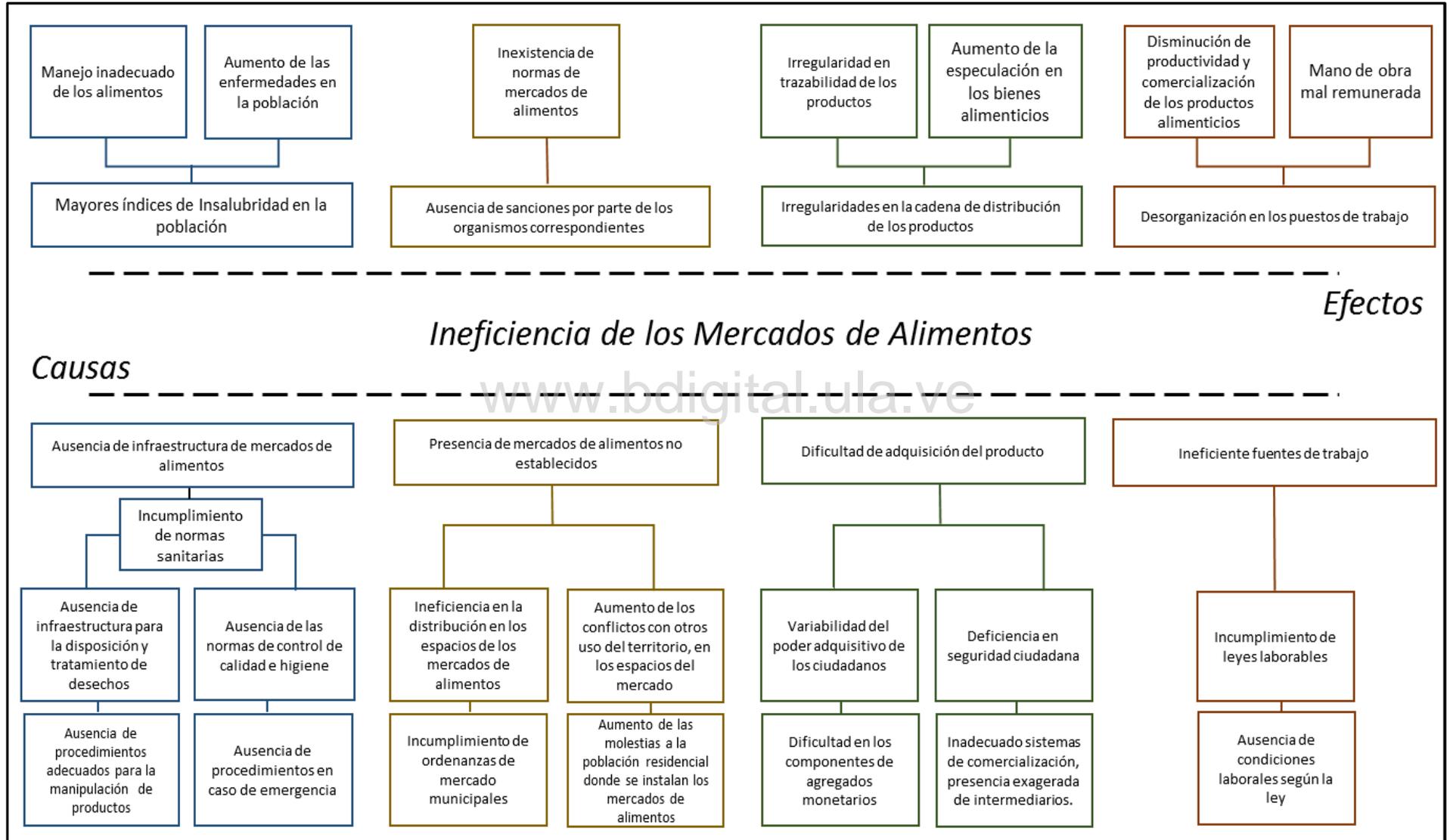
Áreas Temáticas	Potencial	Limitaciones	Problemas
Demografía y mercado de trabajo		<ul style="list-style-type: none"> • La distribución del ingreso es desigual entre las clases sociales de la población, debido a una alta inflación que sufre el país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe un grado de desnutrición en la población por falta de ingresos para la adquisición de bienes alimenticios. • Barreras de entrada a nuevos productores.
Demografía y mercado de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Existe dentro de los productores mano de obra especializada. • Índice de aumento natural de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> • La mano de obra es mal pagada, y son pocos para la atención adecuada de los puestos destinados a la venta de los alimentos agrícolas. • La distribución del ingreso es desigual entre las clases sociales de la población, debido a una alta inflación que sufre el país. 	<ul style="list-style-type: none"> • La remuneración que recibe la mano de obra es insuficiente. • Las condiciones laborales son inadecuadas. • Existe un grado de desnutrición en la población por falta de ingresos para la adquisición de bienes alimenticios. • Barreras de entrada a nuevos productores.
Infraestructura económica y social	<ul style="list-style-type: none"> • Existen buenas vías de comunicación, lo que facilita el acceso a los mercados de alimentos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La distribución de los distintos productores o comerciantes dentro de los puestos de los mercados de alimentos es ineficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Por ser mercados a cielo abierto sin infraestructura física existe inseguridad social que afecta el funcionamiento de los mercados de alimentos



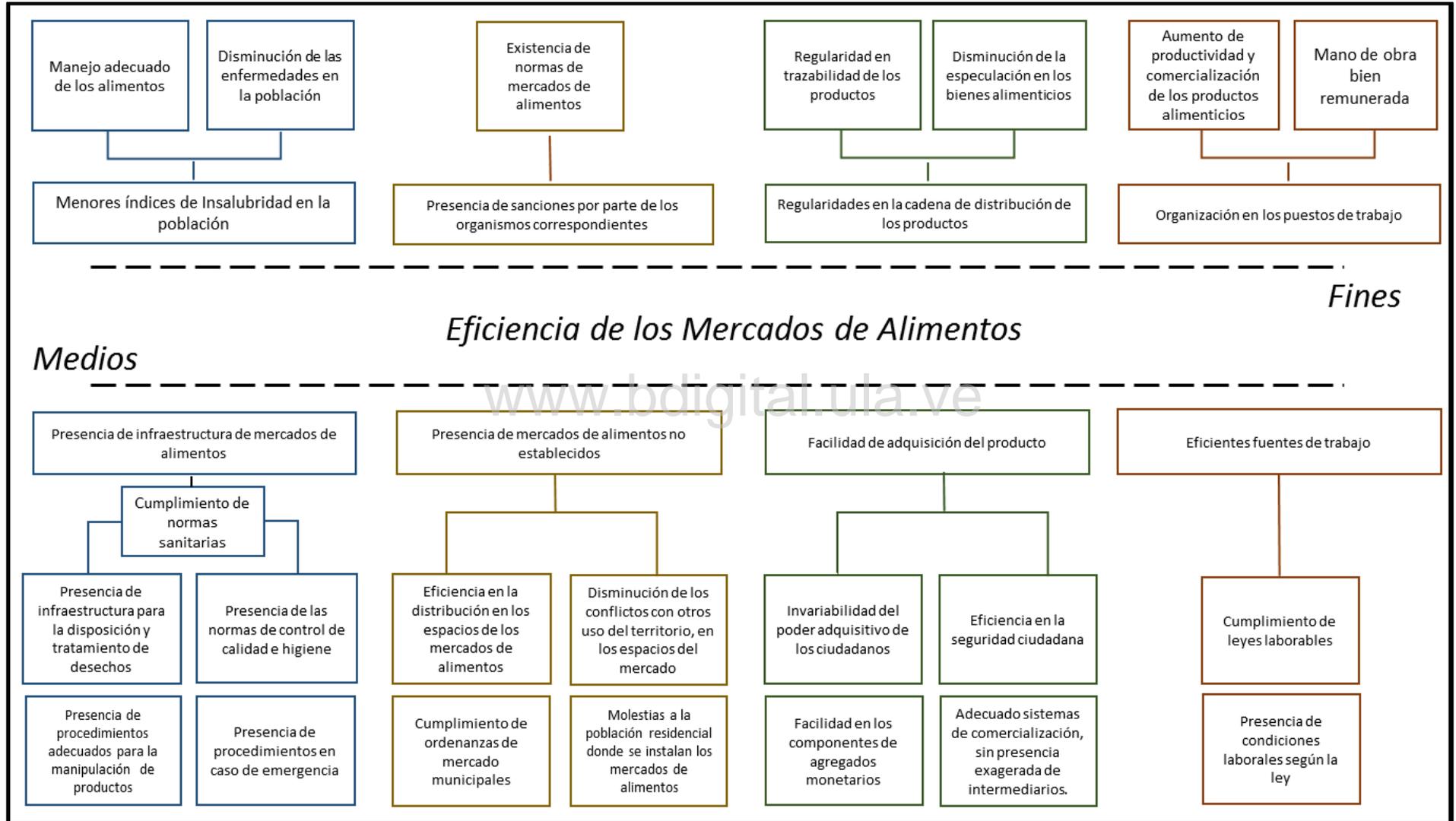
Áreas Temáticas	Potencial	Limitaciones	Problemas
Recursos socio culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Los habitantes se identifican por tradición con los mercados de alimentos 	<ul style="list-style-type: none"> • No existen planes de desarrollo cultural de los mercados de alimentos 	<ul style="list-style-type: none"> • Con un estado con una gran capacidad cultural y turística, no se explota el potencial que tienen los mercados de alimentos, generando gastronomía autóctona.
Aspectos organizativos institucionales	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de universidades que están en capacidad de contribuir con investigación en todos los aspectos de la regulación de los mercados • Se puede tener por competencia de la Alcaldía el desarrollo de los mercados con las normas correspondientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Los planes de desarrollo del estado y en articular para los aspectos de los mercados de alimentos no se cumple debidamente. • El organismo encargado de los mercados de alimentos sólo apoya a los mercados establecidos como lo son los municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • El gobierno municipal no regula los mercados de alimentos espontáneos, por lo que no reciben ingresos de los mismos.



3.2. Árbol de problemas: Causa y Efectos



3.3. Árbol de objetivos: Fines y medios



3.4. Definición de Objetivos

Objetivos General	Proponer una aproximación de plan de gestión para garantizar el funcionamiento óptimo de los mercados de alimentos de la Ciudad de Mérida, Venezuela
Objetivos Específicos	<ol style="list-style-type: none"> 1) Regularizar los mercados de alimentos no establecidos como mercados municipales permitidos en las distintas parroquias. 2) Sentar las bases para la normalización de los mercados de alimentos, el cual muestre las directrices a ejecutar a través de las estrategias propuestas para mejorar la calidad de vida de los habitantes de las distintas parroquias del municipio Libertador del estado Mérida. 3) Generar estrategias que tiendan a lograr sistemas eficientes de abastecimiento y distribución de alimentos.
Resultados	1. Existencia de normas en los mercados de alimentos.
	2. Regularización en la trazabilidad de los productos agrícolas.
	3. Manejo adecuado de alimentos.
	4. Disminución de las enfermedades de la población del municipio Libertador por ingesta de alimentos de los mercados de alimentos.
	5. Disminución en la especulación de los bienes alimenticios de los mercados.
	6. Aumento de la productividad y comercialización de los productos agrícolas.
	7. Alto grado de mano de obra especializada y bien remunerada.
Actividades	1.1. Normas para la instalación de los mercados de alimentos.
	1.2. Creación de ordenanzas para los mercados a cielos abiertos e itinerantes.
	2.1. Generar estrategias de distribución entre los comerciantes
	2.2. Permitir la competencia entre los distintos mercados, para generar los precios
	3.1. Normas para la disposición de alimentos en los mercados.
	3.2. Mejorar los servicios de venta al público.
	4.1. Cumplimiento de las normas de higiene y manipulación de alimentos.
	4.2. Incentivar y sensibilizar a los vendedores sobre el cumplimiento de las normas y reglamentos para la mejora de los servicios prestados.
	5.1. Fomentar la competencia de los productos agrícolas en los distintos puestos con el fin de conseguir un amplio espectro de precios.
	5.2. Exigir diferenciación de productos, para generar distintos tipos de precios y así evitar la especulación de los mismos.



Actividades	6.1. Generar políticas de desarrollo local en el aspecto agrícola que mejoren los niveles de producción. 6.2. Generar normas de comercialización en los mercados de alimentos.
	7.1. Reconocer las fuentes de trabajo dentro en los mercados de alimentos y estimular su crecimiento. 7.2. Cumplir con las normas laborales exigidas para los distintos mercados de alimentos.

www.bdigital.ula.ve



3.5. Estrategia de desarrollo local de los mercados de alimentos

Análisis Interno		
Análisis Externo	Fortalezas	Debilidades
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Los mercados de alimentos en la ciudad de Mérida, tienen un concepto histórico, que data desde 1600 y hace que los habitantes tenga como tradición la compra de alimentos agrícolas en plazas y sitios públicos. 2. Son un espacio público de encuentro que fomenta las relaciones sociales entre los habitantes de una comunidad. 3. La ubicación de los mercados están a una distancia no mayor de unas 10 cuadras, en cada parroquia, tal como lo dicta la norma. 4. La gama de productos agrícolas a lo largo del año está garantizada (no estacionalidad). 5. Pueden ser espacios turísticos en el planteamiento promocional de la ciudad. 6. Las vías de comunicación de la ciudad de Mérida favorecen el acceso a los mercados. 7. El comercio agrícola está altamente especializado.



Análisis Externo	Análisis Interno	
	Oportunidades	Amenazas
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se puede encontrar mejor calidad en los productos agrícolas. 2. La población minimiza costos en estos mercados al conseguir mejores precios que en los abastos. 3. Tendencias favorables a apertura de nuevos mercados, por el crecimiento de la población y la demanda que pudieran tener en esto. 4. Incremento en la demanda del sector agrícola, en vista de la situación económica del país. 5. Con la ayuda gubernamental, se puede lograr subvenciones y ayudas para el mantenimiento de los mercados. 6. Existen ordenanzas para los mercados municipales, las cuales pueden servir de base para la regulación de los mercados espontáneos y a cielo abierto. 7. Se tiene como respaldo a la Alcaldía del municipio, quien tiene una dependencia dentro de su organigrama de organización encargada de los mercados municipales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La disposición de los desechos sólidos, en los mercados de alimentos no es la adecuada, por lo que es ineficiente. 2. Presencia de malos olores en los puestos de venta de alimentos. 3. Disposición inadecuada de los productos agrícolas para la venta. 4. Problemas por la ocupación del espacio público, en particular, los puestos de estacionamiento. 5. Dificultad en la cadena de producción de los alimentos, debido a la crisis económica actual. 6. La inseguridad en los mercados. 7. Escasez de efectivo, por la crisis económica y financiera, que se refleja en el país y con la inclusión de un nuevo cono monetario.



3.6. Matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas (Cruces)

Estrategia FO: Uso de fortalezas para aprovechar oportunidades (Potencialidades)	Estrategia DO: Disminuir debilidades aprovechando oportunidades (Desafíos)
F1:O1	D1:O1
Los mercados de alimentos en la ciudad de Mérida, tienen un concepto histórico, lo que hace que los habitantes tengan como tradición la compra de alimentos agrícolas en plazas y sitios públicos, encontrándose mejor calidad en los productos agrícolas.	Las dificultades derivadas por tratarse de productos perecederos, se pueden ver minimizadas al encontrar mejor calidad en los productos agrícolas, que tienen una mayor rotación y salida de productos.
F2:O2	D2:O2
Son un espacio público de encuentro que fomenta las relaciones sociales y la población minimiza costos en estos mercados al conseguir mejores precios que en las cadenas de supermercados.	La población minimiza costos en la compra de alimentos en estos mercados al conseguir mejores precios que en las cadenas de supermercados, lo que reduciría los problemas de trazabilidad entre productores, terciarios, vendedores y consumidor final.
F3:O3	D3:O3
La ubicación de los mercados está a cortas distancias, en cada parroquia de estudio, generando tendencias favorables a apertura de nuevos mercados municipales establecidos, en vista del crecimiento natural de la población y la demanda que pudieran tener en estos mercados.	Por el crecimiento natural de la población y la demanda de alimentos que pudieran tener la apertura de nuevos mercados se pudiera continuar con la alta competencia de los productos agrícolas.
F4:O4	D4:O6
La gama de productos agrícolas a lo largo del año está garantizada (no estacionalidad), lo que incide en el incremento en la demanda del sector agrícola, en vista de la situación económica del país.	La existencia de ordenanzas para los mercados municipales, pueden servir de base para la regulación de los mercados espontáneos y a cielo abierto, evitando en estos la ausencia de condiciones higiénicas y sanitarias.
F5:O6	D5:O5
Los mercados de alimentos se pueden convertir en espacios turísticos y de promoción de la ciudad, rigiéndose en las ordenanzas para los mercados municipales establecidos, las cuales pueden servir de base para la regulación de los mercados espontáneos y a cielo abierto.	Con la ayuda gubernamental, mediante las subvenciones se podrían evitar en gran medida la usencia de infraestructura adecuada para la disposición de los puestos de venta de productos agrícolas.



Estrategia FO: Uso de fortalezas para aprovechar oportunidades (Potencialidades)	Estrategia DO: Disminuir debilidades aprovechando oportunidades (Desafíos)
F6:O5	D7:O4
Las vías de comunicación de la ciudad de Mérida favorecen el acceso a los mercados y aunado a las ayudas gubernamentales para el desarrollo y mantenimiento de los mercados, pueden contribuir a su desarrollo.	A pesar de las dificultades debido a los problemas en los sistemas de pago y la situación económica del país se denota un incremento en la demanda del sector agrícola.
F7:O7	D6:O7
La especialización del comercio agrícola genera que los organismos públicos como la alcaldía, propongan dentro de su organigrama, oficinas que ayuden en las regulaciones de los mercados de alimentos.	La alcaldía del municipio Libertador dentro de sus funciones tiene la supervisión de los mercados municipales, lo que servirá como base para evitar la inexistencia de servicios públicos.

www.bdigital.ula.ve



Estrategia FA: Uso de fortalezas para esquivar las amenazas (Riesgos)	Estrategia DA: Minimizar debilidades atenuando amenazas (Límites)
F1:A3	D1:A2
El concepto de mercado público se sitúa como tradición en plazas y sitios públicos por lo que se dispone de una adecuada organización de los productos agrícolas para la venta.	Las dificultades derivadas por tratarse de productos perecederos, se podrían mejorar evitando la presencia de malos olores en los puestos de venta de alimentos.
F2:A4	D4:A1
Son un espacio público de encuentro que fomenta las relaciones sociales entre los habitantes de una comunidad lo que podría mejorar los problemas por la ocupación del espacio público, en particular, los puestos de estacionamiento.	Resolver los problemas de trazabilidad entre productores, terciarios, vendedores y consumidor final, disminuirían las dificultades que existen en la cadena de producción de los alimentos, debido a la crisis económica actual.
F3:A2	D2:A5
Los mercados están ubicados a poca distancia de la comunidad, por lo que la presencia de malos olores en los puestos de venta de alimentos debe eliminarse.	Al existir mercados con alta competencia de productos, que se exponen a la venta, podría disminuirse la inseguridad en vista de ser un mercado dinámico con compradores y vendedores.
F4:A7	D2:A5
La gama de productos agrícolas a lo largo del año está garantizada (no estacionalidad), por lo que la disposición de los desechos sólidos, en los mercados de alimentos debe ser eficiente.	Con el cumplimiento de las condiciones higiénicas y sanitarias, la disposición de los desechos sólidos, en los mercados de alimentos sería la adecuada.
F5:A6	D3:A6
Pueden ser espacios turísticos en el planteamiento promocional de la ciudad, lo que ayudaría a ocupar espacios y a inseguridad en los mercados disminuiría.	El mejorar la infraestructura adecuada para la disposición de los puestos de venta de productos agrícolas, existirá mejor disposición de los productos agrícolas para la venta.
F6:A5	D6:A4
Las vías de comunicación de la ciudad de Mérida favorecen el acceso a los mercados, disminuyendo la dificultad en la cadena de producción de los alimentos, debido a la crisis económica actual.	La existencia de servicios públicos, evitaría los problemas por la ocupación del espacio público, en particular, los puestos de estacionamiento.
F7:A1	D7:A7
Al estar el comercio agrícola está altamente especializado ayudaría a disminuir los problemas causados por la crisis financiera (nuevo cono monetario, falta de efectivo) del país	Las mejoras en las dificultades para el pago de los productos, por puntos de venta, debido a la ausencia de estos en los puestos, contribuirían a mejorar el problema sobre la escasez de efectivo, por la crisis económica y financiera, que se refleja en el país.



3.7. Matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas

Objetivos	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> Proponer las bases para la normalización de los mercados de alimentos 	<ul style="list-style-type: none"> Los mercados de alimentos en la ciudad de Mérida, tienen un concepto histórico, que data desde 1600 y hace que los habitantes tenga como tradición la compra de alimentos agrícolas en plazas y sitios públicos. Son un espacio público de encuentro que fomenta las relaciones sociales entre los habitantes de una comunidad. La ubicación de los mercados están a una distancia no mayor de unas 10 cuadras, tal como lo dicta la norma. La gama de productos agrícolas a lo largo del año está garantizada (no estacionalidad). Pueden ser espacios turísticos en el planteamiento promocional de la ciudad. Las vías de comunicación de la ciudad de Mérida favorecen el acceso a los mercados. El comercio agrícola está altamente especializado. 	<ul style="list-style-type: none"> Dificultades derivadas por tratarse de productos perecederos. Problemas de trazabilidad entre productores, terciarios, vendedores y consumidor final. Mercado con alta competencia de productos. Ausencia de condiciones higiénicas y sanitarias. Ausencia de infraestructura adecuada para la disposición de los puestos de venta de productos agrícolas. Inexistencia de servicios públicos. Dificultades para el pago de los productos, por puntos de venta, debido a la ausencia de estos en los puestos.
Oportunidades	Potencialidades	Desafíos
<ul style="list-style-type: none"> Se puede encontrar mejor calidad en los productos agrícolas. La población minimiza costos en estos mercados al conseguir mejores precios que en los abastos. 	<ul style="list-style-type: none"> Los mercados de alimentos en la ciudad de Mérida, tienen un concepto histórico, lo que hace que los habitantes tenga como tradición la compra de alimentos agrícolas en plazas y sitios públicos, encontrándose mejor calidad en los productos agrícolas. 	<ul style="list-style-type: none"> Las dificultades derivadas por tratarse de productos perecederos, se pueden ver minimizadas al encontrar mejor calidad en los productos agrícolas, que tienen una mayor rotación y salida de productos.



Oportunidades	Potencialidades	Desafíos
<ul style="list-style-type: none"> Tendencias favorables a apertura de nuevos mercados, por el crecimiento de la población y la demanda que pudieran tener en esto. Incremento en la demanda del sector agrícola, en vista de la situación económica del país. Con la ayuda gubernamental, se puede lograr subvenciones y ayudas para el mantenimiento de los mercados. Existen ordenanzas para los mercados municipales, las cuales pueden servir de base para la regulación de los mercados espontáneos y a cielo abierto. Se tiene como respaldo a la Alcaldía del municipio, quien tiene una dependencia dentro de su organigrama de organización encargada de los mercados municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> Son un espacio público de encuentro que fomenta las relaciones sociales y la población minimiza costos en estos mercados al conseguir mejores precios que en las cadenas de supermercados. La ubicación de los mercados están a cortas distancias, en cada parroquia de estudio, generando tendencias favorables a apertura de nuevos mercados municipales establecidos, en vista del crecimiento natural de la población y la demanda que pudieran tener en estos mercados. La gama de productos agrícolas a lo largo del año está garantizada (no estacionalidad), lo que incide en el incremento en la demanda del sector agrícola, en vista de la situación económica del país. Los mercados de alimentos se pueden convertir en espacios turísticos y de promoción de la ciudad, rigiéndose en las ordenanzas para los mercados municipales establecidos, las cuales pueden servir de base para la regulación de los mercados espontáneos y a cielo abierto. Las vías de comunicación de la ciudad de Mérida favorecen el acceso a los mercados y aunado a las ayudas gubernamentales para el desarrollo y mantenimiento de los mercados, pueden contribuir a su desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> La población minimiza costos en la compra de alimentos en estos mercados al conseguir mejores precios que en las cadenas de supermercados, lo que reduciría los problemas de trazabilidad entre productores, terciarios, vendedores y consumidor final. Por el crecimiento natural de la población y la demanda de alimentos que pudieran tener la apertura de nuevos mercados se pudiera continuar con la alta competencia de los productos agrícolas. La existencia de ordenanzas para los mercados municipales, pueden servir de base para la regulación de los mercados espontáneos y a cielo abierto, evitando en estos la ausencia de condiciones higiénicas y sanitarias. Con la ayuda gubernamental, mediante las subvenciones se podría evitar en gran medida la ausencia de infraestructura adecuada para la disposición de los puestos de venta de productos agrícolas. A pesar de las dificultades debido a los problemas en los sistemas de pago y la situación económica del país se denota un incremento en la demanda del sector agrícola.



Oportunidades	Potencialidades	Desafíos
	<ul style="list-style-type: none"> La especialización del comercio agrícola genera que los organismos públicos como la alcaldía, propongan dentro de su organigramas, oficinas que ayuden en las regulaciones de los mercados de alimentos. 	<ul style="list-style-type: none"> A pesar de las dificultades debido a los problemas en los sistemas de pago y la situación económica del país se denota un incremento en la demanda del sector agrícola. La alcaldía del municipio Libertador dentro de sus funciones tiene la supervisión de los mercados municipales, lo que servirá como base para evitar la inexistencia de servicios públicos.
Amenazas	Riesgos	Limitaciones
<ul style="list-style-type: none"> Problemas por la ocupación del espacio público, en particular, los puestos de estacionamiento. Dificultad en la cadena de producción de los alimentos, debido a la crisis económica actual. La inseguridad en los mercados. Escasez de efectivo, por la crisis económica y financiera, que se refleja en el país y con la inclusión de un nuevo cono monetario. 	<ul style="list-style-type: none"> El concepto de mercado público se sitúa como tradición en plazas y sitios públicos por lo que se dispone de una adecuada organización de los productos agrícolas para la venta. Son un espacio público de encuentro que fomenta las relaciones sociales entre los habitantes de una comunidad lo que podría mejorar los problemas por la ocupación del espacio público, en particular, los puestos de estacionamiento. Los mercados están ubicados a poca distancia de la comunidad, por lo que la presencia de malos olores en los puestos de venta de alimentos debe eliminarse. La gama de productos agrícolas a lo largo del año está garantizada (no estacionalidad), por lo que la disposición de los desechos sólidos, en los mercados de alimentos debe ser eficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Las dificultades derivadas por tratarse de productos perecederos, se podrían mejorar evitando la presencia de malos olores en los puestos de venta de alimentos. Resolver los problemas de trazabilidad entre productores, terciarios, vendedores y consumidor final, disminuirían las dificultades que existen en la cadena de producción de los alimentos, debido a la crisis económica actual. Al existir mercados con alta competencia de productos, que se exponen a la venta, podría disminuirse la inseguridad en vista de ser un mercado dinámico con compradores y vendedores Con el cumplimiento de las condiciones higiénicas y sanitarias, la disposición de los desechos sólidos, en los mercados de alimentos sería la adecuada.



Amenazas	Riesgos	Limitaciones
	<ul style="list-style-type: none"> • Pueden ser espacios turísticos en el planteamiento promocional de la ciudad, lo que ayudaría a ocupar espacios y a inseguridad en los mercados disminuiría. • Las vías de comunicación de la ciudad de Mérida favorecen el acceso a los mercados, disminuyendo la dificultad en la cadena de producción de los alimentos, debido a la crisis económica actual. • Al estar el comercio agrícola está altamente especializado ayudaría a disminuir los problemas causados por la crisis financiera (nuevo cono monetario, falta de efectivo) del país . 	<ul style="list-style-type: none"> • El mejorar la infraestructura adecuada para la disposición de los puestos de venta de productos agrícolas, existirá mejor disposición de los productos agrícolas para la venta. • La existencia de servicios públicos, evitaría los problemas por la ocupación del espacio público, en particular, los puestos de estacionamiento. • Las mejoras en las dificultades para el pago de los productos, por puntos de venta, debido a la ausencia de estos en los puestos, contribuiría a mejorar el problema sobre la escasez de efectivo, por la crisis económica y financiera, que se refleja en el país.



Luego de aplicada la metodología, se observa porque es pertinente sentar las bases para las alternativas de desarrollo local como los proyectos de inversión o políticas públicas. Cuando se determinan, problemas estructurales dentro las ciudades, que baja a un nivel básico como la normalización de los mercados de alimentos determinamos que estas características son condicionantes y generan oportunidades en el territorio, al momento de planificar y gestionar cualquier intervención urbana.

Por consiguiente, los mercados de alimentos, que son puntos de abastecimiento de ventas de algunos alimentos de la canasta básica, son llamados al aprovechamiento de sus potencialidades, para contribuir a la calidad de vida de los habitantes.

Es por ello, que los habitantes de la ciudad de Mérida, para nuestro caso, demandantes, necesitan conocer y utilizar todos los servicios que un mercado local de alimentos debe contemplar, para garantizar el desarrollo del mismo. Por otro lado, los productores u oferentes necesitan comprender las categorías del sector, su tamaño, la segmentación, las previsiones y normativas para poder ofrecer servicios de calidad. Y por último el ente regulador que en aras de garantizar el mercado de alimentos debe de disponer de una visión estratégica de lo que está sucediendo a nivel económico, social e institucional y que vaya acompañada de una gestión o políticas funcionamiento óptimo de los mercados de alimentos de la Ciudad de Mérida.





www.bdigital.ula.ve

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Partiendo del análisis de las observaciones encontradas en la aplicación de la metodología de la CEPAL, se determinaron 7 áreas críticas según lo aplicado en las matrices, para la definición de los objetivos, que caracterizan el objetivo general de la investigación, que es esbozar las bases para la normalización de los mercados de alimentos, estas se identifican a continuación.

1. **Existencia de normas en los mercados de alimentos.** La existencia de organización y reglamentación se considera el problema con mayor prioridad de solución, ya que podría garantizar la viabilidad de los mercados de alimentos en las distintas parroquias del estado Mérida. Para ello, se considera necesario, fortalecer los organismos adscritos a la



alcaldía del municipio libertador competentes en el tema, para el desarrollo de mejores propuestas sobre planes y programas para la normalización de los mercados, que puedan generar bienestar social a las comunidades, beneficio a sus contribuyentes y la generación de ingresos a la alcaldía y así seguir fortaleciendo el círculo de la municipalidad.

2. **Regularización en la trazabilidad de los productos agrícolas.** Debido a la importancia de las relaciones entre los actores de la cadena de producción se hace relevante determinar la trazabilidad de los productos agrícolas entre ellos, se considera conveniente la creación de unas políticas públicas que permitan la creación de la organización formal del mercadeo o trazabilidad de los productos, donde las funciones de cada uno de ellos este definida y contribuyan al mejor funcionamiento comercial y el control directo de los beneficios que todos merecen.
3. **Manejo adecuado de alimentos.** Los mercados de alimentos establecidos o no denotan precariedad en términos de infraestructura, servicios, acumulación de desechos sólidos además de anarquía y desorden, lo que hace que el manejo, disposición y venta de los alimentos no sea el adecuada. Por lo que se sugiere a la estructuras de puesto de venta, la dotación de nuevos quioscos desmontables, que tengan armonía con el espacio y generen confort, tanto a los compradores y vendedores. Aunado a una dotación para la manipulación de alimentos, un centro de acopio, con una red de distribución más ordenada. Acceso a conexiones de servicios públicos, como electricidad, agua y gas. De manera de garantizar la mayor salubridad posible en la manipulación y venta de los alimentos.



4. **Disminución de las enfermedades de la población del municipio Libertador por ingesta de alimentos de los mercados de alimentos.** La informalidad de los mercados de alimentos, su segregación y el desconocimientos de las normas por parte de la mayoría, tanto de compradores y vendedores, disminuyen la garantía de generar las condiciones de salud necesarias para la manipulación de los alimentos y así evitar una de las causas, más graves encontradas, las enfermedades en la población por la ingesta de los alimentos proporcionados por estos mercados. Se propone, exigir a los entes reguladores (MPPPS, Alcaldía, gobierno regional y nacional), velar por el cumplimiento de la normativa, para facilitar el control de los problemas externos que traen como consecuencia la inadecuada manipulación de los alimentos.
5. **Disminución en la especulación de los bienes alimenticios de los mercados.** La situación política, social y económica del país, a pesar de tener que variar los indicadores macroeconómicos, para determinar su mejoría, desde lo local se pueden generar aspectos que contribuyan al acercamiento real de los precios de los bienes y servicios ofrecidos en los mercados de alimentos. Por lo tanto crear una estructura administrativa y reguladora de los mercados, donde se fijen precios adecuados con valores de referencia reales, en conjunto con un control de mercadería desde los centros de producción hasta que lleguen al consumidor final, contribuirá a disminuir los altos niveles de especulación encontrados en los mercados de alimentos.
6. **Aumento de la productividad y comercialización de los productos agrícolas.** La tierra y espacios para la siembra en el estado Mérida tiene alto grado de productividad, sin embargo la crisis económica ha puesto en detrimento el desarrollo de la actividad agrícola. Se propone establecer políticas que fundamenten el proceso de invención y desarrollo de tecnología o la difusión de la investigación y desarrollo de



estas prácticas agrícolas. Acompañadas de las distintas universidades de la región, que pudieran contribuir con el desarrollo de sus investigaciones el aumento de la productividad y con ello, el ordenamiento de la comercialización de los productos agrícolas.

7. **Alto grado de mano de obra especializada y bien remunerada.** Durante el levantamiento de campo se observó que los empleados o vendedores de los mercados de alimentos, no tienen la especialización adecuada para la manipulación de los alimentos. Se considera necesario reconocer al trabajador, especializarlo, y llamarlo a la bonita tarea de manipular y ofrecer los frutos que generan la vida misma. Aunado a que desde el punto de vista de la producción de cultivos para satisfacer la demanda del mercado y las explotaciones agrícolas son deficientes y requiere de una gestión especializada. y la limitación de la mano de obra es un elemento determinante.

Según las conclusiones hechas al estudio realizado, se recomienda que para establecer una gestión local en los mercados de alimentos, eficiente y eficaz se debe promover acciones estrategias que con lleven el desarrollo del abastecimiento y la accesibilidad de los productos agroalimentarios de manera pertinente en cada municipio de la ciudad de Mérida, ya que, cada tipo de mercado encontrados, presentan condiciones distintas en cuanto a sus potencialidades y actividades, pero que en su base fundamental, tienen la misma función, abastecer a las comunidades, y garantizar la soberanía alimentaria.

De tal manera, que los actores involucrados, impulsen el desarrollo de la gestión local en la disposición y venta de alimentos, en cada uno de los mercados encontrados, permitiendo a los gobiernos locales, crear estrategias de gestión, que definida las soluciones de una manera más real e integral, y no solo unos aspectos específicos, sino que se entenderá como la forma más



directa de darle respuestas a los ciudadanos en torno al abastecimiento y la accesibilidad de los alimentos.

Es importante dirigir esfuerzos para formular los proyectos de inversión que solucione las siete áreas críticas que garanticen el pleno desarrollo de los mercados en su totalidad, considerando las características, potencialidades y actividades económicas de cada uno de ellos, en términos de abastecimiento y accesibilidad de productos por parte de las distintas comunidades, para así evitar el flagelo de la especulación y potenciar el turismo gastronómico y apegarse a la condición natural del estado, el turismo.

En el entendimiento que una ciudad no es una entidad aislada, se debe buscar la eficiencia en las demandas urbanas, en especial las fundamentales, como la alimentación. Es por ello, que apreciar el hecho que el mejoramiento de la seguridad alimentaria de los ciudadanos requiere una correcta comprensión del sistema de comercialización de alimentos, disminuirá intervenciones aisladas como lo son los mercados espontáneos y no autorizados, pueden tener consecuencias para otros elementos del sistema de ciudad y anular los beneficios esperados para los habitantes de los municipios.

El analizar las necesidades de alimentos a mediano y largo plazo en relación a la crisis económica y política actual, y a las áreas de abastecimiento permite identificar que deben existir las inversiones mínimas y necesarias en carreteras e infraestructuras de transporte, y para planificar los flujos de tráfico en las áreas urbanas, en planes y programas para el diseño de las normativas que regirán a los mercados municipales, ya que en definitiva, al ser regulados estos últimos, los espontáneos irán desapareciendo.

En conclusión encontramos la ciudad de Mérida, desorganizada y desarticulada, lo que no satisface las enormes exigencias de las demandas urbanas. Una de las reflexiones observadas es que existe una distorsión



acelerada en muchos aspectos económicos y sociales que se han acentuado en los últimos cuatro años, como el aumento del costo de producción de los alimentos y la especulación en la cadena agroalimentaria, lo que encarece los productos y no contribuyen a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

Lo que enlaza con la necesidad creciente de abastecerse, sobre todo con artículos de primera necesidad, que está ligado a la escasez de recursos financieros motivando los mercados espontáneos de venta provisional, ocupando el espacio público, espacios de abastecimiento urbano, que operan en entornos complejos y generan impactos negativos en la ciudad y su imagen.

Existen problemas coyunturales en el país, como el transporte, la distribución de la gasolina, la ausencia de efectivo, entre otros, que contribuyen al creciente desorden de la ciudad, a la proliferación de puestos ambulantes de alimentos, por lo que se hace necesario, proveer la infraestructura de mercado necesaria en conformidad con la expansión urbana prevista, gerenciar y mantener los mercados urbanos en colaboración con los usuarios, para generar las condiciones necesarias de estabilidad de vida.



BIBLIOGRAFÍA

1. Anido, D., y Quintero, M. (2009, mayo). *El consumo alimentario en la ciudad de caracas (Venezuela) durante el siglo xx: del alimento a la boca del consumidor*. I Congreso Español de Sociología de la Alimentación, Gijón (La Laboral), España.
2. Camagni, R. (2011). *Economía urbana*. Antoni Bosch editor.
3. Cartay, R. (2014). *La Mesa de la Meseta. Historia Gastronómica de Mérida*. Editorial Venezolana.
4. Fernández Güell, J. (1997). *Planificación estrategia de ciudades. Nuevos instrumentos y procesos*. Editorial Reverté.
5. Garcia, L. (2001). *Mercado Municipal Manuales Elementales de Servicios Municipales* Prodemu Daniva.
6. CE- FAO. (2011). *La seguridad alimentaria: información para la toma de decisiones*. Guía práctica.
7. Garcia, C., Gordones, G., Meneses, L. (2007). *El Mercado principal de Mérida (1886- 1987) A 20 años de su quema*. Museo arqueológico "Gonzalo Rincón Gutierrez"
8. Gutiérrez, A. (2015, Junio). *Situación actual del sistema agroalimentario venezolano (SAV)*. Conferencia invitada para el Simposio Gerencia Agrícola en Venezuela: Realidades, Desafío y Oportunidades, Maracaibo.
9. Jordán, R. y Simioni, D. (2003). *Guía de gestión urbana* En serie manuales. CEPAL División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos.
10. Medina, X. F., & Álvarez, M. (2009). *El lugar por donde pasa la vida... Los mercados y las demandas urbanas contemporáneas*. Barcelona y Buenos Aires. Estudios del hombre, 24, 183-201.
11. Ministerio del Poder Popular para la Alimentación . Disponible: http://www.minpal.gob.ve/?page_id=3154. [Consulta: 2017,



- septiembre 21]. Durante el programa En Contacto con Maduro N° 37. Prensa Mercal / Amadys Herrera.
12. Moncayo, J. (2001). *Evolución de los paradigmas y modelos interpretativos del desarrollo territorial*. En serie gestión pública. CEPAL. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).
 13. Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación. (2007). *Abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades de los países en desarrollo y de los países en transición. Guía para planificadores*.
 14. Rangel, M. (2012). *Bases para la realización del plan local de desarrollo urbano sustentable de la ciudad de Mérida*. Proyecto interinstitucional cooperativo. Grupo de investigación sobre el espacio público (GISEP) de la facultad de arquitectura y diseño de la universidad de los andes.
 15. Rivas, M., Antúnez, Á., Aranguren, C., (2003). *La ciudad de Mérida: Perspectiva histórica, cultural y educativa*. N° 8 (pp 159-172). Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales.
 16. Sims, R (2009). *Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience*, *Journal of Sustainable Tourism*, 17:3, 321-336.
 17. Silva, I., (2003). *Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local*. En serie gestión pública. CEPAL. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).
 18. Vilorio Lopez, L. (2012). *Gestión de la seguridad agroalimentaria local en los municipios de la costa oriental del lago*. Trabajo de Grado presentado para optar al grado de magister scientiarum. Universidad del Zulia.
 19. Yáñez Bonilla, S. (2008). *Diagnóstico de la problemática ambiental en la gestión de mercados populares provisionales*. Trabajo de Grado



presentado para optar al grado de magister scientiarum. Universidad Simón Bolívar.

www.bdigital.ula.ve



www.bdigital.ula.ve
ANEXOS



www.bdigital.ula.ve
ANEXO 1
REGISTRO FOTOGRÁFICO DEL LEVANTAMIENTO DEL TRABAJO DE CAMPO,
SEPTIEMBRE 2017.



Mercados Establecidos (TIPO 1)



Foto 1. Entrada del mercado municipal Jacinto Plaza, ubicado en la prolongación de la avenida Humberto Tejera. Municipio Libertador. Mérida, estado Mérida, Venezuela.

Los Mercados Itinerantes (TIPO 2)



Foto 2. Mercado ubicado en el sector Milla. Municipio Libertador. Mérida, estado Mérida, Venezuela



Los Mercados No Autorizados (TIPO 3)



Foto 3. Mercado ubicado en la Avenida 2 Lora, entre calles 18 y 23. Municipio Libertador. Mérida, estado Mérida, Venezuela

www.bdigital.ula.ve
Las Ferias (TIPO 4)



Foto 4. Estacionamiento del Mercado Murachi. Ubicado en la Avenida Las Américas. Municipio Libertador. Mérida, estado Mérida, Venezuela



www.bdigital.ula.ve
ANEXO 2
GLOSARIO DE TERMINOS.



Definiciones Básicas

El mercado se da en la época de la prehistoria donde se dieron las primeras tribus que poblaron la tierra, en el cual lograron darse cuenta que también podían obtener objetos que no producían, por el cual se realizaban intercambio de productos también llamado trueque, los cambios los hacían con otras poblaciones. Para poder subsistir y conservar sus productos, realizaron una actividad que se desarrolló comercialmente para poder satisfacer los deseos y necesidades más fundamentales del hombre.

El aumento de mercados se dio por el desarrollo de los pueblos y en la actualidad se consiguió que sea una de las más importantes de las actividades económicas para el avance de la humanidad. El hombre realiza el trabajo obteniendo ganancias por la venta de productos, que eran difíciles de obtener por efecto de la naturaleza ya que eran de diversas regiones donde Influían el clima, el tiempo etc., es allí donde se vencen los obstáculos y logran poner estos productos al alcance de los consumidores. En la sociedad moderna los mercados ocupan un puesto muy relevante por el aumento de trabajo, fuentes de producción y las relaciones comerciales entre varias regiones del mundo.

Conceptos de Mercado

El nombre de **Mercado** proviene del latín "Mercatus", que significa lugares propuestos en ciertas poblaciones para las compra y venta de productos. Estos sitios pueden ser públicos o en ciertos casos al aire libre donde se proporcionan servicios fundamentales para el hombre, estos deben cumplir normas de inspección sanitarias e higiénicas.

Mercado es el conjunto de vendedores reales y potenciales de un producto que las relaciones de intercambio realizadas por el comprador pueda satisfacer sus necesidades. Kotler, Philip.



El mercado funciona como un componente que constituye una sociedad que incluye valores propios como puntos de referencia que fijan una relación económica. (Manene, 2012)

Mercado es un sitio donde se realizan compras de productos de primera necesidad o canasta básica que logran cubrir nuestras necesidades o deseos, estos lugares pueden estar ubicados en un lugar público o en las calles.

El tener tan amplios conceptos, nos hace comprender la complejidad del caso de estudio, en vista de que los actores que convergen en estas definiciones, tienen sus respectivas características, que describen los estándares alimenticios y que dirigen desde sus funciones la eficiencia o no en la producción de alimentos, lo que puede lograr la mejor accesibilidad y sustentabilidad alimentaria. Por consiguiente, se continúa con los conceptos de mercados de alimentos:

Mercado De Viveres: El mercado de viveres es el lugar donde se realizan actividades comerciales de compran y venden productos de primera necesidad y alimentos fundamentales para el desarrollo humano logrando satisfacer todos sus deseos.

Productos De Primera Necesidad (Canasta Básica): Son productos fundamentales que cubrirán las necesidades de las personas, de manera que pueden subsistir teniendo un desarrollo normal, consumiendo alimentos que no originen daños a la persona, así como productos de limpieza personal y del hogar. A través del tiempo estos productos indispensables para cubrir las necesidades de las personas van aumentando, incluyendo algunos productos en la canasta básica que generarán gastos que deben estar dentro del alcance económico de las personas que de esta manera podrán tener una vida sana, tanto física como mental, desarrollando su potencial. Los productos más nombrados en la canasta básica son: agua, aceite, arroz, azúcar, carne, atún,



café, otros como detergente, jabón de tocador, pasta de dientes, entre otros.
(Master Dir. Marketing)

Clasificación De Mercados

Mercado Municipal: Dentro de la clasificación de los mercados tenemos los mercados municipales que son propiedad del gobierno, los cuales alquilan sus locales ubicados físicamente en edificios, en el cual se venden frutas, abastos, lácteos, carnes, verduras, mariscos, etc.

Los mercados se clasifican de acuerdo a sus aspectos físicos de la siguiente manera:

Mercados Formales: Es aquel que cumple su función dentro de los edificios municipales, los cuales cumplen con normas higiénicas apropiadas, estos pueden ser mercados minoristas o mayoristas.

Mercados Informales: Son conjuntos de comerciantes que realizan sus actividades de comercio en las calles, causando problemas en las vías de tránsito durante la mañana y tarde, estos no tienen conexión con ningún mercado formal.

Desbordamientos: Son conjuntos de comerciantes que se instalan en las partes colindantes de los mercados formales constituyendo un sólo elemento, este tipo de venta desorganizan la ciudad cambiando el uso del suelo.

Mercado Espontáneo: Es un conjunto de pequeños comerciantes que se ubican en banquetas, áreas abiertas, para cubrir las necesidades del sector, comienzan vendiendo frutas, verduras, granos, estos se caracterizan por crecer en un tiempo breve y tienden a convertirse en un mercado informal.

Mercado Móvil: Se abastece de alimentos a los lugares donde hay personas de escasos recursos, donde no existen este tipo de servicios, este mercado se lo realiza en un furgón, y existen en algunos lugares de nuestro país.



Mercados urbanos: Son los mercados que se encuentran dentro del perímetro urbano y se dedican al comercio de productos perecederos, ropa, calzado, electrodomésticos, artículos de limpieza y de uso doméstico en gran variedad. Los mercados urbanos son, por lo general, de tipo detallista, donde la mayoría de los clientes o compradores son peatones y tienen su residencia a pocas cuadras, por esto las municipalidades deben estudiar la ubicación de tales instalaciones en lugares apropiados. La demanda y el tamaño de la ciudad determinarán la necesidad de establecer, posiblemente, más de un mercado minorista en la misma ciudad.

Las ferias itinerantes de abastecimiento barrial (FIAB): son puntos móviles de venta alimentos y otros productos autorizados por el Gobierno de la Ciudad. Estas ferias funcionan durante la semana, entre los días martes y domingos y se ubican en plazas y parques porteños. El objetivo es asegurar el abastecimiento de productos de la canasta familia en la mayor cantidad de consumidores y ofrecer alimentos de buena calidad, con variedad y a precios económicos. Los productos que se comercializan son: Frutas y verduras, carnes, productos de granja, pescados y mariscos, lácteos y panadería.

La Organización Mundial de la Agricultura y la Alimentación (FAO) ha concluido que:

La seguridad alimentaria existe cuando todas las personas tienen, en todo momento, acceso físico, social y económico a alimentos suficientes, inocuos y nutritivos que satisfacen sus necesidades energéticas diarias y preferencias alimentarias para llevar una vida activa y sana”

Y la definición de seguridad alimentaria contiene cuatro dimensiones fundamentales:

a. Disponibilidad. Debe haber una oferta suficiente para satisfacer los requerimientos nutricionales de toda la población. Esa oferta se conforma con



producción nacional y con el saldo neto de las importaciones, menos las exportaciones de alimentos.

b. Acceso económico y físico a los alimentos. No basta con tener una oferta suficiente para satisfacer los requerimientos nutricionales de la población: todos los habitantes de un país deben tener los ingresos suficientes para tener acceso y poder demandar efectivamente los alimentos que le garantizan su seguridad alimentaria.

c. Utilización de los alimentos. Deben existir algunas condiciones, como buenas prácticas de alimentación y preparación de los alimentos, buena salud, inocuidad, diversidad de la dieta, buena distribución de los alimentos entre los miembros del hogar, entre otras, para que el cuerpo aproveche biológicamente los alimentos que se ingieren y no se incurra en situaciones de malnutrición ni por carencia ni por exceso.

d. Estabilidad en el tiempo de las tres dimensiones anteriores. La inestabilidad que surge de las variaciones climáticas (sequías, exceso de lluvias, plagas, enfermedades) que afectan la producción de alimentos o de la falta de empleo, ingresos o de divisas para importar y complementar la producción nacional generan inseguridad alimentaria.

