



UNIVERSIDAD DE SALAMANCA (USAL)

En colaboración con el

INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS EN CIENCIAS SOCIALES (IGLOBAL)

Sistema de abastecimiento y seguridad alimentaria
Estudio del Mercado de Los Guandules

Tesis para optar por el título de

MÁSTER EN DESARROLLO URBANO Y TERRITORIAL SOSTENIBLE

Proponente

Irma Xiomara Reynoso Vargas

Asesor

Lic. Domingo Contreras

14 de febrero de 2012

Santo Domingo, República Dominicana

ÍNDICE

	Páginas
Portada.....	1
Índice.....	2
1. Introducción.....	4
2. Agentes que intervienen en el abastecimiento de la ciudad de Santo Domingo.....	6
2.1 Sistema Moderno.....	7
2.2 Sistema Tradicional.....	7
3. Los lugares de abasto en la ciudad.....	13
3.1 Almacenes.....	14
3.2 Mercados	15
3.3 Los Mercaditos.....	16
3.4 Relación Mercado Nuevo, Sistema de distribución y economía del Gran Santo Domingo.....	17
4. Productores y Mercados (una pequeña propuesta).....	24
4.1 Un Poco de Historia.....	25
5. El Mercado y la Ciudad.....	25
5.2 Desalojos, Zona Norte y su Mercado.....	28
6. Los Guandules: Crónica de un Mercado anunciado.....	29
6.1 Diseño censal.....	30
6.2 Diseño de la muestra.....	30
6.3 Control de calidad.....	31
6.4 Encuesta.....	31
6.5 Mercado: Encargados y jefatura de hogar.....	33
6.6 Pobladores de los Guandules, 27 de Febrero, La Ciénaga y su Mercado.....	34
6.7 Mercado y Comunidad.....	39
7. Aspectos jurídicos que rigen las operaciones de abasto de la ciudad.....	39
8-Conclusiones.....	40
9. Recomendaciones (Mercados, propuestas para su organización).....	43
9.1 Condiciones en las cuales opera actualmente el Mercado Nuevo de Santo Domingo.....	44
9.2 Bases para el funcionamiento de los Mercados y centrales de abasto.....	46
9.3 Bases operativas del funcionamiento de los Mercados.....	48

9.4 Asociaciones de vendedores.....	48
9.5 Normas para el establecimiento de centrales de abasto.....	49
9.6 Normas para el establecimiento de Mercados.....	50
9.7 Normas de integración al contexto urbano.....	50
9.8 Normas para su ubicación e instalación.....	52
9.9 Áreas básicas para su operación.....	53
9.10 Esquema básico para el reglamento de Mercados	53
10. Referencias.....	55
Anexo 1:Instrumento utilizado para registrar los precios.....	58
Anexo 2: Lista de comercios alrededor de los Mercados Nuevo de la Duarte, Los Guandules. Y del Almirante.....	59
Anexo 3: Mapa de los alrededores del Mercado Nuevo de la Duarte.....	64
Anexo 4: Mapa de los alrededores del Mercado de Los Guandules.....	65
Anexo 5: Mapa de los alrededores del Mercado del Almirante, Santo Domingo Este.....	66

1. Introducción

Los gobiernos diseñan estrategias dirigidas a reducir el déficit que se ha generado en materia de vivienda, educación y salud, obviando regularmente el tema alimentación.

Es evidente que la actividad humana más importante es la alimentación, y precisamente ésta es la que demanda de mayor esfuerzo de parte de las grandes mayorías para ser resuelta.

Los gobiernos, especialmente los locales, deben asegurar que la población tenga acceso físico y económico a alimentos suficientes, que le garanticen una vida sana y activa. El gobierno dominicano se ha propuesto crear nuevos programas dirigidos específicamente a reducir los niveles de pobreza en la Republica Dominicana, estos programas identifican las carencias de instrumentos y capacidades básicas como las principales responsables de las condiciones de pobreza y exclusión que viven muchos dominicanos y dominicanas.

Al momento de analizar las grandes carencias de las comunidades pobres de nuestro país, del estado de abandono en que les ha tocado vivir a las grandes mayorías de los dominicanos y dominicanas, siempre aflora la gran capacidad que tienen de crecerse ante la adversidad y salir adelante. Los gobiernos (locales y nacionales) pueden y deben promover políticas dirigidas a propiciar condiciones objetivas que permitan la adecuada provisión de satisfactores colectivos que repercutan en la calidad de vida de la población.

Un bienestar social mínimo se alcanza siempre y cuando se cubran las necesidades básicas, es decir aquellas requeridas para sobrevivir en condiciones aceptables y que incluyen alimentación, vivienda, educación y salud.

Si la vida es un derecho humano inalienable, resulta evidente que la alimentación como la actividad más importante para sustentarla también debe serlo.

El punto esencial, si se parte del hecho de que la gente carece de una serie de habilidades y capacidades, se está tirando a la basura el potencial extraordinario que hay detrás de las prácticas generadas por ellas mismas para la supervivencia. El déficit alimentario y de desnutrición que existe en

determinadas capas de la población, ha sido combatido por los distintos gobiernos con prácticas asistencialistas, que en nada han ayudado a superar las actuales condiciones de pobreza, muy por el contrario, las han agudizado.

Atender seriamente las necesidades de alimentación de la población más pobre, pasa por reconocer las riquezas que las estrategias de supervivencia de la gente han venido creando. La lucha contra la pobreza debe privilegiar un enfoque que coloque a los pobres en el centro del desarrollo, no como víctimas o victimarios, sino como actores responsables y capaces, que poseen conocimientos, habilidades, redes y derechos.

La necesaria búsqueda de formas de simple subsistencia ha creado en los más humildes, una capacidad ilimitada de buscar soluciones a sus problemas más acuciantes. La estructura de comercialización y redes de distribución de alimentos, son una expresión clara y contundente de la estrategia de supervivencia estructurada a lo largo de los años. Pero no se debe pensar en la estructura como un mecanismo, forma o estrategia de ganarse la vida, es además un instrumento de distribución donde se establece una relación más directa con las economías familiares y donde se manifiestan las virtudes o defectos del sistema de abastecimiento de la ciudad de Santo Domingo.

El reto de hoy día es poder crear conciencia sobre la necesidad de recuperar las mejores enseñanzas de estas prácticas. Sectores muy interesados de nuestra sociedad destacan los efectos no deseados, las secuelas negativas que genera el esfuerzo continuo que realizan los pobres para ingresar por sus propios medios a un espacio mínimo que les permita simplemente sobrevivir.

Esta estrategia alcanza su máxima expresión en las complejas formas que la economía de subsistencia ha ido creando. Desafortunadamente dado los ritos y normas del sistema económico constituido, se trata de un orden que es excluido y marginado.

Estas prácticas no sólo son la manifestación de un complicado sistema de subsistencia, sino que también constituyen ellas mismas expresiones de resistencia con larga data de experiencia y reflexión.

Esta búsqueda frenética por la vida choca con diversos intereses, sobre todo los de las autoridades locales y nacionales, que enfatizan las secuelas negativas que estas prácticas generan y en nombre de la

supuesta efficientización de los servicios que ofrece el Estado a la ciudadanía, dejan de lado muchas veces el fin que su condición de servidor público¹ conlleva.

No tendría sentido ninguna intervención oficial, si la misma no tiene como finalidad crear o fortalecer los soportes de una vida más digna y sana. Resulta imperativo que las autoridades tengan presente este fin supremo. Es una responsabilidad crear políticas públicas que tiendan a tratar el tema alimentario desde otra óptica, se impone una clara definición de los objetivos y las estrategias que contemple las potencialidades de la realidad existente, considerando la producción, transportación y abasto.

Este ejercicio académico procura analizar fundamentalmente los aspectos vinculados al abastecimiento de la zona metropolitana del gran Santo Domingo, profundizando en el análisis de la realidad que lo sustenta y su vinculación con la estrategia de supervivencia de los más pobres y el potencial que en el mismo subyace en la generación de empleo, de mercados para la colocación de los productos del campo y sobre todo, la oportunidad de hacer llegar a la mesa de quienes más necesitan, los alimentos de manera oportuna y conveniente a un precio justo.

2. Agentes que intervienen en el abastecimiento de la Ciudad de Santo Domingo (Concepto y Relaciones)

Para comprender el alcance e impacto del mecanismo de abastecimiento del gran Santo Domingo en la calidad y forma de vida de sus pobladores, es necesario caracterizar su naturaleza. Con este objetivo, en esta capítulo se describirá el proceso de abastecimiento identificando sus principales componentes.

La alimentación constituye una actividad vital para el ser humano, desde que los alimentos son producidos, hasta llegar al consumidor intervienen diferentes agentes, constituyéndose en uno de los eslabones de una compleja cadena de producción, transporte, almacenamiento y distribución al mayoreo y menudeo.

Los productos agrícolas llegan al consumidor final a través de dos Complejos sistemas claramente diferenciados:

¹ “Los servicios públicos son actividades técnicas que se prestan de manera directa o indirecta y que tienen por objeto asegurar de manera permanente, general, regular y continua, y sin fines de lucro, la satisfacción de necesidades colectivas” (Soria, 1995: 30).

2.1 Sistema Moderno:

Plantea el abastecimiento de forma directa desde el productor hasta el consumidor final, utilizando las facilidades que provee los denominados supermercados, grandes capitales nacionales y extranjeros han apostado a la explotación del mercado de productos agrícolas, esta es la máxima aspiración, contar con un sistema formal que privilegie la generación de ganancias independientemente de que y quienes se vean afectados.

2.2 Sistema tradicional:

Plantea el abastecimiento de forma indirecta utilizando una compleja concatenación de eslabones que van desde el productor agrícola, hasta el sistema de distribución constituido por los Centros de Abasto, mercados, Plazas, Ventorrillos, Colmados, Vendedores Ambulantes en camionetas, triciclos, etc. pasando por el sistema de intermediación primario.

Tradicionalmente esta ruta es dirigida y administrada por los sectores más empobrecidos quienes han brindado el servicio de abastecimiento de productos alimenticios en las ciudades de la Republica Dominicana a una proporción significativa de ciudadanos y ciudadanas de todas las clases sociales, pero muy particularmente a la más pobre y necesitada.’

2.1 Sistema Moderno:

Este sistema eslabona tres etapas básicas, la producción, intermediación y venta directa al público.

2.1.1 La Producción en el Sistema Moderno:

Es realizada generalmente por mediados y grandes productores quienes comercializan de forma directa sus productos con los propietarios de las grandes cadenas de supermercados, regularmente en el marco de un acuerdo entre las partes, los productos agrícolas son escogidos de forma conveniente por un personal especializado en esta tarea.

2.1.2 Intermediación en el Sistema Moderno:

Los productores se valen del sistema de intermediación quienes compra los artículos y lo llevan un centro de preparación, donde los productos son depurados y empacados, regularmente se utiliza algo de mano de obra para el procesamiento.

2.1.3 Venta en el Sistema Moderno:

Esta es la razón fundamental del sistema, está dirigido a los sectores sociales que están en condición de comprar de forma programada y periódica los productos destinados a satisfacer las necesidades alimentarias de sus respectivas familias, en otras palabras los sectores de clase media y alta de la sociedad Dominicana.

Las ventas se realizan en locales especializado a estos fines, que regularmente incrementan el precio de los artículos por los costos que se involucran en el proceso de comercialización.

La propuesta fundamental es olvidarse de la realidad de estos pequeños vendedores, que requieren el apoyo del Estado y dirigir la ayuda pública a los grandes capitales que se han dirigido a la venta de productos comestibles en la ciudad.

2.2.1 Producción en el Sistema tradicional:

Este sistema está constituido básicamente por pequeños productores quienes producen en condiciones de extrema precariedad, **tienen en el sistema o mercado de abasto la única puerta para colocar sus productos.**

2.2.2 Otro agente importante es el intermediario:

Regularmente el intermediario es visto como un mal necesario, el mismo realiza una labor fundamental en el transporte, compra y venta de productos que de otra forma no serían comercializados. El intermediario es generalmente una persona que conoce la dinámica del negocio, sabe cómo se definen los precios y se relaciona con muchos productores y otros vendedores. El intermediario maneja una valiosa cantidad de información que no se puede menospreciar en la formulación de **proyectos de apoyo a grupos de productores.**

Estos intermediarios están interrelacionados con los grandes centros de abasto de las ciudades más importantes del país, muy especialmente con el centro de abasto del gran Santo Domingo, el **Mercado Nuevo de la terminal Duarte**.

2.2.3 Mercado Nuevo o Central de abasto del Gran Santo Domingo:

Antes de continuar con el proceso de identificación de los agentes que intervienen en el proceso nos gustaría establecer el concepto mercado; el **Diccionario de la Real Academia Española**, en una de sus definiciones, menciona que el *mercado* es el "*conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio*".

Por su parte, y vale la pena tomarlo en cuenta, desde la perspectiva del economista Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", el mercado es el conjunto de 1) compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y 2) vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado.

Los mercados de la capital y la provincia Santo Domingo crecen desordenadamente. En la actualidad existen 9 mercados, que se han generado y crecido sin control. El comercio informal se ha convertido en la principal fuente de ingreso para miles de personas que han hecho de los mercados el espacio para ganarse la vida.

Estos mercados han crecido por diversas razones, una muy importante es el aumento de la demanda fruto de la migración y el crecimiento de los sectores populares, pero otra muy importante es el desempleo.

Si revisamos los censos realizados en la Republica Dominicana, desde el primero científicamente diseñado y aplicado en el 1920 por las tropas de ocupación norteamericana² hasta los últimos censos, muy particularmente el del 2002, es apreciable el crecimiento de la ciudad de Santo Domingo, convirtiéndose en el receptáculo de la principal migración de Dominicanos que en busca de una mejor vida abandonaron sus lugares de origen, principalmente el campo, para instalarse en lo que hoy se

² La ocupación Norteamericana ocurrió en toda la isla y en el caso dominicano, su duración fue de ocho años (1916-1924).

conoce como la zona metropolitana.

Cuadro 1
Crecimiento Poblacional
De la región Santo Domingo
1920-2002

Periodo Intercensal	Población
1920-1935	71,091
1935-1950	181,553
1950-1960	369,980
1960-1970	668,507
1970-1981	1,297,892
1981-1993	1,555,851
1993-2002	2,725,222

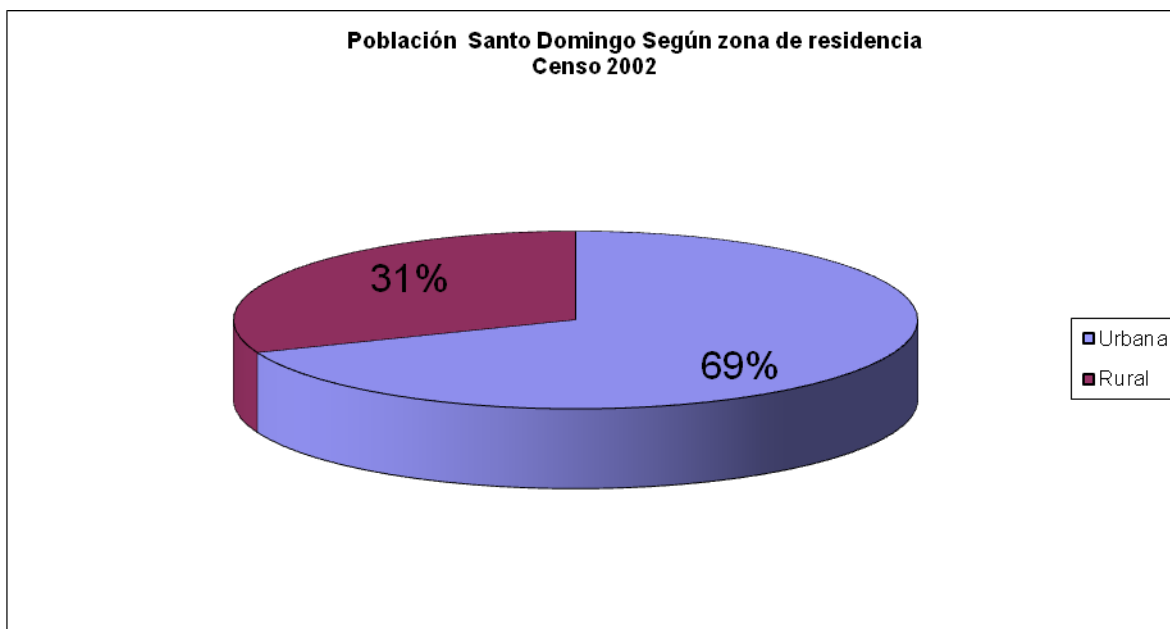
Fuente: Oficina Nacional de Estadísticas (ONE)

La población total de la Republica Dominicana es de 9.3 millones, de estos aproximadamente el 31% viven en el gran Santo Domingo³.

Las dos terceras partes de la población dominicana residen en las ciudades. Solo el Gran Santo Domingo concentra la tercera parte de la población nacional. **(Ver Grafico 1)**

³ Censo de Población y Vivienda 2010, Oficina Nacional de Estadísticas, ONE.

Grafico 1



Fuente: Oficina Nacional de Estadísticas (ONE)

En otras palabras de los aproximadamente 6 millones de dominicanos que viven en las ciudades de la Republica Dominicana, aproximadamente 3 millones (50%) viven en el Gran Santo Domingo, esto es sin contar la población extranjera, que particularmente en Santo Domingo es numerosa⁴.

No es nuestro propósito analizar las razones que generaron un crecimiento tan impresionante, lo que si se pretende es realizar algunas consideraciones sobre el impacto de este crecimiento en la demanda de alimentos, el 31% de la población con mayor capacidad adquisitiva se instalo en lo hoy conocemos como el gran Santo Domingo.

Aquí radica la importancia del Mercado Nuevo, se ha convertido en el centro de abasto del 31% de la población Dominicana, y del 50% de los dominicanos que viven en las zonas Urbanas del país que demanda productos para satisfacer sus necesidades alimentarias diariamente.

Es por esta razón que el Mercado Nuevo dejó de ser un simple mercado de abastecimiento local y se transformó en una unidad comercial de distribución de productos alimenticios que provee a la población del Gran Santo Domingo⁵ de los servicios de abastecimiento de productos básicos al

⁴ Existe una importante migración extranjera, de nacionales chinos, colombianos y de manera espacial, haitianos, que han escogido el Gran Santo Domingo como residencia permanente.

⁵ Demarcación geográfica constituida por el antiguo Santo Domingo, esto es El Distrito Nacional y la Provincia Santo Domingo.

mayoreo, a través de instalaciones que permiten concentrar los productos provenientes de diferentes centros de producción, para después surtir de éstos a los comerciantes detallistas y a los pequeños mercados diseminados a todo lo largo y ancho de la ciudad.

En la actualidad el Mercado Nuevo es operado por un número indeterminado de personas, para la encargada del departamento de mercado del Ayuntamiento del Distrito Nacional, Virtudes Romero, existen 1967 puestos, de estos 568 son irregulares⁶, sin embargo la propia encargada reconoce la existencia de un subregistro importante, existe un alto número de personas que acude de forma regular al mercado a generar los ingresos necesarios para satisfacer las necesidades suyas y de sus familias.

Otro aspecto a destacar es el número de personas que se gana la vida en el mercado, el promedio de empleados por puestos de venta es de 4 personas, si multiplicamos este número por el total de puestos existentes (formales e informales) encontraremos que existen unos 7868 empleos directos, evidentemente esto es sin contar con los empleos indirectos, el número de personas que se ganan la vida como Burros⁷, carretilleros, tricicleros, camioneros, vendedores de alimentos, etc. podría ser superior al anterior, dado que no se limita a brindar sus servicios a los vendedores, si no a los propios clientes del Mercado Nuevo.

Como se puede inferir, establecer un número exacto de empleados del mercado resultaría difícil, sobre todo porque una proporción importante lo hace de forma temporal o simplemente ante la ausencia de otras opciones laborales acude al mercado para ganarse la vida, sin embargo se podría decir que las personas que se ganan la vida como empleados o comerciantes del Mercado Nuevo rondan las 25 mil personas. Esto es sin contar los dependientes de estos empleados, de 60 mil a 80 mil personas depende de forma directa del Mercado Nuevo de la Duarte.

El Mercado Nuevo fue construido por el gobierno central en el 1973, para una población estimada en 700 mil habitantes⁸, esa cifra se ha casi cuadruplicado, incidiendo de igual forma en la demanda de productos agrícolas.

⁶ Son considerados vendedores irregulares aquellos que no disponen de un espacio formal destinado a la venta de sus productos y tienen que valerse de cualquier espacio disponible, aunque no estén destinados a la venta de productos.

⁷ Se le llama burro a las personas que se dedican al acarreo de los productos utilizando solo la fuerza muscular, regularmente se utiliza para bajar los productos desde los camiones hasta los puestos y desde los puestos hasta el transportes de los usuarios.

⁸ Censo de Población y vivienda 1970, Oficina Nacional de Estadísticas.

La función básica del Mercado Nuevo es proveer de productos alimenticios a los Supermercados, mercados, los colmados y demás. La existencia de una única central de abasto en la ciudad capital, ha provocado el desborde de su capacidad. El crecimiento del Mercado Nuevo ha superado sus límites originales extendiéndose a niveles insospechados, lo que ha provocado una secuela negativa que se expresa en altos niveles de desorganización y falta de coordinación en la comercialización.

2.2.4 Los Detallistas:

Los detallistas atienden bajos volúmenes de varios productos agrícolas y se caracterizan porque llegan al consumidor final. Existe el detallista tradicional de tiendas, plazas de mercado, vendedores ambulantes y, también, los detallistas modernos y organizados, como supermercados y almacenes de autoservicio. Este sector constituye el más importante de la economía informal, es alto conocido que nuestras ciudades albergan un gran número de trabajadores por cuenta propia que se dedican a la venta al detalle. Diversos artículos procedentes del agro dominicano son ofertados en las calles por vendedores ambulantes, que utilizando carretillas, triciclos, motocicletas, camionetas, etc. llegan hasta el consumidor final. Esta estructura es la más antigua y está dirigida a los sectores más humildes. En este particular destaca el papel que juega como agente imprescindible en la cadena de distribución de alimentos el colmado, la pequeña camioneta Platanera⁹, la carreta¹⁰ y el ventorrillo, así como la cadena de mercados satélites distribuidos estratégicamente a todo lo largo y ancho de la ciudad.

La reducción de la intermediación entre el comerciante detallista y el productor, vino a redundar en un alto beneficio para los consumidores de la zona, que no sólo gozaban con artículos frescos y de calidad, sino que también los adquirirían a mejores precios.

3. Los lugares de abasto en la Ciudad

3.1 Almacenes, Pequeños Supermercados, Colmados, Colmadones, Camionetas, Carretas, Ventorrillos y Mercaditos:

Se ha venido planteando la existencia de una relación, si se quiere, hasta de dependencia de la ciudad con el sistema de abastecimiento existente.

⁹ Así se denomina al vehículo motorizado, que se dedica a la venta directa de los productos agrícolas por las calles de la ciudad.

¹⁰ Vehículo de tirado exclusivamente por caballos, que se dedica a la venta de productos agrícolas en las calles de la ciudad

Los moradores de los barrios tienen acceso a sus alimentos a través de una red de pequeños comercios, que ofertan sus productos en dos modalidades: fijas o móviles. Las fijas tales como, colmadones, colmados, almacenes y ventorrillos y las móviles como los camioncitos, camionetas, carretas, triciclos, carretillas y vendedores al hombro. Estas formas de comercializar están diseminadas a todo lo largo y ancho de la ciudad.

3.1.1 Almacenes:

Los almacenes forman parte del sistema de intermediación, vinculando la industria que se dedica al procesamiento de alimentos con el pequeño comercializador final. Productos tales como, aceites, pastas, arroz, habichuela, etc., llegan al comercio y al consumidor final a través de este sistema. Los almacenes están localizados convenientemente en toda la ciudad, pero de forma especial, en el y los alrededores del Mercado Nuevo.

3.1.2 El Colmado:

Es el centro más importante de abastecimiento final, este negocio está dirigido a satisfacer la demanda de productos diversos vinculados a la alimentación de la familia.

En sus inicios fueron sólo pequeños negocios, muchos de los cuales eran simples **Ventorrillos**.¹¹ Éstos nacieron con el barrio y se han desarrollado, llegando a ser una pieza indispensable en todo el engranaje de subsistencia en las comunidades. Estos dos tipos de negocios (**Ventorrillos y Colmados**), tienen en común que constituyen la unidad por excelencia del proceso de distribución en las ciudades dominicanas. Como se trata de pequeños y micro negocios están dirigidos a la venta de los artículos que satisfacen la dieta diaria, sólo que el colmado, ha evolucionado y hoy es además el centro de distracción y diversión más importante conque cuentan las comunidades urbanas de la República Dominicana: **El Colmadón**.

3.1.3 El Ventorrillo:

El Ventorrillo estaba dirigido exclusivamente a la venta de artículos para ser consumidos en la cena o desayuno (**Víveres**), así como complemento para la preparación de los alimentos (**sazones**) y las

¹¹ Ventorrillo: Pequeño negocio especializado en la venta de productos agrícolas.

compañas¹².

3.1.4 Camionetas Plataneras y tricicleros:

Desde los asentamientos de clase más pudiente hasta los más humildes llegan cada día una diversidad de productos ofertados en las calles de la ciudad de manera ambulatoria, frescos y a precios accesibles. Estos productos eran ofertados tradicionalmente en los denominados Triciclos¹³ y en los últimos años en carretas con tracción animal y camionetas.

3.2 Mercados:

Las centrales de abasto se diseñan para comunidades urbanas con más de 500 mil habitantes. El crecimiento de la ciudad ha provocado otro tipo de crecimiento, *el del mercado*, la central de abasto de Santo Domingo (**Mercado Nuevo**) no sólo se extendió en su propio perímetro, la necesidad de un mayor acercamiento y la disminución de la intermediación excesiva que genera una central su lejanía provocó la creación espontánea de una cantidad significativa de mercados a todo lo largo y ancho de la ciudad. *Los mismos¹⁴ son sitios o lugares expresamente determinados, destinados a la compra o venta al detalle de productos de primera necesidad; se concibe también como una unidad comercial estructurada con base en la organización de pequeños comerciantes, que proporciona a la población un abastecimiento adecuado de productos básicos.*

En el caso que nos ocupa lo diferenciamos de los informales por que cuenta con una infraestructura mínima y una relación formal con la entidad estatal que los regula, los ayuntamientos.

3.2.1 El descuido histórico y las deficiencias de diseño:

En el momento del diseño y construcción del Mercado Nuevo, era de rigor establecer no solo la demanda del momento, sino establecer la demanda futura, de una ciudad que evidentemente crecía a un ritmo geométrico, así lo demuestran todos los censos realizados. En 67 años **(1935-2002)** Pasamos de ser una ciudad de 71 mil a 2.3 millones de habitantes¹⁵.

¹² La compañía hace referencia al complemento de las comidas que suelo ser carnes, embutidos, pastas, y algunos vegetales como berenjenas, molondrones, etc.

¹³ Vehículo de tres ruedas, de fabricación artesanal, que se utiliza en el traslado de los productos que serían vendidos de forma ambulatoria en los principales centros urbanos de la República Dominicana.

¹⁴ Joaquín Guzmán y Antonio Rallo: Estructura y Economía Mundial. Editora McGraw Hill, 1998.

¹⁵ Oficina Nacional de Estadísticas, Censos de Población y Vivienda 1935, 1950, 1960, 1970, 1980, 1992 y 2002.

Resulta notorio que el esfuerzo desplegado por el Arq. Rafael Calventi¹⁶ y el gobierno de entonces era el diseño de una obra sin reconocer el conjunto de factores externos a los cuales se debía, la realidad social y demográfica de la ciudad de Santo Domingo era uno de estos principales factores.

No reconocerlos ha sido la génesis del problema actual, es el estado de abandono que las autoridades locales y nacionales lo han sumido, al punto, que se decidió, sin considerar, analizar o estudiar el impacto que esto generaría, construir otro mercado (Merca Santo Domingo) que a todas luces está llamado a sustituir el ya viejo Mercado de la Termini Duarte.

3.3 Los Mercaditos:

Los mercaditos son unidades de venta al detalle de productos de primera necesidad, en menor escala que el mercado. Estos mercaditos no son otra cosa que la **sedentarización** de los vendedores ambulantes de nuestras calles, que se fueron colocando en lugares estratégicos, regularmente como complemento de otros negocios (carnicerías y colmados¹⁷). El primero de ellos fue el mercadito de la calle Diez esquina Central. En esta popular esquina se instaló a finales de los años cincuenta el **Colmado Quitipón**.¹⁸ Este establecimiento comercial tuvo mucho prestigio y satisfizo gran parte de la demanda de alimentos de los moradores de los barrios en los inicios de su formación.

Precisamente, en esta esquina se estableció el **primer mercadito** de la zona periférica en el Distrito Nacional. El mismo no era otra cosa que un conjunto de vendedores ambulantes, que cargaban sus productos en canastos¹⁹ y que se establecieron en este punto para realizar la venta de los productos que complementaban la comida de las amas de casa que día a día visitaban el referido colmado a comprar sus productos.

¹⁶ Rafael Calventi, Arquitecto Dominicano, diseñador de una gran cantidad de proyectos públicos y privados, siendo los más destacados, el Mercado Público Santo Domingo, Banco Central de la República Dominicana, entre otros.

¹⁷ En sus inicios, los colmados se dedicaban exclusivamente a la venta de artículos comestibles duraderos y que, además, estaban dirigidos a la comida del medio día. Éstos no vendían artículos procedentes del agro, como víveres, verduras, condimentos, legumbres, etc. Esta demanda paralela era satisfecha por otro tipo de negocios, que se manifestaba por medio de triciclos, ventorrillos y posteriormente mercaditos.

¹⁸ Este colmado estaba ubicado en los límites de los barrios Las Cañitas, 24 de Abril, Luperón, Espaillat, y muy próximo a Gualay.

¹⁹ En sus inicios, los vendedores ambulantes utilizaban canastos, en menor grado las carretillas. Recordemos que simplemente las calles no eran transitables y que vender en una carretilla era virtualmente imposible. Sin embargo, para los inicios de los años setenta, la situación de nuestras comunidades era diferente y la distribución de alimentos en triciclos dio inicio.

De manera que este tipo de mercado fue creciendo en número y tamaño, y hoy existen muchos distribuidos a todo lo largo y ancho del gran Santo Domingo muy especialmente en la proximidad del Mercado Nuevo, donde se verificó la existencia del mayor número de ellos.

En los barrios de la zona norte del Distrito Nacional²⁰ existen unos *cuatro* mercaditos, el de Simón Bolívar y Capotillo (Ubicado en la frontera de ambos barrios); el mercadito de Gualay, el mercado de la Av. Padre Castellanos, antigua 17, ubicado en el barrio 27 de Febrero (intervenido también, pero con poco éxito) y por último, el de Los Guandules, en el sector Domingo Savio.

En el municipio Santo Domingo Este existen los mercados del Almirante, Mandinga, Avenida la Pista, En Santo Domingo Norte existe el de San Felipe en Punta Villa Mella y en el Cruce de Sabana Perdida, en Santo Domingo Oeste este el Mercado de Buenos Aires en la Calle el Sol.

Un elemento a destacar es la abundancia de intermediarios en el proceso de distribución de productos en las ciudades. Antes de la llegada del bien al consumidor final, es sabido que numerosos canales se manifiestan, teniendo un gran impacto en los precios. Sin embargo, a través de los mercados se provoca que el camino entre el productor y consumidor final se haga más expedito. Esta proximidad se manifiesta automáticamente en términos de precios, los artículos que son ofrecidos en el mercado no sólo representan una oferta de mayor calidad por la frescura y la variedad en los productos, sino que además el precio es muy inferior.

3.4 Relación Mercado Nuevo, Sistema de Distribución y Economía del Gran Santo Domingo:

La estructura que se acaba de presentar, se creó en torno al Mercado Nuevo, su cercanía propicia mejores condiciones para los negocios. La reducción de la intermediación entre el comerciante detallista y el productor redundará en un alto beneficio para los consumidores de la zona, que no sólo gozan con artículos frescos y de calidad, sino que también los adquieren a mejores precios.

²⁰Acorde con la nueva división política de la ciudad de Santo Domingo.

3.4.1 Mercado Nuevo, Mercados y Mercaditos y formación final de precios:

La proximidad del Mercado Nuevo con los principales mercados de los barrios de toda la zona metropolitana y de los principales barrios pobres, es su principal fortaleza, su localización permite que los consumidores finales puedan tener acceso a productos del agro casi de forma directa y a menor precio. Para identificar el impacto que los mercados generan en la formación final de los precios de los alimentos de primera necesidad que llegan a la mesa de cada habitante del gran Santo Domingo diseñamos un estudio sencillo que dé cuenta de este fenómeno.

El estudio identificó comercios del mercado y de su entorno otros comercios no tan próximo a los mercados. Iniciamos con la red de mercados instaladas en los barrios de la zona norte del Distrito Nacional, esto es Mercado de los Guandules, que está localizado en la avenida Francisco del Rosario Sánchez y oferta sus productos a los moradores de los Barrios Guachupita, la Ciénaga, 27 de febrero y los Guandules; el mercado Quitipón, localizado en la Avenida Barney Morgan (Antigua Central) entre los barrios Espaillat, 24 de abril, las Cañitas y Gualey; mercado de Gualey, ubicado en la Francisco del Rosario Sánchez (detrás del politécnico Santa Ana; el Mercado del Simón Bolívar que brinda sus servicios a los Barrios Capotillo y Simón Bolívar, en el entorno del Mercado Nuevo, en el Mercado de Villa Consuelo y San Carlos ubicados en las mismas comunidades.

3.4.1.1 Objetivo:

El objetivo del estudio es identificar el vínculo entre la localización del Mercado Nuevo, Mercados y Mercaditos en la formación de los precios de los productos de primera necesidad en el gran Santo Domingo.

3.4.1.2 Metodología:

Se realizó un análisis comparativo del comportamiento de los precios en diversos comercios del Distrito Nacional y la provincia Santo Domingo, el estudio identificó los negocios que se dedicaban a la venta de productos de la canasta familiar en colmados, Súper Mercados, tricicleros y camionetas plataneras próximo a donde existen tres mercados, el nuevo de la terminal Duarte, el Mercado de los Guandules y el del Almirante. Se identificaron los precios de los productos de primera necesidad entre

aquellos comercios localizados en un radio de un kilómetro²¹, dos y tres kilómetros respectivamente pequeño cuestionario. (Anexo 1 instrumento utilizado para registrar los precios).

Para producir la información un encuestador fue directamente al negocio y pregunto el precio de una lista preestablecida que se presenta a continuación y posteriormente calculamos la media en función del lugar donde se produjo la información, en otras palabras, se estableció con próximo o lejos de la zona de influencia de los mercados estuviera. (Ver Anexo 2, lista de comercios).

3.4.1.4 Selección de la muestra:

Se utilizó un mapa del Gran Santo Domingo, localizamos los mercados e hicimos la selección de comercios, seleccionando un colmado cada 6 y uno de cada dos supermercados en la zona, y se esperó en lugares estratégicos el paso de los vendedores ambulantes para la aplicación del instrumento. (Ver anexo 3, 5 y 5 Mapas de los alrededores del Mercado Nuevo, del Mercado de Los Guandules y del Mercado del Almirante).

El día 14 de noviembre del 2011, realizando 10 encuestas por persona, con un personal de 20 encuestadores, realizamos el levantamiento en una sola jornada de trabajo.

Este proceso (levantamiento de información) lo dividimos en dos, el precio uno, en la proximidad de los mercados, el dos fuera del rango de un kilómetro establecido y menos de dos kilómetros y el rango tres, tres kilómetros o más.

Cuadro 2
Precio de los Artículos de primera Necesidad
Estudio Comparativo Mercado Nuevo
Fuente: Elaboración propia

Tipo de Negocio Alrededor del Mercado Nuevo	Cantidad
Colmado	22
Supermercado	8
Triciclero	22
Guagüita Platanera ²²	31
Total	83

²¹ Ver mapas anexos 3,4 y 5, donde se establece el radio de acción de los comercios seleccionados en función de su localización respecto a los mercados.

²² En el mercado Nuevo, analizamos 22 guagüitas, en el lugar donde compraban sus productos antes de su salida a los lugares donde realizan sus ventas.

Cuadro 3
Precio de los Artículos de primera Necesidad
Estudio Comparativo Mercado de los Guandules
Fuente: Elaboración propia

Tipo de Negocio analizado Mercado de los Guandules	Cantidad
Colmado	12
Supermercado	6
Triciclero	15
Guagüita Platanera	15
Total	48

Cuadro 4
Precio de los Artículos de primera Necesidad
Estudio Comparativo Mercado del Almirante
Fuente: Elaboración propia

Tipo de Negocio analizado Mercado de los Guandules	Cantidad
Colmado	8
Supermercado	6
Triciclero	15
Guagüita Platanera	15
Total	44

Los artículos que se analizaron fueron los siguientes: arroz, habichuela, huevo, carne de pollo y plátano. Estos artículos mostraban diferencias significativas a partir de la distancia que se encontraban del Mercado Nuevo o de los mercados analizados. Para realizar el análisis se construyó una media aritmética con los precios recogidos, y procedimos a compararlos. El primer artículo comparado fue el arroz, se encontró que el mismo era ofertado en los mercados a 16 pesos la libra (precio promedio); en el caso de los colmados cercanos era de 18 pesos y el precio en los comercios más lejanos rondaban los 21 pesos promedio. Esto representa el 15% de diferencia aproximadamente.

Con el pollo ocurre algo similar, se visitaron 12 negocios de venta de pollo en los barrios Simón Bolívar y Capotillo, 7 en Los Guandules, 6 en 27 de Febrero y 7 en el barrio 24 de Abril, el precio promedio en los mercados rondaba los 41 pesos, en otros lugares relativamente distanciados 44 pesos

y en zonas de expendio fuera del mercado el precio promedio alcanzó los 50 pesos, lo que significa hasta un 18% de diferencia. Con los plátanos y los huevos la diferencia es significativa, mientras un cartón de huevos, costaba en la proximidad del mercado 100 pesos, en los colmados 120 pesos, en los supermercados y otros lugares distantes hasta 170 pesos el cartón de 30 Huevos.

En el análisis no se quiere destacar números, sino la parte humana que subyace detrás. La precariedad laboral se manifiesta de muchas maneras, pero una de las más importantes es relacionada con el tipo de ingreso, no sólo en la cantidad generada sino, además, en la forma. Es sabido que los ingresos que percibe la población de los barrios marginados de Santo Domingo son esencialmente bajos, pero que además no son regulares, ni periódicos, lo que plantea crear respuestas también a esta situación. Una de ellas está relacionada con la forma de comprar los alimentos. Las amas de casa se ven en la necesidad de librar una batalla diaria en contra del alto costo de la vida y la falta de oportunidades. Es ahí donde estos precios adquieren su mayor fortaleza, cuando el jefe de la familia deja el diario²³ para atender los requerimientos cotidianos de alimentos de toda la familia, unos 150 pesos²⁴, detrás de la voluntad de la madre existe toda una estrategia muy bien articulada que no sólo contempla qué comprar, sino que además, integra a la misma el lugar donde comprar. Si con el mercado la madre logra ahorrar de 80 a 90 pesos en promedio diario, este ahorro calculado al mes representaría casi unos 2,700 pesos.

Como se puede apreciar, la simple existencia de esta estructura de distribución y comercialización de alimentos, representa una fuerza considerable en la formación final de precios, que a su vez forma parte del estilo de vida y estrategia de supervivencia de los más pobres.

3.4.2 Mercado Nuevo, Mercados y Mercaditos y la generación de negocios:

Otro factor importante, es que en la de distribución se generó todo un proceso de creación de miles de oportunidades de negocios en las comunidades, el proceso que precedentemente se describió genera una gran cantidad de actividades comerciales, que se expresa con mucha fuerza en todo el proceso económico local y nacional de la Republica Dominicana, el análisis lo iniciaremos con el Colmado por ser la entidad mas estudiada y de la cual existe mayor información disponible, de acuerdo a un estudio

²³ Forma en que la gente denomina la erogación diaria de dinero para la manutención de la familia.

²⁴ La información presentada es el resultado de la media aritmética que se produjo a partir de los datos de la encuesta realizada a amas de casa que veremos más adelante, en la misma se pregunto respecto a la forma de adquisición de los alimentos y los montos involucrados, la media aritmética resultante fue de 150 pesos.

realizado por Fondo Micro²⁵ en abril del 2001, para entonces existían en la Republica Dominicana cuarenta mil quinientos (40,500) colmados, un estudio mas reciente realizado por el ministerio de Interior y Policía, da cuenta de la existencia de 44 mil colmadones²⁶, de estos, el 33%, unos trece mil estaban instalados en el gran Santo Domingo.

De las otras actividades vinculadas al comercio de productos alimenticios, tales como ventorrillos, tricicleros, camionetas plataneras, vendedores de a pie, no existen estudios o registros que den cuenta de la cantidad de estos tipos de negocios, lo que sí sabemos es que son numerosos, y que esta cantidad indeterminada es muy superior a la de colmados registrados.

Se puede concluir que la cantidad de colmados, triciclos, ventorrillos, camionetas plataneras, tracción animal, vendedores de a pie, etc. superan los 100 mil negocios. Si le asignamos una cantidad proporcional al 33% que constituye los pobladores y negocios del gran Santo Domingo, se puede concluir que más de 35 mil negocios de este tipo están vinculados de forma directa a la existencia y localización del mercado Nuevo de la Duarte.

El Mismo estudio de Fondomicro da cuenta de que estos negocios manejaban para entonces aproximadamente 65 mil pesos mensuales en promedio, en otras palabras 2 mil 600 millones de pesos aproximadamente solo en las actividades de los colmados, en el levantamiento de información con los vendedores ambulantes de Guagüitas Plataneras, se determinó que el promedio de venta rondaba también los dos mil pesos, si este promedio lo ajustamos a la cuarta parte, solo 500 pesos diarios para considerar los demás sectores que son menos afortunados en lo referente a los ingresos, se está hablando de unos 750 millones adicionales.

Esto no sólo se manifiesta en la creación de empleo, sino en el fortalecimiento de toda una red paralela sin la cual la primera no existiría, y que a su vez genera una cantidad similar o mayor de empleo. La red a la que se hace referencia, está constituida por las miles de personas que van desde los que transportan las mercancías a los negocios, hasta los que se dedican a la distribución en unidades móviles.

²⁵ Fondomicro es una institución privada que se dedica investigación y el conocimiento de las características de las micro y pequeñas empresas dominicanas.

²⁶ Información publicada en el periódico Diario Libre, el 5 de diciembre del 2011, pagina 8.

Como es posible advertir, en torno al Mercado Nuevo existe todo un tejido sobre el cual se sustenta la ciudad. Este tejido va desde la propia distribución de los artículos de la canasta familiar, hasta la red de empleos que en torno a esta actividad se genera, pasando por las condiciones de accesibilidad a los artículos de primera necesidad.

3.4.2 Mercado Nuevo, Mercados y Mercaditos y la generación de Empleos:

Existe la falsa creencia de que en la Republica Dominicana los dominicanos y dominicanos están desempleados como consecuencia de la falta fuentes de empleo, empleos si existen, solo que la mayoría han sido creados por la propia gente. No se va a analizar en este apartado la importancia del empleo y su categorización de calidad o no, lo que si se quiere establecer es que frente a la debilidad y poca eficiencia del sistema formal para generarlos, se destaca la fortaleza del sector informal, que es reconocido por todos como el principal generador de empleos en el País.

Unos 4.3 millones²⁷ de los Dominicanos que constituyen la población económicamente activa²⁸ en la República Dominicana, aproximadamente el 85.6% está trabajando, el 14.4% está desocupado²⁹, o se declaro como tal, en otras palabras, un millón ochocientos mil dominicanos, de estos, aproximadamente, un millón doscientos mil son empleos generados por el sector informal **(65%)**³⁰, el 34% restante, se generó como consecuencia de las actividades desarrolladas en la economía formal. Este 65% se genera por el esfuerzo particular de miles de personas que ante la imposibilidad de contar con un empleo formal, se ven en la imperiosa necesidad de buscar o crear su propia forma de ganarse la vida.

En este proceso de autogeneración de empleo se destacan dos grandes sectores de la economía informal, el primero es el transporte y el segundo precisamente el vinculado al abastecimiento de alimentos de la ciudad.

No se encontraron estudios que den cuenta del impacto y los aportes que estos sectores hacen a la economía formal general, sin embargo por simple observación se puede concluir que el número de

²⁷ Población Económicamente Republica Dominicana, Encuesta Nacional de Trabajo, Banco Central de la Republica Dominicana, 2010.

²⁸ Está formada por los ocupados, y los desocupados y es el conjunto de personas que ejercen presión en el mercado de trabajo, Glosario de términos Banco Central de la Republica Dominicana.

²⁹ Encuesta Fuerza de Trabajo, Abril 2011, Banco Central de la Republica Dominicana.

³⁰ Encuesta Fuerza de Trabajo, Abril 2011, Banco Central de la Republica Dominicana.

personas que se dedica a la venta de algún bien o servicio de manera informal.

El factor más importante que contribuye desarrollo del empleo informal es a la falta de oportunidad laboral, las personas se las ingenian para crear su propia fuente de empleo, como consecuencia de lo anterior se produce un incremento de todas las actividades del sector informal, incluyendo el vinculado a la comercialización de alimentos.

4. Productores y Mercado (una pequeña propuesta)

En la actualidad los pequeños productores enfrentan un sinnúmero de dificultades, una de ellas es la falta de un adecuado mecanismo de distribución de sus cosechas debido a sus bajos volúmenes y a la distancia hacia los mercados. Si se integran los criterios modernos de la producción a los existentes actualmente en las comunidades agrícolas pobres, acompañados éstos con la necesaria promoción de la organización empresarial y el trabajo de más altos estándares de calidad, se podría garantizar la conquista de otro eslabón importante de la cadena de abastecimiento, la de los supermercados.

El problema en cuestión debe ser superado creando un modelo de trabajo que permita superar esta realidad. Hoy por hoy se hace urgente elevar los niveles de competitividad del productor agrícola, no sólo en calidad, sino además en precio para que pueda acceder a esta parte del sistema. Un aporte importante sería incrementar el volumen de producción y los mercados de destino. La asociación de productores, no sólo desde el punto de vista tradicional que plantea organizar la producción, sino que además contemple organizar de forma moderna la comercialización de los productos y la administración de los recursos de formas transparente.

La modernización de la producción a pequeña escala no sólo significa tecnificación desde el punto de vista de la utilización de los medios modernos de mecanización, también conlleva la transparencia en cuanto a costos de insumos y precios de mercado, el acceso a mercados más exigentes, la cooperación entre sus miembros para apoyarse mutuamente, la utilización sostenible y eficiente de la tierra a través de la siembra de varios ciclos de cosecha, la construcción de centros de acopio y empaque. No menos importante, se contemplaba también el aseguramiento de mejores y menos fluctuantes precios a través del abastecimiento a mercados y supermercados, la creación de una marca para el producto, el aseguramiento del mercado previo a los planes de siembra, y el incremento de la calidad del producto en general.

La idea fundamental consiste en vender los productos como una organización, asumiendo una actitud más activa para su comercialización. Un grupo de agricultores podría unirse y formar una empresa agrícola que no sólo utilice todas las técnicas modernas para realizar más eficientemente su tarea, sino que además le permita participar de forma más ventajosa en la fase de comercialización de sus productos.

En esta etapa del proceso el estado jugaría un papel importante en la promoción de formas modernas de producción que contemple lo precedentemente planteado.

4.1 Un poco de historia:

Ya en la década del 40 la dictadura de Trujillo se había afianzado en el poder. Se pone en práctica un modelo económico que transformaría la estructura económica y social del país. Durante este período empezó a haber cierto desarrollo de la industria nacional, sobre todo la industria azucarera. Mientras que en el ámbito financiero se producen grandes cambios. Se compra El First National Bank y con este se crea el Banco de Reservas en el 1941; en el 1945 se crea el Banco Agrícola e Industrial; y por último, en 1947 el Banco Central de la República Dominicana, y la moneda dominicana.

Este desarrollo industrial y financiero potencia el proceso de urbanización que ya se venía operando en la ciudad. Paralelo a esto, se inicia un ambicioso plan de obras públicas: construcción de una red vial nacional, muelles, aeropuertos y los primeros proyectos de viviendas auspiciados por el Estado. En esta década se inicia el proceso de intervención oficial en la ciudad, se dan los primeros pasos del proceso de reordenamiento urbano que tanto influyó en lo que es Santo Domingo hoy. Aquí se inician los grandes desalojos masivos, las reubicaciones de comunidades enteras.

5. El Mercado y la Ciudad

El grado de dependencia de la ciudad respecto a las comunidades situadas en la cercanía era muy alto. Éstas eran las proveedoras de bienes de consumo muy específicos que demandaban los residentes urbanos. Dos de estos bienes eran la leña y el carbón; parte importante de esta demanda era satisfecha a través del río. Pero no sólo la ciudad de Santo Domingo era provista por esta vía, sino también las comunidades que ya existían o estaban en proceso de formación. En toda la ciudad existían mercados. Uno de los más importantes era el llamado “Del Ozama”. Luis E. Alemar, en su libro “*La Ciudad de Santo Domingo*”, describe este mercado, que estaría instalado en la entrada de lo que hoy conocemos

como La Ciénaga: “...por muchos años existió en la llamada playa del Ozama, lugar pantanoso y fétido en el cual descargaban y vendían sus frutos nuestros campesinos del Ozama arriba, que allí llegaban con sus canoas.”

Esta relación generó un tipo de migración, la del campesino que iba abandonando paulatinamente la producción agrícola para dedicarse a la venta de productos por toda la ciudad. Así se fueron creando los primeros mercados informales, los cuales se multiplicaron por toda la ciudad. Los mismos estaban formados originariamente por vendedores ambulantes que se fueron estableciendo en puntos estratégicos de la ciudad para ofertar sus productos.

Las diferencias entre estos mercados y los hospedajes eran muy notables, los primeros se formaban de manera espontánea en lugares estratégicos, donde se toleraba sus operaciones, mientras que los hospedajes eran mercados formales, que pagaban impuestos, y eran regidos por leyes sanitarias, al menos en teoría, la gran mayoría de éstos fueron construidos por los gobiernos.

Estos mercados eran suplidos principalmente por las siguientes comunidades: Villa Duarte o Pajarito, El Arcón, que para la época tenía instalado un aserradero y hornos de carbón, Los Mina, Los Tres Brazos, Villa Mella, entre otras. También un lugar importante era el denominado Agua Dulce, donde muchas de las comunidades existentes se abastecían de agua. Se puede apreciar que a principios del siglo XX sólo existían bolsones, puntos muy específicos donde residían los moradores más pobres de la ciudad.

Para el 1944 el crecimiento de la ciudad de Santo Domingo era enorme, ya desde el punto de vista demográfico y territorial. Para el censo de 1935 su población era de 71 mil personas³¹, mientras que para el 1950 la población se había algo más que duplicado. Vivían en esta ciudad unas 181 mil personas³². Desde el punto de vista territorial, el crecimiento del Distrito Nacional 1944 era extraordinario, en menos de 20 años el ritmo de crecimiento había superado el 100%. El crecimiento hacia el oeste era el más significativo, pero también se manifestaba un crecimiento importante hacia el norte. Este crecimiento vertiginoso no fue acompañado con una adecuación del sistema de suministro de alimentos de la ciudad, no obstante existían ya carreteras que comunicaban gran parte del país. Santo Domingo seguía siendo abastecido por su zona rural, y sus provincias adyacentes.

³¹ Oficina Nacional de Estadística, ONE.

³² Censo Nacional de Población y Vivienda, 1950, ONE.

A principios de la década de los cuarenta el principal mercado con que contaba la ciudad de Santo Domingo era el denominado Hospedaje, este mercado estaba situado en un espacio a cielo abierto que estaba donde hoy está instalado el Cuartel General del Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Santo Domingo.

Esta situación cambió drásticamente con la construcción para el año 1944 del denominado Mercado Modelo. El mismo debía abastecer la demanda de alimentos de la ciudad, y fue la primera obra de esta magnitud realizada por el gobierno central dirigida a regularizar y modernizar el sistema de abastecimiento de la ciudad. La construcción de este mercado es el inicio de todo un proceso concebido para cambiar la estructura obsoleta de producción y distribución de los productos agrícolas en el país. Trujillo y los suyos habían hecho grandes inversiones en el área de la agricultura. Se recuerda que el modelo de desarrollo asumido entonces, propiciaba el impulso de la agricultura como el eje fundamental del desarrollo nacional. En este marco surge el Mercado Modelo, el cual posibilitaba una mejor colocación de los productos agrícolas producidos en las grandes propiedades. De manera que este punto de venta fue concebido como el gran centro de acopio de la ciudad.

Con la construcción del Mercado Modelo, se va sustituyendo el sistema antiguo de abastecimiento utilizando los animales de carga. Éstos fueron sustituidos por camiones, dando inicio de esta forma a una nueva era, no sólo de comercialización sino además, de producción y distribución. Así en poco tiempo ya los productos podían llegar más lejos, más rápido y en mayor cantidad.

Pero este sistema que se ponía en marcha con el Mercado Modelo, golpeó severamente el sistema anterior, que no fue sustituido de inmediato, pues, éste viviría unos 25 años más, ***convirtiéndose en el progenitor del sistema actual, del cual los mercados informales forman parte.***

Con la construcción del Mercado Modelo también se pusieron en marcha una serie de ordenanzas municipales, la más importante fue la prohibición de la entrada de animales de carga a la ciudad. Con esta medida se inhabilitaba automáticamente al pequeño productor, porque sólo contaba con este medio para trasladar sus productos.

Pero este nuevo sistema excluía la ya amplia zona periférica que estaba fuera de la ciudad formal. Para los barrios pobres que ya existían, el Mercado de Modelo no resultó solución, y de nuevo la

necesidad de tener acceso a los productos agrícolas se puso de manifiesto. Muchos moradores de la zona optaron por crear sus propios cultivos, pero esto no fue suficiente, y para apalear la situación continuaron surgiendo los mercados espontáneos. Es en este marco que surge el de Villa Consuelo, que años después fue intervenido, y de nuevo restringidos sus suplidores surgiendo el último hospedaje que recuerda la ciudad, **el de la venta**. El mismo operaba en la cercanía del kilómetro nueve de la Autopista Duarte. Este mantuvo las mismas características operacionales de los anteriores, hasta bien avanzada la década de los sesentas.

5.1 Desalojos, Zona Norte y su Mercado:

Pero si por un lado los responsables de la dirección del Estado apuestan a la muerte de este modelo de abastecimiento, por otro, con la política³³ de desalojos masivos que inicia la dictadura trujillista a principios de los años cuarenta, propician su nacimiento y desarrollo en otras zonas de la ciudad.

La Estructura de abastecimiento que existen en la ciudad no pueden ser analizados al margen del surgimiento y desarrollo de los barrios y, precisamente, éstos últimos fueron el resultado de dicho proceso de expulsión.

Con la zona norte se completa el proceso de periferización de la ciudad de Santo Domingo. Los desalojados de Farías, La Fuente, etc. fueron en su gran mayoría realojados en la zona norte (Capotillo, Simón Bolívar, Las Cañitas, 24 de Abril, Gualey, Los Guandules y 27 de Febrero).

Este proceso de reubicación no fue acompañado con el necesario acondicionamiento de la zona a ser habitada, por el contrario, sin previo aviso fueron desalojado de sus lugares de origen y arrojados en estas zonas inhóspitas para la época.

Los fundadores de los barrios de la zona norte de la ciudad fueron abandonados a su suerte, sin agua potable, sin escuelas, sin hospitales, sin transporte, y lo más importante, **sin comida, entonces ¿dónde compraría la gente sus alimentos?**

³³ El gobierno de Trujillo inicia una política de desalojos masivos en la ciudad, siendo la más importante la ejecutada en los años 1956, 1957. Las personas desalojadas en este proceso fueron llevadas a los barrios ubicados en la denominada zona norte, a orillas de los ríos Ozama e Isabela.

Las personas acostumbradas a comprar diariamente sus alimentos se veían obligadas a recorrer grandes distancias para poder comprar los productos que necesitaban. En este contexto se inicia otro mercado, uno que resultó ser residuo del que años atrás había sido sacado de la ciudad. Este mercado estaba bien lejos, así que se permitió la operación de esta pequeña plaza, inicialmente abastecía a los moradores de Faría y zonas aledañas. Cuando la zona se pobló este mercado se vigorizó, convirtiéndose en la única fuente de abastecimiento con que contaban los moradores de los nuevos barrios de la ciudad.

Los campesinos de las zonas rurales cercanas al Distrito Nacional, iniciaron lo que más tarde conoceríamos como el ***Mercado Nuevo***³⁴. Este mercado años después fue intervenido por el Estado, convirtiéndose en el principal centro de abasto de todo tipo de mercancías, muy especialmente los productos agrícolas. De manera que en poco menos de 20 años este mercado se convirtió en una pieza indispensable del normal funcionamiento de la ciudad de Santo Domingo.

Este singular equipamiento, no es el resultado del esfuerzo realizado por el Estado dominicano de equipar a Santo Domingo de un mercado con capacidad de acoger y distribuir las mercancías necesarias para la subsistencia de la ciudad. Esta es una solución creada por la misma gente (los más humildes del campo y los más humildes de la ciudad). Este mercado forjó nuevas relaciones de vida social y de comunidad, ayudó notablemente a la consolidación de los barrios de la zona norte de la Capital, creó modos más colectivos de consumo y propició una relativa abundancia material para los más humildes y olvidados de la ciudad.

6. Los Guandules: Crónica de un mercado anunciado

Para acercarse a la realidad en la cual se desenvuelven los mercados, se propuso conocer una en particular. Para lograrlo se decidió realizar un estudio en el mercado de Los Guandules. Se seleccionó este mercado porque es uno de los más grandes de la zona, y su impacto, tanto negativo como positivo es ampliamente debatido.

³⁴Mercado Nuevo de la Terminal Duarte, la demanda de artículos comestibles de los primeros moradores se satisfizo con la creación de un pequeño mercado ubicado en la parte final de lo que años más tarde llegaría a ser la Avenida Duarte. Este mercado fue creciendo al mismo ritmo que los barrios. En los años 70 se construyó una plaza moderna que dinamizó y vigorizó el mismo. Hoy en día es el gran centro de abasto de la ciudad capital y provincia de Santo Domingo.

En ese sentido, se propuso conocer el mercado en los aspectos más importantes que giran en torno a él: lo social, lo económico y hasta en lo político.

Para tales fines se realizó un censo de mercaderes donde consideramos una serie de variables, para con ellas aproximarnos a la concreción que hemos denominado Mercado de Los Guandules. Con el mismo fin, también realizamos una encuesta por muestreo en los barrios 27 de Febrero y Los Guandules, para entender el tipo de vínculo que entre estas comunidades y el mercado existen.

A continuación, se describe el diseño metodológico utilizado en el estudio del mercado.

En este trabajo se plantea como objetivo general proporcionar un análisis sobre el impacto de las operaciones de este mercado, en las comunidades situadas en sus cercanías (Los Guandules, 27 de Febrero, La Ciénaga y Guachupita) en los siguientes aspectos:

1. Lo social
2. Lo económico
3. Lo cultural

Se planteó, además, determinar impactos potenciales positivos y negativos del mercado a partir de las condiciones socioeconómicas actuales de la comunidad y su vinculación con el mercado. Para ello, realizamos un censo en el mercado y una encuesta por muestreo en las comunidades de Los Guandules y 27 de Febrero.

6.1 Diseño censal:

Para su realización procedimos a crear el marco censal, creamos un listado previo de locales comerciales, su ubicación y venta. Una vez terminado este proceso procedimos a la realización del levantamiento.

6.2 Diseño de la muestra:

Para el presente estudio seleccionamos una muestra de 103 hogares distribuidos de la siguiente forma, 73 en Los Guandules y 30 en 27 de Febrero. La muestra se distribuyó de manera sistemática. En este trabajo utilizamos muestreo aleatorio simple, lo cual implica que cada muestra posee la misma probabilidad de ser elegida que las restantes y que cada elemento de muestra tendrá siempre la misma probabilidad de ser escogido que los restantes.

6.3 Control de calidad:

El control de calidad desarrollado para la producción de la información, implicó un grado de seguimiento y supervisión a dos niveles, uno a nivel de la encuesta aplicada en la comunidad de Los Guandules y otra en el censo de mercaderes.

6.4 Encuesta:

En primer lugar, realizamos la selección y asignación de las viviendas a ser encuestadas. En segundo lugar, prestamos atención a la supervisión continua de los equipos de encuestadores y los cuestionarios aplicados en el campo. Esto facilitó la corrección de los errores encontrados, tanto a nivel del dato recolectado, de cobertura, así como también la forma de desenvolvimiento del entrevistador con la población.

6.1 Censo de mercaderes:

El proceso censal implicó un nivel similar de supervisión al realizado en la encuesta.

6.1.1 Organización y metodología:

6.1.1.1 Estrategia metodológica:

El estudio integró técnicas cualitativas y cuantitativas, dentro de una perspectiva interesada en identificar y cuantificar los puntos de vista de los pobladores y actitudes respecto al mercado de Los Guandules. En un primer momento diseñamos los instrumentos para levantar la información, los cuestionarios estructurados y las entrevistas abiertas.

En un segundo momento, pasamos al levantamiento de la información, el cual consistió en la aplicación del cuestionario por muestreo, el censo a los mercaderes y una serie de entrevistas a actores claves de la comunidad y del propio mercado.

6.1.1.2 Descripción socioeconómica de la comunidad de Los Guandules y el 27 de Febrero:

Los Guandules y el 27 de Febrero son barrios que se formaron como consecuencia del proceso de intervención realizado por el Estado dominicano en la ciudad de Santo Domingo. Este proceso se dio a

dos niveles, uno la expropiación de grandes extensiones de tierra que estaban en manos de una sola familia, los Viccini; y la posterior colocación en estos terrenos de las familias que habían sido desalojadas.

Los Guandules y el 27 de Febrero están ubicados en la parcela 1-B, la cual fue expropiada mediante el Decreto 1329³⁵.

6.1.1.3 Los límites de los barrios 27 de Febrero y Los Guandules:

En las comunidades de la zona norte existe una diferencia significativa entre los límites oficiales que delimitan el espacio físico que ocupan los barrios y los definidos por la comunidad. Los Guandules y 27 de Febrero constituyen uno de los mejores ejemplos, mientras oficialmente se reconoce a estos barrios como parte de la comunidad de Domingo Savio, los moradores y moradoras de estas comunidades establecen otros límites y estos son los que se ofrecen a continuación.

El barrio Los Guandules está delimitado al sur por la cañada Bonavides, al norte, el puente Francisco del Rosario Sánchez (de la 17), al este, el río Ozama, y al oeste, la avenida Francisco del Rosario Sánchez y el Barrio 27 de Febrero. En cambio, el barrio 27 de Febrero tiene al sur la cañada Benavides, al norte, la Avenida Padre Castellanos (la 17), al este, la avenida Francisco del Rosario Sánchez y Los Guandules y al oeste, la avenida Albert Thomas.

6.1.1.4 Características de la jefatura de hogar:

El presente estudio muestra que en el 27 de Febrero el 54 % de los hogares están regidos por hombres, lo que plantea que un alto porcentaje de los mismos lo están por mujeres. Mientras que en Los Guandules la situación es ligeramente diferente, aquí el 56% de los hogares están regidos por hombres.

³⁵Al final de la década de los cincuenta, el gobierno dominicano inició un proceso de reordenamiento urbano, para tales fines se realizó una serie de desalojos compulsivos de familias. Éstas fueron realojados en la denominada zona norte, dando inicio a los barrios la Zurza, Capotillo, Simón Bolívar, las Cañitas, 24 de Abril, Gualey y Los Guandules.

Cuadro 5
Jefatura de hogar en las comunidades

Barrio	Sexo	Porcentaje válido
27 de Febrero	Femenino	43%
	Masculino	57%
	Total 27 de Febrero	100
Los Guandules	Sexo	Porcentaje válido
	Femenino	35%
	Masculino	65
	Total Los Guandules	100

Fuente: Elaboración propia

El número de hogares con jefatura femenina, como se puede ver es relativamente alto en estas comunidades, la generación de este tipo de hogares es debido a diversos factores, siendo el de mayor incidencia las separaciones y divorcios entre las parejas, aumento de la fecundidad adolescente no acompañada de matrimonios; y migración laboral de los cónyuges.

6.5 Mercado: encargados y jefatura de hogar:

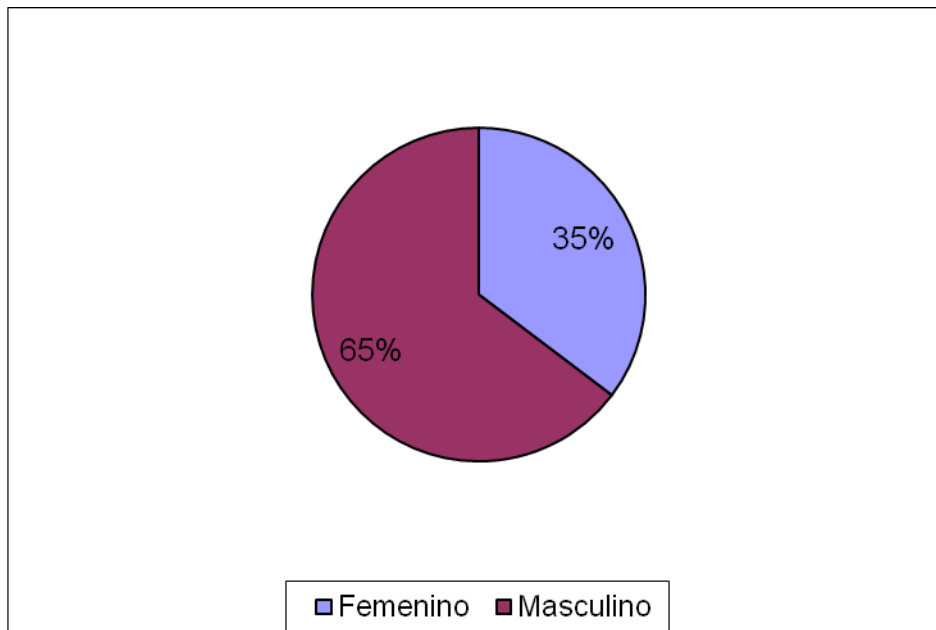
Cuando este renglón fue analizado se encontró que el 35% de las personas que están al frente de los negocios del mercado son de sexo femenino. Resulta evidente que existe una marcada relación entre los hogares dirigidos por mujeres y el propio mercado.

La participación de la mujer como cabeza de negocio en el mercado reivindica la importancia de su rol. Es alto conocido que la responsabilidad de las mujeres no se restringe a la realización de las actividades reservadas al mantenimiento diario del hogar, sino que abarca, además, aquellas que generan ingresos económicos pero que son consideradas como marginales a las que realiza el jefe de familia, y por ello son asimiladas, incluso por ellas mismas, como parte de sus actividades domésticas. Es por ello que podemos inferir que esta proporción de mujeres jefas de negocios en el mercado podría ser mucho mayor.

Resulta muy evidente que la participación de la mujer en la unidad de producción de la familia no es sólo complementaria, sino que resulta determinante en la conformación de las estrategias de supervivencia que las mismas se ven precisadas a realizar, a fin de enfrentar el deterioro de sus condiciones de vida.

En este proceso la mujer asume la mayor carga de trabajo, porque además de tener que realizar las labores domésticas asignadas a ellas en la división sexual del trabajo, tiene que participar de forma más directa en la generación de ingresos por medio de las actividades productivas de la familia y el trabajo en el mercado. (Ver Gráfico 2)

Gráfico 2
Encargados del mercado según sexo



Fuente: Elaboración propia

6.6 Pobladores de Los Guandules, 27 de Febrero, La Ciénaga y su Mercado:

La comida constituye una actividad vital para el ser humano y uno de los mejores vehículos para entender sus circunstancias sociales. Parte importante de lo que hace una comunidad empobrecida es precisamente crear las condiciones para satisfacer sus necesidades alimenticias. En las comunidades con alto nivel de marginación donde en su mayoría se carece de los servicios y productos de consumo básico, esto tiene repercusiones en el desarrollo de la población y está vinculado directamente con la calidad de vida de los habitantes. Es necesario identificar cómo esa estructura paralela antes definida, toma matices muy particulares en estas comunidades vinculadas al mercado.

El primer aspecto que se destacó es precisamente la población, ese conglomerado humano que necesita ser abastecido, de productos y servicios que se accede a ellos gracias a un mecanismo de supervivencia claramente establecido y bien enraizado en nuestras comunidades.

De acuerdo al último Censo de Población y Vivienda realizado en el país, la población de la comunidad de Domingo Savio³⁶ alcanzaba los 45 mil³⁷ habitantes. Pero como hemos explicado anteriormente, cabe aclarar que estos son los datos agregados de todos los moradores y moradoras de los barrios 27 de Febrero, Los Guandules y María Auxiliadora.

Aunque no poseemos información actualizada de la población real desagregada de los barrios antes mencionados, sí contamos con la provista por Ciudad Alternativa, en el marco de la formulación del Plan Cigua³⁸.

Cuadro 6
Población de los barrios en el área de influencia del mercado de Los Guandules.

Fuente: Censo Ciudad Alternativa 1997

Barrio	Población
Los Guandules	26,584
La Ciénaga de Guachupita	18,000
Franja de Guachupita	3,627
Total Población Domingo Savio	48,211

Como es posible advertir, la población que abastece el mercado de Los Guandules es numerosa, existen unos 50 mil seres humanos que deben ser abastecidos, y en este proceso el mercado juega un papel muy destacado.

En el estudio realizado en las comunidades, se encontró que el 53% dijo tener como único lugar de abastecimiento al mercado de Los Guandules. El último censo habla de 12 mil hogares en toda la zona, lo que plantea que por lo menos unas 6 mil familias se abastecen de este mercado, por lo que se puede inferir que se trata de unas 30 mil personas. (Ver Gráfico 3)

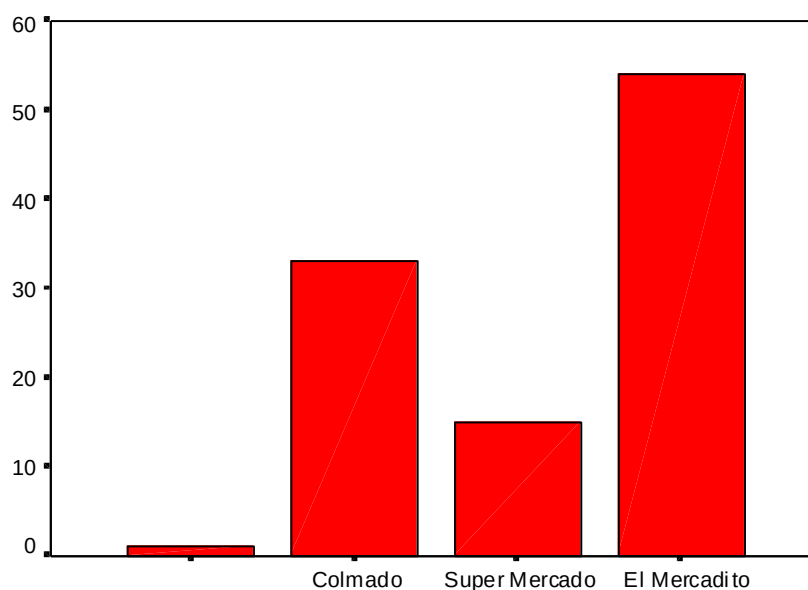
³⁶ El sector Domingo Savio está compuesto oficialmente por tres barrios: Los Guandules, 27 de Febrero y Villa María.

³⁷ Oficina Nacional de Estadística, datos definitivos del Censo Nacional de Población y Vivienda, República Dominicana, 2001.

³⁸ Tejeda, Raúl: La Ciénaga de Los Guandules, Características Socioeconómicas y Demográficas. Ciudad Alternativa, Marzo, 2000.

Gráfico 3

Donde Realizas sus compras



Donde Realizas sus compras

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las familias de nuestras comunidades se ven obligadas a encontrar formas de subsistencia asegurando en muchos casos simplemente la vida de sus miembros. ***En este sentido, la "mano invisible" del mercado no se estrecha amigablemente con la de los más necesitados***³⁹, muy por el contrario, la de los pobres debe adoptar su forma de puño para poder derribar todas las barreras.

La falta de oportunidades de empleo induce a muchos a buscar la forma de agenciarse ingresos. Desde este punto de vista 606 personas se ganan la vida directamente por la vía del mercado como fuente de empleo, evidentemente, empleo autogenerado. Si multiplicáramos por 4.12,⁴⁰ que es el tamaño promedio de hogar de las comunidades, encontraremos unas 2,496 personas que tienen una dependencia directa desde el punto de vista laboral con el mercado.

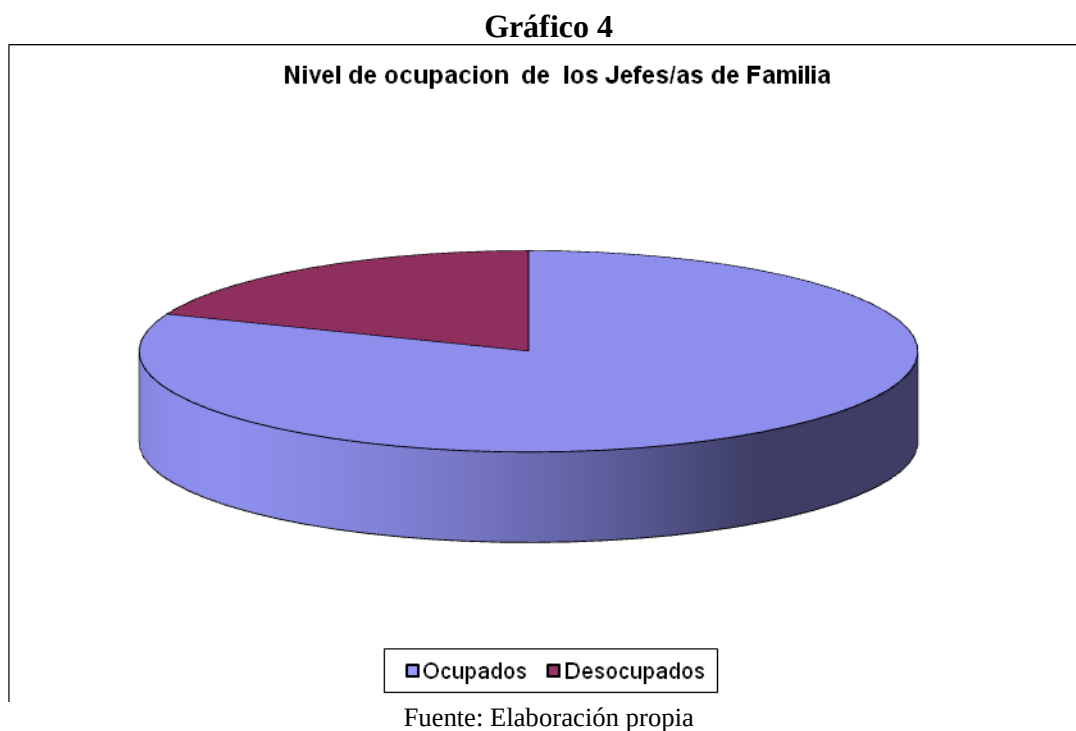
³⁹ Parafraseando a Adam Smith, cuando considera que la mano invisible del Mercado es la Gran reguladora.

⁴⁰ Tejeda, Raúl: Tamaño promedio de hogar es de 4.12, estudio Plan Cigua, características sociodemográficas.

Es alto conocido que la crisis económica ha golpeado fuertemente la sociedad dominicana y, muy particularmente, a las familias de escasos recursos. Un número importante de ellas buscaron defender su economía doméstica abasteciéndose directamente en el mercado, evitando la acción de los intermediarios que encarecen los productos.

El enfoque aplicado no tiene que ver con la manera habitual de tratar el tema en cuestión. No se podría analizar el problema laboral al margen de los mecanismos alternativos que los moradores y moradoras ponen en marcha para ganarse la vida. Esta realidad no está definida necesariamente por el mercado laboral establecido, sino por las estrategias de supervivencia que la propia gente ha ido creando. Estas estructuras no formales que le dan el mercado laboral en si mismo, queremos pensar, y entendemos esto diferente, de cómo las personas se ganan la vida, el problema del desempleo y el sub empleo en nuestro país es un fenómeno estructural, que tiene sus raíces en la forma desigual e injusta en que está estructurada nuestra sociedad.

El primer análisis laboral que presentamos es el del jefe de familia. De acuerdo a la encuesta realizada en la comunidad, el 83% de los jefes de hogar encuestados declararon estar trabajando.



Si analizamos el dato más arriba suministrado podría pensarse que se trata de comunidades únicas, donde el 83% de la población tiene ocupación, pero esto sólo refleja el esfuerzo que realizan las

familias por ganarse la vida dignamente. Si se analiza la ocupación de los jefes de familia notaríamos que hay un sesgo importante entre lo planteado desde el punto de vista de la ocupación formal y lo que sucede en la realidad.

Cuando se piensa en trabajo formal, se está refiriendo al trabajo convencional dentro de una empresa, donde el patrono y el trabajador están claramente diferenciados y se da entre ellos un vínculo fácil de identificar.

El informal, en cambio, es el trabajo en el que no parecen claros los tres elementos anteriores que de ordinario, toma forma de autoempleo, trabajo independiente, etc. donde el trabajador, en un supuesto ambiente de libertad y autonomía, se encuentra sometido a condiciones de trabajo que no son razonables ni decorosas.⁴¹.

De acuerdo al estudio, el 80% de los jefes de hogar respondieron dedicarse a actividades por cuenta propia, mientras sólo el 20% tiene empleo formal.

Una realidad importante que no debe ser obviada es la relacionada con el cónyuge. En la mayoría de las familias pobres todos los miembros de una manera u otra aportan al sostén de la misma, y evidentemente los cónyuges juegan un papel importante en este sentido. Así como también los demás miembros, ellos luchan en conjunto no sólo para poder subsistir sino también para alcanzar las metas particulares y generales que cada una de ellas se plantea.

La realidad planteada anteriormente está muy relacionada con lo que la gente hace para ganarse la vida. La actividad laboral de la comunidad está estrechamente relacionada con el territorio. La gente en aras de procurarse formas de ganarse la vida, va desarrollando toda una estrategia que en la mayoría de los casos está relacionada con la comunidad. Esta estrategia es parte de una red que se tiende a todo lo ancho y largo de la comunidad, y son los pilares que la sostienen.

⁴¹ Definición de la Oficina Internacional del Trabajo.

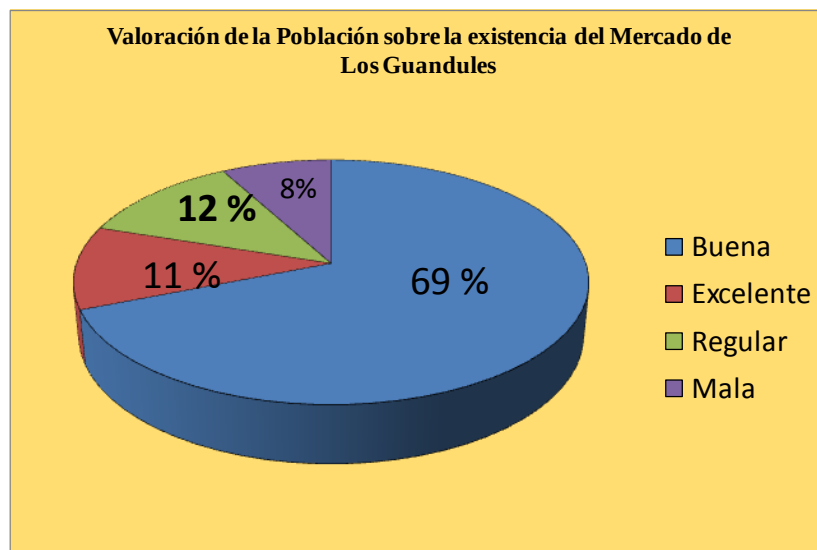
6.7 Mercado y Comunidad:

En el intento de conocer la percepción que del mercado tiene la comunidad, se indagó la calificación que los moradores de los barrios 27 Febrero y Los Guandules le asignaban. Asimismo, se aplicó un instrumento de autoevaluación dirigido a los comerciantes del mercado.

La comparación de la opinión de consumidores y comerciantes sobre los atributos positivos y negativos que definen la imagen del mercado el sector.

El **69%** de las personas encuestadas en la comunidad consideraron como **buena** la existencia del mercado, mientras que un 11% la consideró excelente. (ver Gráfico No. 5). Es decir, un ochenta por ciento de la población tiene una visión positiva respecto a la existencia del mercado, el 75% de los encuestados valoro de forma positiva la intervención del gobierno local (ADN), que transformo el mercado de los Guandules, iniciando de esta forma, un nuevo enfoque al tema de los mercados, muy particularmente a los denominados mercados informales, esta intervención, inicio a principios del 2007 y concluyo en marzo del 2008 con la intervención del mercado del Barrio Simón Bolívar.

Gráfico No. 5



Fuente: Elaboración propia

7. Aspectos jurídicos que rigen las operaciones de abasto de la ciudad

El Estado dominicano como responsable de crear condiciones adecuadas para una vida digna y sana en nuestro país, debe intervenir sin lugar a dudas en uno de los aspectos más importantes de la

actividad humana, la alimentación. La Constitución de la República establece en el **Artículo 54.- que para garantizar la seguridad alimentaria.** “El Estado promoverá la investigación y la transferencia de tecnología para la producción de alimentos y materias primas de origen agropecuarios, con el propósito de incrementar la productividad y garantizar la seguridad alimentaria”. A esto se limita la referencia a la seguridad alimentaria en la constitución de la Republica, nuestra carta magna no establece mayor especificidad o garantías, es notoria la ausencia de los aspectos que rijan de forma específica este tema, la importancia de asegurar el abastecimiento de las ciudades es delegada a los ayuntamientos, la ley 176-07 establece que como una de las funciones de los ayuntamientos construir y administrar, cementerios, mercados, etc. Reduciendo la responsabilidad de los ayuntamientos a la construcción y administración de las plazas o mercados.

La reglamentación existente es consecuente con lo anterior, limitándose a regular los aspectos vinculados a las operaciones cotidianas de los mercados tales como, horarios, higiene, tarifas, etc.

8. Conclusiones

Como se ha podido apreciar, el mercado es el eslabón más importante del sistema de abastecimiento nacional. Las operaciones que allí se realizan (*llegada, almacenaje y venta al mayoreo y menudeo de alimentos*) tienen gran relevancia para los consumidores. Es innegable que los mercados hoy atraviesan tiempos difíciles, pues se cuestiona hasta su propia existencia. Los políticos y los administradores, responsables de la ciudad, necesitan ser adecuadamente informados y sensibilizados acerca de la problemática de la seguridad alimentaría y de la complejidad de las soluciones, para que puedan tomar decisiones que lleven a soluciones sostenibles.

Las acciones del gobierno central están encaminadas a fomentar una mayor participación de los capitales privados, como vía de modernización del abasto y el comercio.

Esto plantea una estructura de distribución desconcentrada que pone en riesgo la existencia del actual sistema basado en los mercados y la de las autoridades locales, así como el abandono de las instalaciones donde operan los referidos comercios.

En casi la totalidad de los casos, los mercados no cuentan con la infraestructura adecuada para brindar sus servicios. Resulta evidente que no existe consonancia entre la importancia de sus funciones y el apoyo brindado por las autoridades municipales.

Estos mercados son parte insustituible del sistema de abastecimiento de las ciudades dominicanas y, por tal razón, no deben desaparecer, muy por el contrario el Estado debe fomentar una línea de acción dirigida a rescatarlos, reorientarlos, vigorizarlos para que jueguen con más eficiencia el papel que hoy realizan.

El sector del comercio de alimentos ha crecido con mucha fuerza en los últimos años. Parte importante de este crecimiento ha sido captado por los inversionistas extranjeros, pues la mayor parte de estos supermercados son de capital extranjero. Sin embargo, otro sector también se ha beneficiado por este aumento de la demanda de alimento en nuestro país, estos son los miles de dominicanos y dominicanas que gracias a este incremento han logrado crear fuentes diversas de empleo, generando riquezas y, tal vez lo más importante, creando la forma de llevar el sustento a sus familias.

Precisamente aquí radica la importancia del Mercado Nuevo y de la red de distribución que depende de él. Este lugar de abastecimiento permite que el más pobre pueda comprar lo indispensable con menos dinero. Un ama de casa puede con 50 pesos realizar una comida modesta para sus hijos gracias a que este sistema existe (***dos libras de arroz: 34 pesos, 20 de aceite, media libra de habichuela, y tres huevos***).

Una política gubernamental dirigida supervisar y regular el servicio de abasto, podría repercutir positivamente en los niveles de vida de los más pobres potenciando las bondades del sistema de abastecimiento de las ciudades concentrando sus acciones en el desarrollo de la red de mercados locales. Pero para poder lograr los mejores resultados se deben integrar todos los factores que intervienen en el proceso de abastecimiento de alimento de nuestras ciudades. Por ello se debe considerar el abasto desde su primera fase, la producción, hasta su fase final, el consumo. Modernizando el sector rural e incrementando el valor agregado, la productividad y el empleo, por una parte, y por otra, mejorando el sistema de abastecimiento de la ciudad, haciendo énfasis en la infraestructura actual de distribución, mejorando sus condiciones de operación, mejorando la infraestructura del Mercado Nuevo, y creando nuevos mercados de abasto. Acciones como éstas

generarían mejoras significativas en las condiciones de vida de las poblaciones en peor situación de pobreza, el pequeño productor del campo, y en el morador pobre de las ciudades.

El mercado es un punto de encuentro de la población, es el más importante referente para el intercambio de productos, y constituye un “colectivo natural”. El mercado es una actividad autogestionaria, y ésta, a su vez, juega un papel determinante en la formación final de los precios, en la oferta de los principales artículos de la canasta familiar, la autoproducción de empleo y la dotación de uno de los principales servicios a la ciudad, el abastecimiento. En otras palabras el mercado representa calidad de vida, genera empleos, establece y facilita las relaciones entre los vecinos de una comunidad; convierte lo potencial en algo efectivo, tangible, real, fortalece el tejido social que le da vida y sentido al empleo y los ingresos netos en zonas de alta vulnerabilidad económica.

Los mercados del ayuntamiento y del gobierno central no tienen la capacidad para hacer frente a la creciente demanda y, por consiguiente, al aumento del número de vendedores. Hoy todos los mercados están llenos al máximo de su capacidad.

Se asume que los mercados constituyen uno de los servicios públicos que deben ser provistos por el Estado dominicano, mientras que los ayuntamientos tienen la responsabilidad específica de dotar las comunidades de este vital equipamiento.

El rol de las autoridades municipales debería ser determinante en la promoción y organización del abastecimiento de las demarcaciones bajo su responsabilidad. En la práctica, su participación ha sido muy tímida. Ésta se ha limitado a administrar algunas instalaciones construidas por los distintos gobiernos. Las autoridades locales no están cumpliendo con responsabilidades tan primordiales como mantener una infraestructura y proporcionar servicios básicos, como agua y alcantarillados, retiro de la basura, sanidad y medidas de seguridad.

El deber de los ayuntamientos no es sólo proveer las comunidades de las plazas necesarias para la operación de los mercados locales de abastecimiento, sino que además debe proporcionar la infraestructura y organización necesarias en las que se desarrolle una comercialización adecuada de los productos básicos para la alimentación familiar.

La prestación del servicio público de mercados y centrales de abasto, no han sido resueltas por las autoridades, ni siquiera se ha considerado el mismo como tal. Los mercados se han formado a partir de las necesidades.

Podemos considerar, a modo de conclusión, que los sistemas de mercadeo tienen grandes limitaciones a la hora de mercadear los productos de consumo masivo procedentes del campo, debido a la falta de infraestructura de distribución adecuada. Esto no sólo repercute negativamente en los productores y consumidores que ven reducidos los beneficios que tendrían si el esquema de mercadeo fuera mas eficiente y acorde con la realidad moderna.

9. Recomendaciones (Mercados, propuestas para su organización)

9.1 Condiciones en las cuales opera actualmente el Mercado Nuevo de Santo Domingo:

Los gobiernos pueden tratar el problema de infraestructura insuficiente, mediante programas que lleven a reorganizar el orden institucional del mercadeo, además, crear instalaciones en nuevas localidades o mejorar los servicios existentes.

La ciudad muchas ciudades de América Latina han dado pasos importantes para tratar este importante tema, ciudades como Montevideo, con el auxilio de organismos multilaterales como la FAO, han hecho propuestas con que reivindican la importancia de los mercados y el sistema de distribución de alimentos, en esta ciudad existe una normativa dirigida a la intraversión.

Para poder orientar de algún modo posible iniciativas gubernamentales y privadas, nos hemos propuesto ajustar esta metodología a la realidad dominicana con miras a propiciar el debate y el llamado de atención de la sociedad dominica en torno a este tema.

Esta metodología podría ser de utilidad práctica para funcionarios públicos (locales y nacionales) para profesionales y técnicos en la realización de estudios de mercadeo y de ingeniería, en la preparación de estudios de factibilidad e impacto, en la formulación de propuestas para el suministro de instalaciones físicas y modificar el actuales condiciones de operación de los mercados.

La metodología propuesta para la ciudad de se ocupará de lo institucional, administrativo operacional, físico y social. Estos aspectos son ampliamente esbozados en vista de su significativo impacto sobre el medio social y físico que los mercados generan.

9.2 Bases para el funcionamiento de los mercados y centrales de abasto:

El funcionamiento de los mercados y centrales de abasto está cimentado en dos bases fundamentales, una de éstas es eminentemente jurídica, y la otra está dada en términos operativos.

9.2.1 Bases jurídicas

El abasto debe estar rigurosamente reglamentado, porque el mismo envuelve una serie de aspectos que van desde lo económico hasta lo relativo a la salud pública. Por ello, resulta indispensable crear normas que regulen todo lo concerniente al funcionamiento de este servicio público.

Esto sería crear disposiciones que regulen los horarios, licencias y permisos para su funcionamiento; los derechos, obligaciones y prohibiciones, tanto de los mercaderes como de los demás actores vinculados al sistema, particulares, etc., determinar las sanciones de que serán objeto las personas que infrinjan dicho reglamento.

La prestación de este servicio permite a las autoridades municipales participar en la regulación del abasto a nivel local. Esta participación no sólo debe ser regulatoria y/o represiva, también ésta debe proporcionar las condiciones sanitarias adecuadas, la infraestructura y organización necesarias en las que se desarrolle una comercialización adecuada de los productos básicos para la alimentación familiar. Con el fortalecimiento del papel de los ayuntamientos en los procesos de comercialización para regular la oferta y la demanda de alimentos, asegurando mejorar los ingresos a los productores y haciendo rendir el ingreso familiar.

- **El Reglamento de construcción.** Establecer las características y especificaciones que deberá cumplir la construcción y la remodelación de inmuebles destinados a la prestación este vital servicio público y atribuir facultad al ayuntamiento de intervenir en los proyectos de construcción y reconstrucción de nuevos mercados y centrales de abasto.
- **Mecanismos de control.** Otros aspectos que deben ser abordados son: el acceso de los mercaderes a crédito, seguridad social, entrenamiento y mejoramiento de habilidades que puedan ayudar a los vendedores/as para incrementar sus ingresos.

De la sustentación en la instrumentación y operación de ciertos servicios, como son los de trámite y los básicos que prestan directamente la autoridad municipal, así como de la existencia de recursos financieros que aseguren su adecuado mantenimiento y en su caso, la construcción de nuevas instalaciones destinadas a este servicio público.

9.2.2 Servicios de trámite:

Son las actividades que realiza el área responsable de la prestación de los servicios públicos, encaminadas a expedir licencias, permisos y traspasos a los particulares, para que éstos puedan desarrollar sus actividades comerciales.

La importancia de la expedición de estos documentos es que sirven de base para elaborar el padrón prestadores del servicio tales como: tricicleros, camionetas plataneras, vendedores de a pie, etc. De esta forma se identificarían los comerciantes que estarían en capacidad de pagar. En este sentido, se recomienda dar preferencia a los que ya operan en el municipio.

9.2.3 Servicios básicos:

Una de las principales preocupaciones que generan los mercados, está muy relacionada con la ausencia de los servicios básicos que deben ser brindados por el Estado dominicano. En la práctica no ocurre de manera parcial, uno de los problemas fundamentales es el relacionado con los desperdicios sólidos. Algunos comerciantes son indiferentes a los problemas que causan al manejar de forma inadecuada desperdicios, tales como los procedentes de las carnicerías, verduras descompuestas lanzadas libremente o, lo que es peor, desechos sólidos que dejan en los pasillos o cerca de los puestos de venta.

La basura mal manejada en condiciones extremas de humedad o calor, se descompone con rapidez. De ahí se originan los malos olores de los que muchos ciudadanos se quejan.

Pero el mal manejo de la basura no procede únicamente de los comerciantes y mercaderes que trabajan en el mercado. En el estudio realizado en Los Guandules y el barrio 27 de Febrero donde el 46% de los encuestados dispone de forma inadecuada de los desperdicios sólidos, 36% los tira a la cañada, y el 10% los tira al contenedor colocado en el mercado de Los Guandules.

De manera que es necesario mayor conciencia de parte de los moradores, usuarios y los moradores de las zonas aledañas a los mercados

Es por estas razones es que dentro de los servicios de apoyo que se debe brindar a los mercados está el manejo de los desperdicios sólidos en primer orden. Otros servicios como agua, electricidad, mantenimiento de instalaciones y seguridad pública deben también ser importantizados.

Estos servicios, excepto el de seguridad y limpieza, son responsabilidad de diversas instituciones, como la CAASD, CORASAN, el INAPA, la Policía Nacional, entre otras. Sin embargo, resulta evidente que existe una falta de coordinación de los servicios antes mencionados. Sin estos servicios no se puede garantizar que los mercados y centrales de abasto sean eficientes y adecuados a las necesidades de los comerciantes y consumidores.

9.2.4 Financiamiento:

El financiamiento constituye la base del capital de trabajo. La organización del mercado en la que se contemple el financiamiento para centros de acopio, centrales, almacenes, frigoríficos, equipo de transporte y mercados para venta al detalle es clave para el impulso del mejoramiento de estos negocios.

9.3 Bases operativas del funcionamiento de los mercados

9.3.1 Administración de los mercados:

El ayuntamiento, vía el Departamento de Mercados tiene bajo su responsabilidad la operación y funcionamiento de los mercados. Y para asegurar la prestación de este servicio público, es nombrada una persona como administradora en cada instalación.

Esta persona administradora es responsable de suministrar los servicios básicos de apoyo a los mercados o centrales de abasto, entre los cuales se encuentran: limpieza, sanitarios, agua, luz, vigilancia, entre otros; así como los servicios administrativos.

El ayuntamiento cubre los gastos de operación de los mercados y centrales de abasto, razón por la cual debe asegurar los ingresos necesarios para su funcionamiento.

Se recomienda que las tarifas establecidas por las licencias de funcionamiento, rentas de locales y las cuotas de mantenimiento por el pago de servicios, sean adecuadas a las necesidades de operación de estas unidades, ya que si bien no se conciben como una importante fuente de ingresos municipales no deben ser causa de gastos adicionales o pérdidas.

La administración debe cumplir con las siguientes funciones:

Supervisar el uso adecuado de las instalaciones.

1. Observar las disposiciones establecidas en el reglamento de mercados.
2. Vigilar el pago de los derechos, productos y demás contribuciones en las fechas establecidas.
3. Coordinar y dirigir las actividades del mercado o central de abasto.
4. Distribuir a los comerciantes y prestadores de servicios en los puestos de manera ordenada.
5. Llevar el registro correspondiente.
6. Prestar los servicios necesarios para su funcionamiento: agua, drenaje, electricidad y seguridad.
7. Proporcionar mantenimiento y conservar la infraestructura y sus instalaciones.
- 8.- Vigilar el normal desarrollo de la actividad mercantil, atendiendo cuantas quejas o resoluciones puedan formular los vendedores de los puestos y el público usuario del mercado, trasladando dichas reclamaciones, cuando proceda.
- 9.- Mantener una relación directa con los vendedores y sus asociaciones, notificándoles cuantas comunicaciones les afecten.
- 10.- Cuidar de la limpieza, buen orden y funcionamiento del mercado y de todas sus instalaciones.
- 11.- Inspeccionar todas las dependencias del mercado.
- 12.- Facilitar al ayuntamiento cuanta información y datos estadísticos precise, relacionados con la administración del mercado.
- 13.- Cuidar de que exista la higiene necesaria en todos los puestos, instalaciones y dependencias.
- 14.- Examinar directamente los artículos alimenticios destinados a la venta o almacenados en el mercado, tantas veces como lo requiera la eficacia del servicio o el cumplimiento de disposiciones dictadas por el ayuntamiento.
- 15.- Disponer el decomiso o destrucción, cuando así proceda, de los artículos alimenticios que carezcan

de las necesarias condiciones para su consumo.

9.4 Asociación de vendedores:

Para el adecuado funcionamiento del mercado se hace indispensable la organización de una asociación de vendedores. Ésta no sólo velará por los intereses propios de sus asociados, sino que será un ente necesario para el pleno desarrollo de las actividades del mercado.

Para que exista esta asociación con un buen nivel organizativo, deben crearse unos estatutos mínimos que regulen los siguientes aspectos:

- a) Derechos y obligaciones de los socios.
- b) Composición de los órganos directivos.
- c) Funcionamiento de la asociación.

La asociación, una vez cumpla con los requisitos legales y disponga de personalidad jurídica propia, será reconocida como tal por el ayuntamiento, sirviendo como un interlocutor válido ante el mismo para tratar los asuntos que afecten a los vendedores titulares de los puestos.

9.5 Normas para el establecimiento de centrales de abasto:

La gran demanda de productos agro ha venido en aumento en las ultimas décadas. El 67% de los dominicanos y dominicanas viven hoy en las ciudades, prácticamente seis millones de personas, y de éstas la mitad viven en la ciudad de Santo Domingo. Sólo en la zona del Gran Santo Domingo deben ser alimentados 3 millones de personas. De ahí que una política coherente, dirigida a impactar positivamente en las condiciones de vida de la gente debería estar orientada a mejorar esta red de abastecimiento.

La clave del éxito de las centrales de abasto ha estado definida por las necesidades de alimentos de las ciudades. En la mayoría de los casos, las centrales de abasto han sido intervenidas por el Estado años después de estar en funcionamiento, ese ha sido el caso de las ciudades de Santo Domingo y del propio Santiago. Claro que el caso nuestro luego de años de existencia se habla de su mala ubicación, de que propician problemas de tránsito, mal manejo de los desperdicios, deterioro urbano en sentido general. Pero habría que preguntarse si el Estado le ha prestado la debida atención a este indispensable equipamiento comunitario.

Si lo urbano es producido como un bien público⁴², con base en necesidades colectivas, se plantea el problema clave de cómo conciliar los intereses públicos, que se expresan en las políticas urbanas, tendientes a satisfacer el bien común con los intereses de los actores privados. Para poder crear las condiciones de conciliación se debe partir del reconocimiento de la existencia de una fragmentación social de la ciudad, donde diversos actores sociales, poseedores a su vez de diversos intereses, producen una interacción no siempre armónica, casi siempre excluyente y dicotómica.

Esta forma de comprender la ciudad cobrará múltiples interpretaciones y perspectivas, de acuerdo a quién sea el sujeto social, económico o político involucrado que la interprete. Así, habrá interpretaciones diferentes acerca de la existencia de los mercados, por ejemplo: “El mercado se ha convertido en el principal centro de contaminación de la Ciudad.”⁴³ También, de la magnitud de las acciones, del posible deterioro ambiental y del incremento del riesgo.

9.6 Normas para el establecimiento de mercados:

Es necesario crear una política urbana que garantice la seguridad alimentaria, y esto claramente está estrechamente relacionado con la localización de los mercados y supermercados. Para ello es necesario un conocimiento acabado de la realidad de los mercados a nivel nacional.

En la mayoría de las comunidades urbanas del país, una gran parte de la población, ya sea de forma directa o indirecta, tiene la necesidad de adquirir los productos básicos para su consumo en los mercados. Es de conocimiento general cómo se establecen en los pequeños pueblos los denominados días de plazas y en los más grandes, los mercados que abastecen las ciudades. Estas operaciones se realizan bajo condiciones muy precarias. En el proceso abasto de alimento existen deficiencias muy notables que limitan ampliamente la calidad de sus operaciones como la falta de un sistema de normas de calidad de aplicación general y el desconocimiento o desinterés de la importancia del desarrollo de los mercados. Otras deficiencias están relacionadas con la infraestructura para el acopio, almacenamiento, transporte y la propia comercialización de los alimentos.

⁴² Ciudad es una totalidad de productos diferenciados destinados a satisfacer necesidades colectivas e individuales y, en este sentido, es un objeto público. Herzer y Gurevich, 1996.

⁴³ Periódico Hoy, Miércoles 11 de julio 2003, Pág.2

Para su instalación podríamos distinguir dos aspectos fundamentales: uno, serían los mercados que abastecen las pequeñas poblaciones, y otro, los mercados dirigidos a las centros urbanos de mayor dimensión.

En el municipio, la mayoría de la población tiene la necesidad de adquirir los productos básicos para su consumo en los mercados, por lo que es necesario contar con uno o varios de ellos. La decisión de construirlos deberá considerar el apoyo a la comercialización agropecuaria y demás bienes y servicios que se realicen en el ámbito de las regiones rurales mediante esquemas que permitan coordinar los esfuerzos de las diversas dependencias y entidades públicas, de los agentes de la sociedad rural y sus organizaciones económicas, con el fin de lograr una mejor integración de la producción primaria con los procesos de comercialización.

En las grandes ciudades la realidad es otra, en éstas se deben considerar la extensión territorial del municipio, la distribución de la población y la demanda de productos, con la finalidad de que la compra de alimentos pueda realizarse de una manera cómoda y segura, así como las normas básicas que se consideraron anteriormente.

9.7 Normas de integración al contexto urbano:

Para promover el desarrollo sostenible de nuestras ciudades, es imprescindible conocer la realidad de los sistemas de abastecimiento y distribución de alimentos a través de diagnósticos que identifiquen no solamente los problemas actuales, sus causas, consecuencias y soluciones viables, sino también los problemas que el crecimiento de las ciudades y de la demanda urbana determinarán para la seguridad alimentaria de los ciudadanos. En ese sentido es importante realizar un mayor esfuerzo por parte de las instituciones de investigación en los temas relacionados con la seguridad alimentaria urbana. Es necesario también sensibilizar a los diferentes funcionarios y técnicos de las distintas instituciones públicas, sobre los diferentes aspectos que giran en torno a los mercados.

Desde el punto de vista académico, por ejemplo, las universidades deberían formar especialistas en las áreas siguientes:

- 1.-Seguridad alimentaria urbana.
- 2.-Desarrollo de mercados urbanos.

3.-Gestión de mercados.

Esta formación podría desarrollarse a través de cursos de capacitación a ser realizados con la colaboración de los funcionarios de las municipalidades. Además, en particular, se hace necesario incluir en los programas de formación de los urbanistas y administradores de las ciudades la perspectiva que acabamos de plantear.

Para integrar los mercados al contexto urbano es necesario adecuar las instalaciones comerciales a las necesidades de los habitantes de las zonas urbanas de los municipios. Esto es importante para lograr una estructuración y modernización adecuada del servicio público. En relación con lo anterior, es conveniente que se considere lo siguiente:

- La localización de los mercados tiene que obedecer a criterios específicos que atiendan a las necesidades de la población, garantizando el desarrollo y la subsistencia de los mercados, y minimizando el impacto negativo que su presencia pueda significar para el entorno urbano (tráfico, basura, cambio de dinámica de la vida de los residentes, etc.). Dicho de otra manera, cada mercado tiene que estar en un lugar adecuado.

Dichos establecimientos, deberán localizarse en zonas habitacionales, procurando que sean visibles y de fácil acceso, sin entorpecer la circulación y el transporte.

- Se deberá localizar en calles secundarias, próximas a las arterias viales.
- Su ubicación deberá tener una proximidad a vías importantes de acceso y terminales de autobuses.
- Deberán tener una infraestructura básica, que considere como elementos indispensables: agua potable, alcantarillado y energía eléctrica, como necesarios: pavimentación y alumbrado público; como convenientes: red telefónica.
- Deberán disponer de una infraestructura básica que facilite el acceso y circulación de personas con discapacidad.

- Deberá considerarse también la zona de estacionamiento para carga y descarga de productos.
- Debemos considerar, además, que el crecimiento urbano conlleva a la desaparición de las áreas verdes y productivas tanto a nivel urbano como periurbano. Esto significa la pérdida progresiva de una fuente de alimentos, además de influir negativamente sobre el medio ambiente urbano. La ciudad debe por lo tanto, definir estrategias para preservar sus áreas productoras de alimentos.
- Es necesario, también, capacitar e informar de forma adecuada a los mercaderes en temas que les permitan manejar de manera más eficiente sus negocios, mejorando los servicios que ofrecen, añadiéndoles un criterio más empresarial. Asimismo, es necesario trabajar la conciencia sobre la importancia de respetar las normas de salubridad e higiene para ayudar de esta forma a mantener estas condiciones requeridas para salvaguardar la salud pública.

9.8 Normas para su ubicación e instalación:

El mercado, como unidad de equipamiento comercial, deberá localizarse en zonas rurales en poblaciones mayores a 5,000 habitantes, dado que este límite se considera como el mínimo para tener suficiente número de puestos que ejerzan atracción sobre la población y no se propicie el desplazamiento hacia los centros de comercialización mayores.

Este tipo de unidades pueden localizarse en poblaciones menos pobladas, cuando las localidades circunvecinas representan una demanda potencial mayor o igual al de 5,000 habitantes.

En centros urbanos que por su volumen de población (50,000 habitantes) requieren una red de comercialización constituida por más de 4 mercados, uno de ellos deberá cumplir la función de abasto al mayoreo de productos básicos.

De esta manera, los mercados deberán localizarse preferentemente en zonas y localidades con mayor población, para asegurar el máximo de usuarios dentro de un radio de influencia mínima de 500 a 1000 mts.

Asimismo, para la dotación de mercados es importante tomar en cuenta los niveles de consumo de la

comunidad y sus tendencias o perspectivas de crecimiento o decrecimiento, así como la frecuencia de comercio.

9.9 Áreas básicas para su operación:

El primer componente a ser considerado en la fase de operación es la creación de una política de comercialización que atienda los siguientes aspectos:

1. Establecer e instrumentar reglas claras y equitativas para el intercambio de productos ofertados la zona rural de las ciudades.
2. Dar certidumbre a los productores para reactivar la producción, estimular la productividad y estabilizar los ingresos.
3. Inducir la conformación de la estructura productiva y el sistema de comercialización que se requiere para garantizar el abasto alimentario.
4. Evitar las prácticas especulativas, la concentración y el acaparamiento de los productos agropecuarios en perjuicio de los productores y consumidores.
5. Inducir la formación de mecanismos de reconocimiento, en el mercado, de los costos incrementales de la producción sustentable y los servicios ambientales.
6. Fortalecer el mercado interno y la competitividad de la producción nacional.
7. Crear programas de producción y comercialización de productos ofertados por los productores agrícolas.

9.10 Esquema básico para el reglamento de mercados:

1. Disposiciones generales:

- Tipo de servicio
- Objeto del reglamento
- Carácter del reglamento

2. De la prestación del servicio:

- Forma de administración
- Organización
- Instalaciones
- Servicios
- Horarios

3. Obligaciones de los usuarios:

- Vendedores
- Compradores
- Proveedores

4. De las asociaciones de comerciantes:

- Procedimiento de organización

5. De los permisos y licencias:

- Procedimientos

6. De las prohibiciones:

- Vendedores
- Compradores
- Proveedores

7. Conflictos:

- Comerciantes

8. Sanciones:

- Faltas leves
- Faltas graves

10. Referencias

- Abad, J. (1973). Reseña general geográfica estadística. Santo Domingo: Banco Central de la República Dominicana.
- Álbum de oro de la feria de la paz y la confraternidad del mundo libre. Ciudad Trujillo. 1956.
- Aleamar, L. (1980). La Ciudad de Santo Domingo. Santo Domingo: Editora de Santo Domingo.
- Asencio, P. y C. Barriga, (2010) Insalubridad de mercados de abasto (Tesis Ingeniero Civil Universidad de Perú).
- Báez, J. (1992). Por que Santo Domingo es así. Santo Domingo: Banco Nacional de la Vivienda.
- Banco Central de la República Dominicana. (2010). Población Económicamente activa. Encuesta Nacional de Trabajo. Disponible: http://www.bancentral.gov.do/estadisticas.asp?a=Mercado_de_Trabajo.
- Bornia, O. (1958) Construcción de viviendas en República Dominicana. Ciudad Trujillo.
- Cela, J. (1982) Como se fabrican los pobres. Santo Domingo: Ediciones Populares.
- Deschamps, Enrique (2003) La República Dominicana, Santo Domingo: Editora Búho.
- Ditrén, I. (2010). Historia del transporte en República Dominicana, de la canoa de los taínos al Metro. Santo Domingo: Conadex.
- Entrevista al Arq. Andrés Navarro, Secretario Técnico del Ayuntamiento del Distrito Nacional.
- Entrevista a la Arq. Sina del Rosario, Directora del Plan Director del Ayuntamiento del Distrito Nacional.
- Entrevista al Señor Miguel Germosén José, Director de Servicios Públicos del Ayuntamiento del Distrito Nacional.
- Entrevista a la señora Virtudes Romero, Encargada del Departamento de Mercado del Ayuntamiento del Distrito Nacional.

- Ferrán, F. (1974). La Familia Nuclear de la cultura de la pobreza dominicana. Santo Domingo: Revista Estudios Sociales 27.
- Franco, F. (1996). Historia económica y financiera de la República Dominicana, 1844-1962. Santo Domingo: Editora Universitaria.
- Guzmán, J. y A. Rallo. (1998). Estructura y Economía Mundial. Editora Mc Graw-Hill interamericana.
- Hoetnik, H. (1972). El pueblo dominicano: 1850-1900: apuntes para su sociología histórica, República Dominicana: Universidad Católica Madre y Maestra.
- Mankin, Gregory. (2002). Principios de economía. Editora Mc Graw-Hill.
- Molina, T. (Agosto 11, 2011). Vendedores se oponen a ser desalojados en el Mercado de la Duarte. Diario Libre. Disponible: http://www.diariolibre.com/noticias/2011/03/20/i283749_index.html.
- Murray, G. (1996). El Colmado. Santo Domingo: Fondomicro.
- Oficina Nacional de Estadísticas (2012) Perfiles Socio demográficos Provinciales y Municipales. Disponible:
http://www.one.gob.do/themes/one/dmdocuments/perfiles/Perfil_santo_domingo.pdf
- Oficina Nacional de Estadísticas (2010) Censo de Población y Viviendas 2010. Disponible: <http://censo2010.one.gob.do/>.
- Oficina Nacional de Estadísticas, Censos de Población y vivienda 1935, 1950, 1960, 1970, 1980,1992 y 2002. Disponible: www.one.gob.do.
- Peguero, A. (Noviembre 29,2008). Vendedores Mercado Modelo desbordan capacidad de plaza. Listín Diario. Disponible: <http://www.listin.com.do/las-ciudades/2008/11/29/82934/Vendedores-de-Mercado-Nuevo-desbordan-capacidad-de-plaza>.
- Pérez, E. (2007). La Ciudad del Ozama: 500 años de historia urbana. Barcelona: Librería Cuesta.
- España, Real Academia Española. (2009). Diccionario de la Real Academia Española. 23 ava edición, España, 2009.

Rosso, A. (Mayo 05, 2010). La suciedad en el Mercado Nuevo espanta a clientes. Hoy. Disponible: <http://hoy.com.do/economia/2010/5/24/327094/La-suciedad-en-el-Mercado-Nuevo-espanta-a-clientes>, con el título La Suciedad en el mercado nuevo espanta a clientes.

Santana, J. (2004). La expulsión de los excluidos. Santo Domingo: Ciudad Alternativa.

Santo Domingo, Palacio del Congreso Nacional. (2007). Ley 176/07 del Distrito Nacional y los Municipios, Santo Domingo, 2007.

Santo Domingo, Palacio del Congreso Nacional. (2010). *Constitución de la República.*, Santo Domingo, 2010.

Senderowitsch, R. e I. Tsikata (2010). Informe República Dominicana de la crisis financiera internacional al crecimiento para todos. República Dominicana: Banco Mundial de la República Dominicana.

Anexo 1

Instrumento utilizado para registrar los precios

Listado de Precios

1-Precio del arroz

2-Precio del plátano

3-Precio del cartón de huevos

4-Precio de la libra de pollo

Anexo 2

MERCADO DE NUEVO DE LA DUARTE

LISTADO DE COLMADOS UBICADOS EN LOS ALREDEDORES DEL MERCADO DE LA DUARTE

1. Colmado Sim, calle 8, Capotillo
2. Súper colmado Rafael, calle José Martí esq. calle 8, Capotillo
3. Súper colmado Hernández, calle José Martí, Capotillo
4. Colmado Héctor, calle José Martí, casi al final no. 107, Capotillo
5. Colmado Edwin, calle 42, Villas Agrícolas
6. Colmado la Simpatía, calle 42, sin no., Villas Agrícolas
7. Colmado la Baratona, calle 42, Villas Agrícolas

LISTADO DE COLMADOS UBICADOS EN UN RADIO DE UN KILOMETRO DEL MERCADO DE LA DUARTE

8. Colmado Rodríguez, avenida Nicolás de Ovando, casi esquina avenida Duarte
9. Colmado Polanco, calle Moca, esquina calle 36, Villas Agrícolas
10. Súper Colmado los Hermanos, calle Moca, casi esq. 36, Villas Agrícolas
11. Colmado FM, calle María Montés, casi esquina Ovando, Villa Juana
12. Colmado González, calle María Montés, esquina Félix Evaristo
13. Colmado los Gemelos, calle María Montés, esquina Ramón Ramírez
14. Colmado Altagracia, calle doctor Betances, esquina calle Diego Velásquez, Capotillo
15. Colmado Fermín, calle Diego Velázquez no. 2, Capotillo

**LISTADO DE COLMADOS UBICADOS EN UN RADIO DE DOS Y TRES KILOMETROS
DEL MERCADO DE LA DUARTE**

16. Colmado la Gloria, calle 20 , Villa Juana
17. Colmado Anthony, calle Duarte, esquina calle 20, Villa Juana
18. Colmado Ley, calle 20 esquina avenida 5to Centenario, Villa Juana
19. Colmado Rancho, calle Manuel Ubaldo Gómez, esquina Ernesto Gómez
20. Colmado Pimentel, calle Ernesto Gómez, esquina Manuel Ubaldo Gómez, Villa Juana
21. Colmado Idania, calle 37, próximo a la Nicolás de Ovando, Cristo Rey
22. Colmado Vd y JJ, calle San Juan de la Maguana no. 37, Cristo Rey
23. Colmado el Pacha, calle 37 esquina primer, Cristo Rey
24. Colmado Victoria, calle 37 no. 73, Cristo Rey
25. Colmado Candy, calle 37 esquina calle 3ra, Cristo Rey
26. Colmado Olga, calle 37 no. 83, Cristo Rey

**LISTADO DE SUPERMERCADOS UBICADOS EN LA CERCANIA DEL MERCADO
NUEVO**

1. Súper mercado comercial Hnos. Toribio, avenida Duarte esquina San Juan de la Maguana, Capotillo
2. Supermercado almacén Hnos. Leroux, avenida Duarte, próximo al Mercado Nuevo, Capotillo
3. Supermercado casa Madelin 2 SRL, avenida Duarte, esquina Respaldo 3, Capotillo

LISTADO DE SUPERMERCADOS UBICADOS A 1 KILOMETRO DEL MERCADO NUEVO

4. Súper mercado Buen Precio, avenida Duarte esquina Henry Segarra, Mejoramiento Social
5. Súper Mercado Súper Fría calle 36, Villas Agrícolas
6. Súper mercado ole, avenida Nicolás de Ovando, casi esquina máximo Gómez, Cristo Rey

**LISTADO DE SUPERMERCADOS UBICADOS A 3 KILOMETROS DEL MERCADO
NUEVO**

7. Supermercado Plaza Lama, ave. Máximo Gómez, esquina Nicolás de Ovando, Villas Agrícolas
8. Supermercado Precio justo, avenida Nicolás de Ovando esq. calle 41, Cristo Rey

MERCADO DE LOS GUANDULES

**LISTADO DE COLMADOS UBICADOS EN LOS ALREDEDORES DEL MERCADO DE LOS
GUANDULES**

1. Colmado Comercial Jehová, avenida Francisco del Rosario Sánchez, esquina calle 11, Los Guandules
2. Colmado Ceballos, avenida Francisco del Rosario Sánchez casi esquina 11, Los Guandules
3. Colmado Karileydi, avenida Francisco del Rosario Sánchez, próximo al Puentecito, Los Guandules
4. Colmado Mery, avenida Francisco del Rosario Sánchez, los Guandules

**LISTADO DE COLMADOS UBICADOS EN UN RADIO DE UN KILOMETRO DEL
MERCADO DE LOS GUANDULES**

1. Super Colmado, La Claridad, calle F, próximo a la avenida Francisco del Rosario Sánchez.,
maría Auxiliadora
2. Colmado la F, Calle f s/n, María Auxiliadora
3. Colmado El Chino calle C esquina Ramón Matías Mella, María Auxiliadora
4. Super colmado Soto, Calle 2da. esquina I, María Auxiliadora

LISTADO DE COLMADOS UBICADOS EN UN RADIO DE DOS Y TRES KILOMETROS

1. Colmado El Precio, avenida Barney Morgan, frente al hospital Luis E. Eduardo Aybar
(Morgan), Sector 27 de febrero
2. Colmado La Morena, Calle Albert Thomas, Esquina Calle 13, Sector 27 de febrero
3. Colmado Miguel, Calle Albert Thomas, casi esquina calle 13, 27 de febrero
4. Colmado Familia, Calle Albert Thomas esq. Luis Reyes Acosta, 27 de febrero

**LISTADO DE SUPERMERCADOS UBICADOS EN LA CERCANIA DEL MERCADO DE
LOS GUANDULES**

1. Super Mini Market Los Hermanitos, Avenida Francisco del Rosario Sánchez, esquina San Juan de la Maguana
2. Supermercado Central, Calle Central, esquina Calle 10

**LISTADO DE SUPERMERCADOS UBICADOS A 1 KILOMETRO DEL MERCADO DE LOS
GUANDULES**

1. Super Mercado Latino, calle Centra, esquina Calle Eduardo Brito
2. Supermercado Olé , Avenida Duarte, casi esquina María Montés

**LISTADO DE SUPERMERCADOS UBICADOS A 3 KILOMETROS DEL MERCADO
DE LOS GUANDULES**

1. Supermercado Abreu Toribio, Calle Central, casi esquina Duarte
2. Supermercado Plaza Lama, avenida Duarte Esq. Caracas

MERCADO DEL ALMIRANTE

**LISTADO DE COLMADOS UBICADOS EN LOS ALREDEDORES DEL MERCADO DEL
ALMIRANTE**

1. Súper colmado Bertico, calle 5ta al lado de la iglesia Montserrat, El Almirante
2. Comado Mary, marginal Carretera mella, El Almirante
3. Colmado Bodega Guerrero, calle 6, Montserrat

**LISTADO DE COLMADOS UBICADOS A 1 KILOMETRO DEL MERCADO DEL
ALMIRANTE**

4. Colmado concepción, carretera Mella, esquina entrada Tamarindo, Sector El Tamarindo
5. Supermercado Fernando, carretera Mella esquina Central

6. Colmado Jennifer, calle Central, esquina calle 2

LISTADO DE COLMADOS UBICADOS A 3 KILOMETROS DEL MERCADO DEL ALMIRANTE

7. Colmado El Pinto, calle 4 esquina calle 5 Isfapol
8. Colmado de Gaspar, calle 4 esquina Peatón

LISTADO DE SUPERMERCADOS UBICADOS EN LOS ALREDEDORES DEL MERCADO DEL ALMIRANTE

1. Súper mercado Edwin , avenida Miguel Díaz, próximo al cuartel Policía
2. Híper Mercado Ole, avenida La Pista , El Almirante

LISTADO DE SUPERMERCADOS UBICADOS A 1 KILOMETRO DEL MERCADO DEL ALMIRANTE

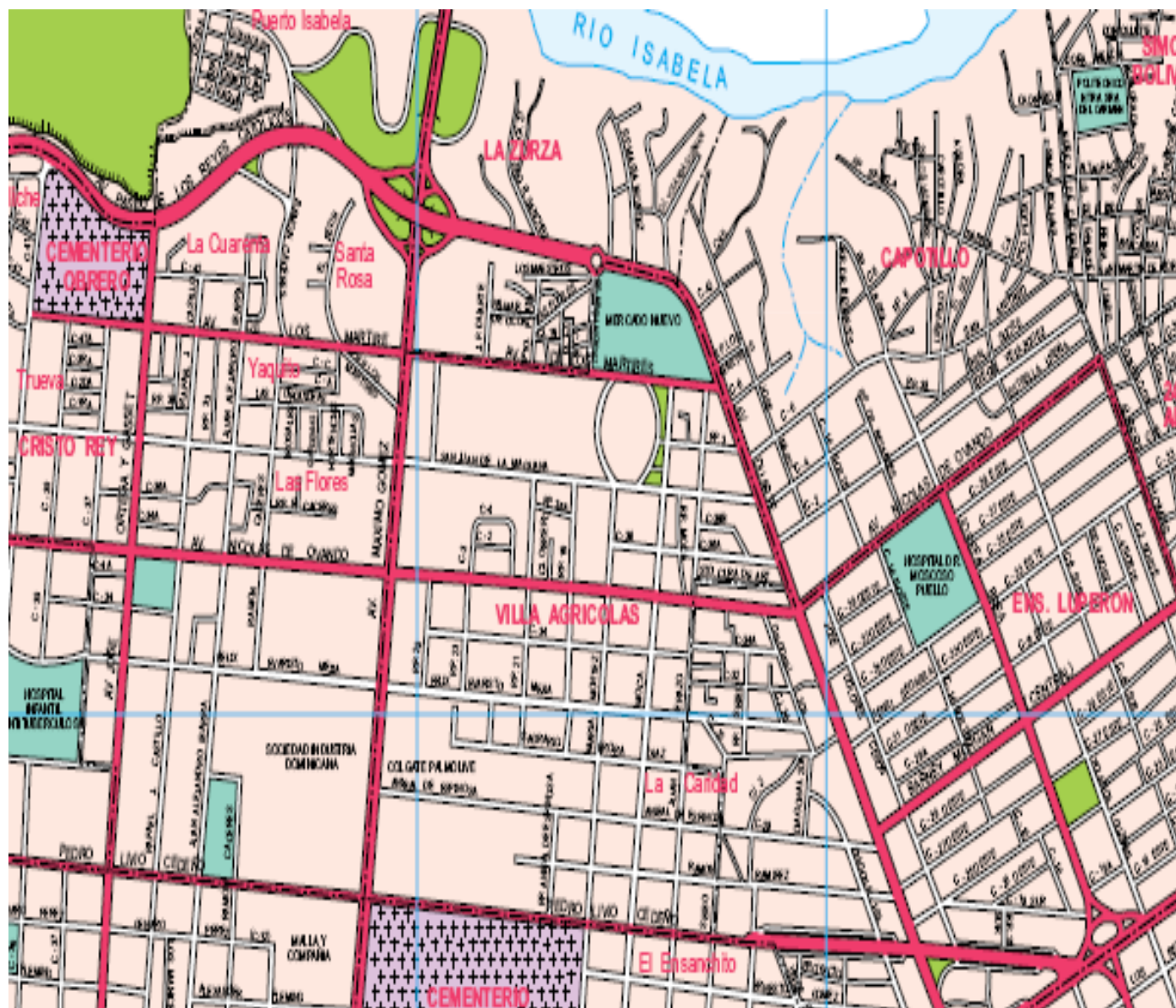
3. Supermercado Jumbo, carretera Mella, casi esquina Charles de Gaulle
4. Súper Mercado El Chino, avenida simón Orozco, Invivienda

LISTADO DE COLMADOS UBICADOS A 3 KILOMETROS DEL MERCADO DEL ALMIRANTE

5. Supermercado Nacional , avenida Charles de Gaulle con esquina Felipe Alfau
6. Súper mercado 100 por ciento, Avenida Charles de Gaulle, esq. Ramón Esperanza de los Santos

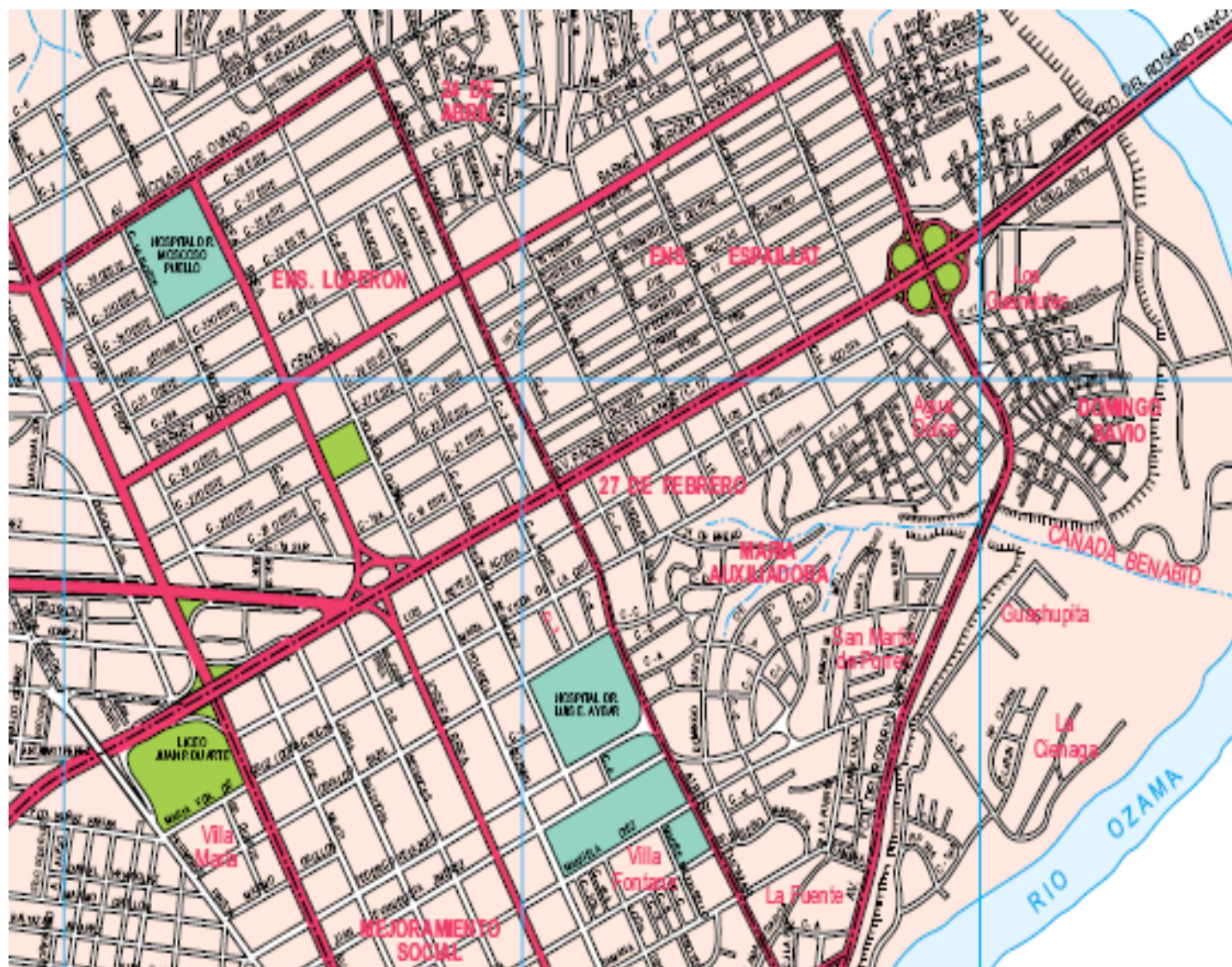
Anexo 3

MAPA DE LOS ALREDEDORES DEL MERCADO NUEVO DE LA TERMINAL DUARTE



Anexo 4

MAPA DE LOS ALREDEDORES DEL MERCADO DE LOS GUANDULES, DISTRITO NACIONAL



Anexo 5

MAPA DE LOS ALREDEDORES DEL MERCADO DEL ALMIRANTE, SANTO DOMINGO

ESTE

