

AYUNTAMIENTO DEL DISTRITO NACIONAL

Centro Interamericano de
Documentación e
Información Agrícola
06 JUL 1987
IICA — CIDIA

PROPUESTA TECNICA PARA EL MEJORAMIENTO
DE LA RED DE MERCADOS PUBLICOS DE LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO

DISTRITO N. DOCUMENTO 3 LIC. Frida Eyma
ANEXO 1
INFORME VISITA A BOGOTA

REALIZADO POR:

INSTITUTO INTERAMERICANO
COOPERACION PARA LA
AGRICULTURA (IICA)

FINANCIADO POR:

AYUNTAMIENTO DEL
DISTRITO NACIONAL

IICA
E70
I59
Doc. 3
Anexo 1

SANTO DOMINGO, D. N.
REPUBLICA DOMINICANA



IICA-CIDIA

**PROPUESTA TECNICA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA RED
DE MERCADOS PUBLICOS DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO**

Centro Interamericano de
Documentación e
Información Agrícola

06 JUL 1987

IICA — CIDIA

DOCUMENTO 3

ANEXO 1

INFORME VISITA A BOGOTA

**PROPUESTA TECNICA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA RED
DE MERCADOS PUBLICOS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINCO**

Instituciones Participantes:

-Instituto Interamericano de
Cooperación para la Agricultura
(IICA)

-Ayuntamiento del Distrito Nacional

Coordinadores:

Lic. Joaquín Nolasco

Lic. Frida Aybar de Sanabia

**Santo Domingo,
República Dominicana
Mayo, 1986**

00005986

110A
E70
I59
D6C.3
Anexo 1

~~RV-20-998~~ V.2

Participantes

Dr. Héctor Morales Jara

Arq. Aristides Victoria

Ing. César Rodríguez

INDICE

	Página
Presentación	
1. Introducción	35
2. Estructura Legal y reglamentaria del programa de mercados móviles de la Corporación de Abastecimiento de Bogotá	36
2.1 Objetivos del programa	36
2.1.1 Objetivo General	36
2.2.2 Objetivos Específicos	36
2.2 Definición	36
2.3 Responsabilidades Institucionales	37
2.4 Ubicación de los sitios de mercado	38
2.5 Régimen Interno	38
2.5.1 Horario	38
2.5.2 Presentación del Personal	38
2.5.3 Presentación de los sitios del mercado	38
2.5.4 Fijación de precios	39
2.6 Calidad de los productos	39
2.7 Control de pesas y medidas	40
2.8 Calidad de los comerciantes	40
2.9 Normas varias	40
2.10 Régimen Disciplinario	41
2.11 Comité Asesor	41
2.12 Planta de Personal	41
2.13 Carpas y Productos	42
2.14 Sanciones y faltas	42
3. Estructura Administrativa del mercado móvil	45
3.1 Funciones del Director	
3.2 Funciones del Supervisor	45
3.3 Funciones de la Relacionista	46
3.4 Comité Coordinador de los mercados móviles	46

3.4.1	Conformación	46
3.4.2	Dirección	47
3.4.3	Secretaria	47
3.4.4	Funciones	47
3.4.5	Reuniones	48
3.5	Los Sub-comités operativos o de trabajo	48
3.5.1	Comité de Control	48
3.5.2	Comité de Mercadeo	48
4.	Estructura física de los mercados móviles	50
4.1	Espacio físico	50
4.1.1	Localización	50
4.1.2	Ubicación	50
4.2	Estructura Espacial (carpas)	51
4.2.1	Carpas Dobles	51
4.2.2	Carpas Simples	51
4.2.3	Carpas a 4 aguas	51
4.3	Equipos Accesorios	51
4.3.1	Cajas plásticas	52
4.3.2	Mesas	53
4.3.3	Estufas	53
5.	Estructura Operativa	54
5.1	Generalidades	54
5.2	La Fijación de Precios	54
5.3	El Control de Pesas	54
5.4	El papel del Coordinador o Supervisor	55
5.5	El papel del comerciante	55
5.6	El ordenamiento de productos	55
5.7	Relación costos beneficios	56
6.	Conclusiones y Recomendaciones	58

PRESENTACION

Este informe contiene los resultados de la visita realizada por un grupo de especialistas y consultores del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA, a la Ciudad de Bogotá, Colombia, durante la semana comprendida entre el 24 y el 31 de octubre de 1985, con el propósito de conocer el sistema de mercados móviles que se utiliza en ese país y estudiar la factibilidad de un programa similar para la Ciudad de Santo Domingo.

Dicha visita fué programada y llevada a cabo como parte de los estudios realizados por el IICA con miras a preparar una propuesta técnica integral encaminada a mejorar el Sistema de distribución de alimentos en el Distrito Nacional, de acuerdo con el contrato de prestación de servicios, suscrito el 26 de septiembre de 1985 entre el Ayuntamiento del Distrito Nacional (ADN) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

La elección de Bogotá obedeció a que se sabía de la existencia y buena marcha de estos mercados en esa ciudad; allá se disponía de facilidades para obtener en corto tiempo las informaciones necesarias sobre los mercados móviles, a través de la oficina del IICA y de sus relaciones con las instituciones involucradas en la creación y funcionamiento de ese programa de abastecimiento de productos alimenticios; y - por último - a que la distancia de Santo Domingo a Bogotá es menor que a otras ciudades donde existen también mercados móviles.

1. INTRODUCCION

En la ciudad de Bogotá, al igual que en casi todos los grandes centros urbanos de América Latina, el abastecimiento de alimentos básicos de los consumidores de menores ingresos, que constituyen la gran mayoría de la población, depende del sistema tradicional de distribución urbana de alimentos, conformado por pulperías o tiendas de barrio, y plazas o mercados públicos.

Aún cuando es cierto que el auge registrado en Bogotá por las cadenas de tiendas y de supermercados ha conllevado mejoras significativas en la calidad de los productos que distribuyen, los precios siguen siendo altos e impiden que la gran mayoría de los consumidores urbanos tengan acceso real a esos productos y calidades, a través de estos canales modernos de comercialización.

Ante esta problemática, desde 1978, el sector oficial ha venido implementando una serie de alternativas de soluciones tales como "Mer-cafe", "Mercados o Ferias de Productores", etc., con distintos grados de participación de productores, comerciantes y consumidores, a través de las cuales se han venido superando algunas de las deficiencias de los sectores participantes en los canales tradicionales, pero sin lograr los bajos precios y la buena calidad deseados.

Finalmente, en el año 1983 se organizó el proyecto denominado Mercados Detallistas Móviles, que integra verticalmente la actividad mayorista y la detallista, con el apoyo administrativo de la Central Mayorista de Bogotá y la participación del IDEMA y de la Alcaldía de la ciudad.

Inicialmente, el programa lo integraban 4 mercados móviles de CORABASTOS; hoy existen 11, pertenecientes a cuatro organizaciones de comerciantes:

Cuadro 1
Mercados Móviles existentes en la ciudad de Bogotá

ORGANI- ZACION	Numero de mercados	Sitios de venta (semanal)	Puestos o carpas por mercado	Carpas por líneas de productos	total de carpas por organización
CORABASTOS	6	36	33 - 36	1-6	198 - 216
INPRO	3	18	9 - 15	1-	27 - 45
MERCASO	1	6	9 - 9	1-	9 - 9
FERIA DEL CONSUMIDOR	1	6	9 - 9	1-	9 - 9
Totales	11	64	60 - 69		243 - 249

Fuente: información obtenida mediante entrevistas realizadas por el grupo que realizó la visita

2. ESTRUCTURA LEGAL Y REGLAMENTARIA DEL PROGRAMA DE MERCADOS MÓVILES DE LA CORPORACIÓN DE ABASTECIMIENTOS DE BOGOTÁ

2.1 OBJETIVOS DEL PROGRAMA

2.1.1 Objetivo General

Propiciar un canal preferencial de mercadeo de alimentos básicos dirigido a los sectores populares, que acorte las distancias físicas y reduzca los niveles de intermediación existentes entre los consumidores urbanos y los productores.

2.1.2 Objetivos Específicos

- i. Mejorar la condición de vida del consumidor, mediante incremento en el consumo de alimentos.
- ii. Cambiar los hábitos de compra diaria de alimentos, a semanal.
- iii. Racionalizar los canales de mercadeo mediante la aplicación de una estrategia de reducción de intermediarios.
- iv. Establecer un sistema de información de precios al consumidor.
- v. Propender por la puesta en marcha de planes de orientación al consumidor, para la búsqueda de productos sustitutos.
- vi. Evitar desplazamientos innecesarios del consumidor dentro del área urbana.
- vii. Promover la comercialización de productos incidentes en la canasta familiar, eliminando el factor de compras por impulso característico de otros canales.

2.2 DEFINICION

Se denomina Mercado Móvil a un sistema de distribución de alimentos en el que comerciantes mayoristas, asociaciones de productores y empresas fabricantes y/o distribuidoras, se agrupan para acercarse semanalmente al detalle sus productos.

En el año 1983, el Departamento Nacional de Planificación, conjuntamente con el Programa de Desarrollo Rural Integrado y el Plan Nacional de Alimentación y Nutrición (DRI-PAN), elaboró la documentación base del sistema de mercados móviles de Bogotá, definió los elementos fundamentales para su implementación y redactó los reglamentos que los rigen.

De esos documentos han sido extraídos de los acápites que se presentan a continuación para describir el sistema de mercados móviles en cuestión.

2.3 RESPONSABILIDADES INTERINSTITUCIONALES

Corresponde a las distintas entidades participantes en el Comité Asesor, desarrollar determinadas funciones dentro del programa de Mercados Móviles.

La Alcaldía Mayor de Bogotá, como principal autoridad de la ciudad preside el Comité Asesor; celebra los contratos de Administración con CORABASTOS para la ejecución del programa; facilita, a través de su oficina de prensa, los mecanismos de orientación al consumidor, especialmente en la fase inicial de montaje; y da el apoyo logístico necesario.

El Ministerio de Agricultura, por intermedio de CORABASTOS, aporta los recursos, elementos y asesoría necesarios para la ejecución del programa.

El Departamento de Acción Comunal propicia los acercamientos a la comunidad a través de las Juntas de Acción Comunal; es el promotor principal del programa.

El Departamento de Planificación Nacional, por intermedio del DRI-PAN, asesora al programa y lo evalúa permanentemente.

La Superintendencia de Industria y Comercio mantiene presente un inspector de pesas y medidas en cada mercado móvil.

La Secretaría de Obras Públicas, de ser necesario, realiza la adecuación de los sitios escogidos para el desarrollo del mercado.

La Secretaría de Salud Pública practica visitas continuas al mercado, con el fin de garantizar el saneamiento e higiene de los productos que se expenden, especialmente de los cárnicos.

La Empresa Distrital de Servicios Públicos presta el servicio de aseo, una vez terminado el mercado.

El Servicio Nacional de Aprendizaje, en la fase inicial intervino en los programas de inducción, dirigidos hacia los participantes en las ventas, y en los de capacitación para mejorar las prácticas de comercialización ejercidas por los vendedores (Áreas de Principios Administrativos, Contabilidad, Mercadeo, Relaciones Humanas, etc.).

2.4 UBICACION DE LOS SITIOS DE MERCADO

Los lugares en donde se desarrollarán los mercados deben reunir las siguientes características:

- i. alta densidad de población;
- ii. estratos de ingresos medio bajo y bajo;
- iii. falta de una estructura de mercadeo en el área de influencia;

iv. lugares de fácil acceso de (buen servicio de transporte), de amplio espacio y que se encuentren debidamente pavimentados.

2.5 REGIMEN INTERNO

2.5.1 Horarios

El mercado móvil tendrá un horario de 8:00 A. M. a 1:00 P. M. (como máximo). Ningún comerciante y/o empresa puede abandonar el sitio de mercado, antes de su terminación. Cualquier excepción debe contar con el visto bueno del personal directivo del evento.

Después de las 9:00 A. M., no se permite el ingreso de participantes al mercado, ni reabastecimiento de productos. Cualquier modificación a esta regla debe contar con el visto bueno de la Administración del programa.

2.5.2 Presentación del Personal

Es obligación de cada comerciante y/o empresa, velar por la buena presentación de sus dependientes, dotándolos en lo posible de uniforme.

Para el manejo de productos cárnicos, debe usarse vestuario adecuado de acuerdo a las normas dictadas por la Secretaría de Salud Distrital.

2.5.3 Presentación de los Sitios del Mercado

Cuando se trate de ventas sobre área fija (en toldos), deben utilizarse cajas plásticas, para mejor presentación de los productos. Toda unidad de venta debe contar con los utensilios indispensables para la gestión comercial (suficiente número de balanzas, bolsos, tableros de precios, de acuerdo a modelo, etc.). Es indispensable contar con un número suficiente de dependientes para evitar contratiempos en la venta.

La Dirección del programa preverá las necesidades de personal por puesto, a partir del número de unidades de venta previsto.

Los toldos deben ajustarse al diseño que proporcione la Dirección del Programa (colores, dimensiones, etc.). Toda unidad de venta debe colocar en un lugar visible, su tablero de precios. El comerciante y/o empresa que no lo haga, no podrá participar en el mercado del día.

Es obligatorio dejar el área donde se ejecutó el mercado, en las mejores condiciones de aseo, para ello el participante debe proveerse de los elementos necesarios para ejecutar esta acción.

2.5.4 Fijación de Precios

Diariamente se pactarán los precios de venta al público con los vendedores de productos perecederos (frutas y verduras). Esta operación se realiza antes de iniciar el mercado contando con la participación de la Administración del programa y los comerciantes.

Para agilizar esta gestión diaria, se puede pactar precios por semana, teniendo en cuenta factores de incidencia del mercado mayorista. Los comerciantes podrán designar delegados para agilizar esta operación. Para obtener precios reales, se tendrán como base los observados en el mercado mayorista, cadenas, etc.

Los precios de productos durables, carnes, huevos y leche solo se podrán cambiar previa reunión que se realice en las dependencias de CORABASTOS. Los comerciantes deben sustentar los motivos para solicitar el cambio mediante comunicación escrita, dirigida a la Dirección del Programa.

Es potestativo de la Administración del Mercado Móvil, solicitará la disminución en el precio de un producto, cuando las condiciones del mercado establezcan que otros canales poseen precios inferiores y/o el margen no sea el más equitativo.

Es requisito indispensable colocar los precios vigentes al público, no estando ningún vendedor autorizado para modificarlos. Es causal de sanción el no cumplimiento a las normas sobre precios dictados en el presente reglamento.

A partir de las 10:00 A.M., se pueden practicar dentro del Mercado Móvil, promociones, contando para ello con la colaboración de la relacionista del programa. Es entendido que los productos promocionados deben corresponder a unas características de aptitud para su consumo.

2.6 CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

Es potestativo de la Dirección del Programa, o del Supervisor no permitir la venta de productos que no reúnan las condiciones de calidad que exija el mercado.

El comerciante y/o empresa, que adultere los productos, será suspendido del programa. Las mercancías deben expendirse de acuerdo a su constitución, (especialmente para productos procesados o sometidos a reempaque).

2.7 CONTROL DE PESAS Y MEDIDAS

Diariamente un Inspector de la Superintendencia de Industria y Comercio, constatará el estado de las balanzas que se utilizan para la venta al público.

Todas las balanzas que operen dentro del mercado, deben poseer su Registro de Almacén vigente.

La unidad de venta predominante, será la libra, no significando esto la no comercialización de cantidades mayores y/o menores. Se toma esta unidad como referencia, para el control de precios. A medida que transcurra el programa, la dirección estipulará las cantidades máximas de venta por producto. Inicialmente se prohíbe la venta de productos por bultos o cajas.

2.8 CALIDAD DE LOS COMERCIANTES

Para poder expender artículos dentro del Mercado Móvil, la empresa y/o comerciante, debe ser autorizado, previo cumplimiento de los requisitos exigidos y de los trámites de solicitud de ingreso a la Administración.

Inicialmente se designará el número de comerciantes y/o empresas requeridos, por grupo de mercados que se constituya.

Todo comerciante y/o empresa, debe acreditar para su vinculación los siguientes aspectos:

- especialización de actividades;
- reconocida honorabilidad y moralidad comercial; y,
- en el caso de Asociación de Productores, su Personería Jurídica y/o acta de constitución.

Cuando las circunstancias lo requieran, el número de participantes en el mercado se podrá elevar, sometiendo a consideración del Comité Asesor las solicitudes que se presentan. Este comité selecciona al comerciante ingresar.

El programa proveerá a cada uno de los comerciantes de su correspondiente identificación, quien no la posea no podrá ejecutar su acción de venta en el sitio escogido para comercializar.

2.9 NORMAS VARIAS

Queda prohibido ejecutar ventas en estado de embriaguez. El Supervisor del programa tiene facultades para impedir que la persona o personas que se presenten en este estado, laboren dentro del evento.

No se permite ejecutar ventas a comerciantes y/o ayudantes que porten camisetas o distintivos que hagan alusión a un partido o personaje político.

Todo comerciante debe operar dentro del área que le sea asignada para el mercado.

Está totalmente prohibido ceder puestos o espacios dentro del mercado.

Quando un comerciante desee retirarse del programa, debe enviar por escrito a la Dirección del Programa, en caso de detectarse y comprobarse anomalía por esta causa, el comerciante de inmediato cederá su derecho en el programa.

2.10 REGIMEN DISCIPLINARIO

El comerciante y/o empresa que incurriere en la violación de cualquiera de los artículos del presente reglamento, será (n) amonestado (a), verbal por primera vez, por parte del Supervisor del Programa.

En caso de reincidencia será sancionado de dos (2) hasta cinco (5) días por parte del Director del programa.

Una falta denominada grave, contra la imagen del programa, o la reincidencia en faltas menores, le acarreará al comerciante la salida del programa, decisión que será tomada exclusivamente por el Comité Asesor.

2.11 COMITE ASESOR

El Comité Asesor constituye la máxima autoridad dentro del certámen, velando por su perfecto funcionamiento. Este organismo está constituido por: el Alcalde de Bogotá o el Secretario de Gobierno, el Gerente de EDIS, el Gerente de CORABASTOS, El Director de Acción Comunal, el Director de Planificación Distrital, un Delegado del SENA, un delegado del Departamento Nacional de Planeación Programada DRI-PAN, un representante de los comerciantes y el Director del Programa de Mercados Móviles.

2.12 PLANTA DE PERSONAL

Para la perfecta coordinación del mercado, se requiere contar con el siguiente personal:

- 1 Director del Programa
- 1 Supervisor por grupo del mercado
- 1 Relacionista por grupo del mercado

Corresponde a la entidad responsable de la ejecución, la fijación de funciones para cada uno de estos empleados.

2.13 CARPAS Y PRODUCTOS

Los productos básicos de la canasta familiar serán colocados al mercado, bajo toldos en una dimensión de 6.00 X 4.00 metros, que llevarán los colores del Distrito: Amarillo y Rojo y en canastillas plásticas, todo lo cual dará una imagen de aseo, higiene y excelente presentación.

En cada uno de los toldos se colocará la lista de precios a la vista del consumidor, a fin de que éstos puedan ser conocidos y controlados directamente por el público.

La lista de los productos que se expenderán en el Mercado Móvil es la siguiente:

CARNE DE RES	CARNE DE CERDO	CARNE DE POLLO
PESCADO	CARNES FRIAS	MANTEQUILLA
HUEVOS	LECHE	QUESOS
PAPA	PLATANO	PLATANO COLICERO
FRUTAS EN GENERAL		
NARANJA	LIMON	MANDARINA
MAROCUYA	LULO	MELON
PIÑA	PAPAYA	PATILLA
MANZANA	PERA	DURAZNO
CIRUELA	UVAS	GUANABANA
MORA	FRESAS	GRANADILLA
ANON	CHIRIMOYAS	GUAYABA
CURUBA	TOMATE DE ARBOL	
VERDURAS		
ARVEJA	REPOLLO	ZANAHORIA
REMOLACHA	HABICHUELA	CEBOLLA CABEZONA
ARRACACHA	YUCA	ACELGAS
CEBOLLA LARGA	AJOS	FRIJOL VERDE
LECHUGA	ESPINACAS	CALABAZA
PIMENTON	TOMATE	PEREJIL
COLIFLOR	PEPINO	HABA VERDE
GRANOS Y PROCESADOS:		
CHOCOLATE	AZUCAR	SAL
CAFE	ARVEJA SECA	FRIJOL
LENTEJA	GARBANZO	HABAS
ARROZ	MAIZ	HARINAS

2.14 SANCIONES Y FALTAS

Además, para garantizar el buen funcionamiento de los mercados móviles, posteriormente su dirección ha establecido un listado de fallas y sanciones para ser aplicadas a los miembros participantes. La Sanción más utilizada y que al parecer ha dado buenos resultados, es impedir la participación del comerciante que ha cometido alguna falta, en días de mayor venta (sábado o domingo), y por supuesto la sanción más fuerte aplicada ante una falta muy grave o por reiteradas faltas cometidas, es la expulsión del comerciante del mercado.

Este instrumento de sanciones por faltas cometidas se puede considerar como complemento indispensable de los reglamentos de los mercados móviles y en la práctica se constituye en un elemento de gran

importancia para su real y adecuado funcionamiento.

El mismo se presenta a partir del ordenamiento de un total de 38 faltas, que pueden ser cometidas por los comerciantes participantes en el programa, a las que les corresponde una determinada sanción de nivel leve o grave. De estas faltas, las relativas a los aspectos comerciales corresponden a las sanciones más graves, tales como la suspensión temporal y definitiva del comerciante del mercado. A continuación se presenta un esquema de este instrumento:

ESCALA DE SANCIONES Y FALTAS

- Llegadas tarde una vez
Llegadas tarde dos o más veces en el mes
- Falta de blusas en los dependientes
- Balanzas sin calibrar
- Venta por encima de los precios
- Retiro de canastilla
- Mala atención al público
- Irrespeto a los Supervisores
- Irrespeto a la Dirección del Programa .
- No acatamiento a las órdenes impartidas
- Lista de precios
- No colocar el No. de identificación
- Mala calidad de los productos
- Venta de productos retirados
- No pago de las cuotas de Administración
- Embriaguez de dependientes o del titular de la Unidad de Venta
- Venta de productos que no concuerdan con las medidas de peso anunciadas
- Mala presentación de los dependientes
- Mal comportamiento de los dependientes
- Deficiencia en el número de productos fijos
- No asistencia al mercado sin autorización previa
- La no oferta suficiente de productos en el mercado



- Mala presentación en carpas y canastillas
- Cierre de ventas antes del horario fijado
- Venta de productos no autorizados
- Peleas o malos tratos entre propietarios de las unidades de venta
- Consumo de licores en la unidad de venta
- Presencia de bultos o huacales dentro de la unidad de venta
- Asistencia al mercado sin carpa
- Venta de productos después del horario establecido
- Instalación de un número mayor de carpas a la autorización sin permiso escrito
- No evacuación del área del mercado una vez hecho el descargue de productos
- Satisfacción de necesidades fisiológicas a la vista del público por parte de los dependientes
- Trato vulgar (vocabulario) entre dependientes
- Competencia desleal, desmeritando públicamente los productos que se expenden en otra unidad de venta
- Aparcamiento de vehículos sobre zonas verdes y andenes, vías
- Juegos entre dependientes con productos dentro de las carpas
- Respeto al público por parte de los dependientes.

3. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MOVIL

Para su funcionamiento el Mercado Móvil requiere de un Director por ciudad, una Relacionista y un Supervisor por cadena o grupo de mercados.

3.1 FUNCIONES DEL DIRECTOR

- Responsabilidad por la buena marcha de los mercados.
- Rendir informes al Comité Coordinador sobre el funcionamiento del mercado.
- Velar por el cumplimiento del reglamento, sancionar las faltas y rendir informes al comité disciplinario de sanciones.
- Hacer cumplir las políticas que sobre abastecimiento de productos (tipos, calidades, presentación, número de puestos por producto), haya determinado el Comité de Mercadeo.
- Manejo Administrativo y Financiero del programa.
- Coordinar la labor del personal que labora en el programa.
- Llevar estadística detallada del programa.
- Coordinar la reunión semanal de fijación de precios.

3.2 FUNCIONES DEL SUPERVISOR

- Responsabilizarse por la buena marcha del grupo o cadena de Mercado Móvil a su cargo.
- Vigilar que los precios fijados sean cumplidos, y que las listas estén en lugar visible.
- Controlar la calidad de los productos prohibidos que se expendan los que no cumplen con las normas mínimas.
- Controlar que los participantes estén cumpliendo con las obligaciones establecidas en el reglamento.
- Atender y resolver las quejas de los consumidores
- Informar por escrito semanalmente al director sobre el funcionamiento de cada mercado y de las irregularidades que se presentan para que se tomen las medidas del caso.

3.3 FUNCIONES DE LA RELACIONISTA

- Mantener permanente contacto con la comunidad que se beneficia de los mercados móviles.
- Durante los mercados, utilizando el sistema de perifoneo, dar una constante información sobre precios, promociones y campañas de educación nutricional.
- Dir las quejas de los consumidores y solucionar aquellas que estén a su alcance.
- Realizar sondeos de opinión.

3.4 COMITE COORDINADOR DE LOS MERCADOS MOVILES

La acción del programa de Mercados Móviles se basa en el funcionamiento de un Comité Coordinador.

3.4.1 Conformación

El Comité Coordinador de los Mercados Móviles se creó con el propósito de fortalecer las políticas de distribución de alimentos para la ciudad de Bogotá y mantener y fortalecer la coordinación interinstitucional con otras entidades dada la naturaleza del programa. El Comité Coordinador de los Mercados Móviles está integrado por:

- Director del programa DRI-PAN o su delegado
- El jefe del Programa de Promoción Profesional Popular Urbano -SENA- o su delegado.
- Un representante del Ministerio de Agricultura
- El Director de Planeación Distrital o su delegado
- El Sub-Gerente de Ventas del IDEMA o su delegado
- El Gerente de CORABASTOS o su delegado
- El Superintendente de Industria y Comercio de Bogotá o su delegado
- El Director del Departamento de Acción Comunal del Distrito o su delegado.
- El Gerente de EDIS o su delegado
- El Director Regional DRI-PAN Bogotá, Cundinamarca
- Un representante de los comerciantes elegido por los participantes en el programa
- Un representante de las Cooperativas y Asociaciones de Productores

Campeñas, elegido por las organizaciones que participan en el programa.

- El Director del programa de los Mercados Móviles

Cuando se juzgue apropiado, serán invitadas con voz pero sin voto las siguientes entidades:

- Alcaldías Zonales
- FENALCO
- CECORA
- FINANCIACOOPI
- Cámara de Comercio
- CORFAS
- DANCOOP
- Un representante de los tenderos organizados
- PRODESARROLLO
- Secretaría de Gobierno
- Secretaría de Obras Públicas
- Secretaría de Salud
- Otras que se consideren necesarias

3.4.2 Dirección

El Comité Coordinador estará presidido por el Director General del programa DRI-PAN o su delegado.

3.4.3 Secretaría

La Secretaría Técnica del Comité estará a cargo del Director del programa de los mercados móviles.

3.4.4 Funciones

Las funciones coordinadoras y asesoras del comité son las siguientes:

- Establecimiento y modificaciones de las orientaciones básicas o lineamientos de política del programa.
- Definición de los instrumentos, estrategias, áreas de trabajo y metodología que permitan alcanzar los objetivos propuestos.
- Orientar al Director del Programa de los Mercados Móviles en su gestión.
- Análisis de los problemas operativos de las entidades participativas y fortalecimiento de los mecanismos de coordinación interinstitucional.
- Evaluación periódica de la marcha del programa.

- Las demás que sean indispensables para el mejor desarrollo del programa de los mercados móviles.

3.4.5 Reuniones

El Comité coordinador se reunirá al menos mensualmente el segundo miércoles de cada mes, extraoficialmente por convocatoria del Presidente del Comité o del Director del Programa de los Mercados Móviles, en las dependencias del programa DRI-PAN.

3.5 LOS SUBCOMITES OPERATIVOS O DE TRABAJO

El Comité Coordinador cuenta para su labor con la asesoría de dos subcomités; estos son el subcomité de Control y el subcomité de Mercadeo, que se describen a continuación.

3.5.1 Comité de Control

El Comité de Control está integrado por el Jefe de la División de Comercialización del Programa DRI-PAN, el Encargado del Programa de Comercialización del SENA, el Superintendente de Industria y Comercio de Bogotá, el Presidente de la Confederación Colombiana de Consumidores, el Director de Acción Comunal del Distrito y el Director de los Mercados Móviles.

El Comité de Control estará presidido por el Jefe de la División de Comercialización del Programa DRI-PAN. La Secretaría Técnica estará a cargo del Director del Programa de los Mercados Móviles. Las funciones del Comité de Control son las siguientes:

- evaluar el funcionamiento general del mercado y plantear los correctivos necesarios para la buena marcha del programa.
- determinar y ordenar la aplicación de sanciones que sean consideradas dentro del reglamento como causas graves.

El Comité de Control se reunirá semanalmente los martes a las 4:00 P.M. El Director del Mercado Móvil podrá citar a reunión extraordinaria en casos de emergencia. Las reuniones tendrán como sede Planeación Nacional - Programa DRI-PAN.

3.5.2 Comité de Mercadeo

El comité de Mercadeo está integrado por los siguientes miembros: el Gerente de Corabastos, el Subgerente de Ventas del IDEMA o su delegado, el Jefe de la División de Comercialización del Programa DRI-PAN o su delegado, el Encargado del Programa de Comercialización del SENA, el Gerente de EDIS o su delegado y el Director de los Mercados Móviles.

El Comité de Mercadeo será presidido por el Gerente de CORABASTOS.

La Secretaría estará a cargo del Director de los Mercados Móviles. Las funciones del Comité de Mercadeo de los Mercados Móviles serán las siguientes:

- fijar políticas de abatecimiento de productos (tipos, calidades, presentación; número de puestos por producto) y criterios sobre participantes, ubicación de los mercados y publicidad.
- en coordinación con las Directivas de CORABASTOS, fijar las tarifas y porcentajes de participación para el financiamiento y manejo administrativo del programa.

El Comité de Mercadeo se reunirá semanalmente los lunes a las 5:00 P.M. y tendrá como sede la Gerencia de CORABASTOS.

4. ESTRUCTURA FISICA DE LOS MERCADOS MOVILES

Para su conformación y funcionamiento, los mercados móviles requieren de una infraestructura simple y económica que permite en breve tiempo su armado y desarmado por los propios comerciantes. Los distintos elementos físicos que forman esta infraestructura se pueden ordenar en tres niveles o categorías: Espacio Físico, Estructura Espacial y Equipos Accesorios.

4.1 ESPACIO FISICO

4.1.1 Localización

Los mercados móviles de Bogotá funcionan en barrios de alta y mediana densidad, correspondientes a poblaciones de estratos económicos medio-altos, medios y bajos, generalmente situados en vías de mucha importancia (avenidas), garantizando así su fácil acceso y visibilidad.

Existen dos formas básicas de localización de estos mercados móviles en Bogotá: En una primera forma, éstos se instalan a un costado de importantes vías de tránsito peatonal y vehicular (ensanches, áreas de expansión, etc.), con lo cual se garantiza la visibilidad y promoción de los mismos, así como se mantiene el normal libre tránsito de dichas arterias.

Dentro de esta forma se presentan casos que pudieramos calificar de excepcionales en los que los mercados se instalan y ocupan parcialmente importantes avenidas comerciales, y aunque se eligen los días de menor tránsito para estos casos (los domingos), estos exigen un reordenamiento y control del tránsito vehicular en dichas vías, en ese lapso de tiempo.

En una segunda forma de localización, los Mercados Móviles de Bogotá se instalan en calles secundarias, aunque próximas a vías importantes, ocupando totalmente una cuadra de dicha calle. En estos casos se impide el tránsito vehicular en dicho tramo, durante las horas de funcionamiento del mercado, pero se garantiza el acceso y libre movimiento del público al mismo. Por lo general esta última forma de localización se practica en barrios de menores ingresos.

4.1.2 Ubicación

El uso del espacio o la forma como ocupan el sitio de funcionamiento estos mercados, por lo general obedecen al ordenamiento de sus estructuras físicas en forma longitudinal, es decir, ordenando las construcciones a lo largo de un eje de circulación peatonal. En algunos casos, las estructuras físicas o carpas que integran estos mercados se ordenan a ambos lados del eje peatonal formando así dos filas de tiendas. En otros casos, las carpas se disponen ocupando un lado del eje de circulación peatonal, formando una fila de tiendas.

En general, se puede estimar la superficie de este sitio de funcionamiento de los mercados móviles (área ocupada) de 800 metros cuadrados, y con una forma rectangular de aproximadamente 120 m. x 7 m. Área esta determinada por el número de estructuras espaciales o carpas que integran el mercado (de 20 a 36 carpas) y por las posibilidades de espacio para el ordenamiento en una o dos filas de tiendas

4.2 ESTRUCTURA ESPACIAL (carpas)

Dentro de esta categoría se encuentra el principal elemento físico, componente de la infraestructura que demandan los mercados móviles, esto es, carpas fabricadas a base de una liviana y simple estructura metálica desarmable y de una cubierta impermeable plástica de vistosos colores.

Cada mercado móvil está constituido por unas 20 a 36 carpas ordenadas en una o dos filas en torno a un eje de circulación peatonal, siendo por lo general dos o tres tipos de carpas los que conforman dicha unidad de abastecimiento.

4.2.1 Carpas Dobles

Estas son las estructuras espaciales integrantes de los mercados móviles de mayor tamaño y los que en mayor cantidad participan para conformar cada módulo de abastecimiento. En planta ocupan un área de 24 metros cuadrados (6 X 4 m) y alcanzan una altura de 3. a 3.20 m.

Su estructura metálica es fabricada en base a tubos de sección cuadrados (1") o redondos (1 1/2") galvanizados, ambos calibres 16 y con cubierta en plástico impermeable o caucho doble vulcanizado, de colores amarillo y rojo dispuesta en forma de techo de dos aguas.

El costo de estas carpas es de 65,000 a 80,000 pesos colombianos (US\$400 a US\$500).

4.2.2 Carpas Simples

Tienen las mismas características que las dobles; la diferencia es en su tamaño y en su costo: área de su planta 12 metros cuadrados (3 X 4 m); costo de 40,000.00 a 50,000.00 pesos colombianos (US\$250 a US\$300).

4.2.3 Carpas a 4 aguas

Estas carpas son las que en menor cantidad integran los mercados móviles, y por lo general se utilizan para tiendas con pocas cantidades de productos (Ej.: Tiendas de productos lácteos). De similares características que las carpas dobles y simples, con la diferencia que su cubierta adopta forma de techo a cuatro (4) aguas y que su planta es de forma cuadrada con un área de nueve metros cuadrados (3 X 3 m). El valor de esta carpa es similar al de las carpas simples.

4.3 EQUIPOS ACCESORIOS

Los mercados móviles para su funcionamiento requieren de una serie de elementos menores, que se agrupan en esta categoría; los más importantes son las cajas plásticas, las mesas y las estufas, cuyas características principales se destacan a continuación.

4.3.1 Cajas Plásticas

La mayoría de los productos que se venden en los mercados móviles son almacenados, trasladados y expuestos para la venta en las carpas en cajas plásticas modulares y fabricadas en polietileno de alta densidad, con protector ultravioleta (U. V.) incorporado. Las paredes de las cajas son perforadas, lo que permite que el producto se ventile, y a la vez encarrables, es decir con "nervios estructurales" incorporados a las mismas paredes y el fondo de estas cajas son totalmente lisas, lo que impide que el producto sufra daño alguno.

El fondo, al igual que las paredes de estas cajas puede ser perforado o no perforado, ya sea que se trate de productos que se deseen lavar, o para productos que se requieren mantener con su propio líquido sin ensuciar, lo que representa unas 20 cajas, unas sobre otras, conteniendo cada una 20 a 25 kilos de peso.

En los mercados móviles se utilizan tres tipos y/o tamaños de cajas, la primera con dimensiones de 0.52 d X 0.35 X 0.28 m. y con valor de 650 pesos colombianos (US\$4.00), la segunda con dimensiones de 0.52 X 0.35 X 0.14 m que es un submódulo de la anterior y que generalmente se utiliza para almacenar aquellos productos que no pueden recibir mucho peso encima (como el tomate) y para exhibir estos productos. Por último, también se fabrica la llamada caja aviagrácola especialmente para almacenar huevos, con dimensiones de 0.65 X 0.38 X 0.34 m tiene la particularidad de que su fondo es removible, lo cual hace más fácil su retorno y menor ocupación volumétrica. Su valor por unidad es de 880 pesos colombianos (US\$5.50)

Todas las cajas plásticas son fabricadas en los colores que se soliciten, aunque en los mercados móviles predominan los colores rojo, naranja y verde.

Los productos perecederos que se venden en los mercados móviles son recibidos en las bodegas de los comerciantes donde se lavan, se clasifican y se almacenan en estas cajas para su fácil traslado a los mercados móviles. Por lo general son las carpas de frutas y hortalizas las que hacen mayor uso de las cajas, estimándose que cada comerciante requiere un promedio de 100 a 150 cajas.

Además de la facilidad que ofrece el diseño de la caja para colocarse una encima de la otra sin dañar el producto, las mismas permiten ordenarse en las carpas en forma de mostrador y para delimitar espacios.

También son utilizados para exhibir los productos, para lo cual se colocan sobre una plataforma metálica (angulares en forma de "L" y "T" de 2") en forma de una mesa inclinada cuyas patas son tubos ajustados a la misma y con capacidad para colocar de 12 a 20 cajas (ver dibujos y fotografías).

4.3.2 Mesas

Otro de los accesorios importantes que utiliza el mercado móvil lo constituye la mesa, siendo las tiendas de carnes las que mayor uso hacen de ella. Son mesas desarmables, metálicas, construidas a base de una estructura de tubos galvanizados (1 1/2") y topo o plataforma de zinc que se ajustan a la estructura. Las mesas utilizadas en las tiendas de carnes se le agrega una estructura de los mismos tubos que permita colgar de ésta las pesas o balanzas y el rollo de plástico para envolver.

Se utiliza otra mesa más sencilla que la anterior, cuya estructura la constituye un par de "tijerillas" a las que al abrirse se les ajusta un tope o plataforma de zinc sobre la cual se exponen los productos. Las dimensiones de estas mesas son dadas en función del uso que se haga de las mismas, así por ejemplo las que se usan en las tiendas de carne tienen dimensiones de 2.50 X 0.60 X 1.0 m (ver dibujos y fotografías).

4.3.3. Estufas

Otro accesorio importante que se emplea en las carpas de los mercados móviles lo constituye la estufa o cocina para la venta de productos cocidos que comen en el lugar, tanto el público consumidor, como también los propios trabajadores del mercado. Consiste en una simple caja metálica apoyada en su interior un tubo perforado que funciona como "quemador" el cual se conecta a un tanque de gas. Lleva además, en su parte superior una lámina metálica lisa que sirve de "horquilla" al recibir el calor del fuego que sale del tubo "quemador". Las dimensiones de esta estufa son 0.60 X 0.40 X 0.25 (la caja) y su altura es 0.90. Se pinta en vistosos colores (ver dibujo y fotografía).

Además de estos componentes, forman parte de la infraestructura de los mercados móviles, otros que solo vamos a mencionar en este trabajo. Tal es el caso de las pesas o balanzas de hasta 20 kilos de capacidad; camiones que se colocan en los extremos del mercado y los que se encargan de vender en algunos casos productos industrializados y enlatados, y en otros casos (camiones frigoríficos) productos cárnicos; plásticos en rollos, material que se utiliza para envolver los productos vendidos (ver fotografía).

5. ESTRUCTURA OPERATIVA

5.1 GENERALIDADES

En la actualidad existen en Bogotá cuatro programas de abastecimiento de alimentos a la población a través de los mercados móviles; CORABASTOS que inició sus actividades con cuatro mercados y hoy suman seis, IMPRO que cuenta con tres mercados, FERIA DEL CONSUMIDOR que cuenta con uno y MERCADO que también tiene uno. En su conjunto estos programas dan atención al público en unos 64 lugares o sitios de venta utilizando para ello de 243 a 279 carpas.

En relación con el más importante de estos programas, el de CORABASTOS, se puede precisar que cuenta con 6 mercados y cerca de 36 lugares o sitios de atención semanal al público. Esto involucra una cantidad de aproximadamente 200 comerciantes mayoristas y si bien es cierto que estas unidades visitan cada día un sector distinto, hay barrios principalmente de bajos ingresos, a los que asisten dos veces por semana para garantizar un adecuado abastecimiento a dichos sectores poblacionales.

La parte operativa de este programa de abastecimiento se rige por su reglamento interno, que establece que los participantes deben cumplir con ciertas normas de calidad de los productos, entrega del peso exacto de los productos vendidos y acatamiento de las disposiciones del coordinador del mercado.

Para su administración, el programa cuenta con una estructura de personal muy simple, encabezada por un Administrador General (ubicado en la central mayorista) quien cuenta con la asesoría del Comité Coordinador del que dependen los subcomités de trabajo (Control y Mercadeo).

5.2 LA FIJACION DE PRECIOS

La fijación de los precios de los productos se realiza por medio de un comité integrado por representantes de los mayoristas, del IDEMA, de la Secretaría de Gobierno, de la Alcaldía y de la Asociación de Defensa del Consumidor. Se efectúa una encuesta sobre precios de productos en los principales centros de abastecimiento y se adopta para cada producto a venderse en los mercados móviles un valor de 25% a 35% por debajo del precio promedio determinado con la encuesta. La actividad para establecer los precios se efectúa semanalmente. La lista de precios obtenida, además de publicarse en los periódicos, se coloca en lugar público en el mercado móvil.

5.3 EL CONTROL DE PESAS

Para el control de pesas se exige que toda balanza (báscula de reloj) utilizada en los mercados móviles, esté registrada y controlada por la Secretaría de Industria y Comercio Distrital, la cual autoriza su

uso mediante un certificado que debe colocarse en un lugar público y además, el propio coordinador de grupo controla dichas pesas por medio de una pesa patrón que él posee.

5.4 EL PAPEL DEL COORDINADOR O SUPERVISOR

El Coordinador de grupo o Supervisor es el encargado directo del funcionamiento correcto de los mercados móviles, se traslada al lugar de venta del mercado móvil aproximadamente a las 6:00 para comenzar a atender al público entre las 5:30 y las 7:00 A. M. La hora de apertura y cierre del mercado móvil es presponsabilidad del mismo. Generalmente funciona de 7:00 A. M. a 1:30 P.M.

Entre las funciones del Coordinador se encuentran las de ordenar la colocación de las carpas de acuerdo al tipo de producto, controla que se respeten los precios establecidos y anotados en los carteles, supervisa la calidad de los productos que se expenden, decomisa productos de bajo calidad, atiende reclamos del público, orienta a los consumidores sobre productos sustitutos y rinde informes semanales sobre el cumplimiento del reglamento por parte de los expendedores.

Cada mercado móvil cuenta con un Coordinador, un Relacionista, dos Celadores (guardianes) y dos empleados de la Empresa Municipal de Servicios Públicos (EDIS) Encargados del aseo del lugar durante y después de su funcionamiento.

5.5 EL PAPEL DEL COMERCIANTE

El número de comerciantes detallistas que participa en un mercado móvil pertenecientes a este programa de CORABASTOS fluctúa entre 20 y 30 dependiendo de ello la densidad poblacional y el nivel de ingreso de los habitantes del sector a atender por el mercado.

Cada comerciante participante es propietario de su carpa, de las cajas plásticas empleadas y demás accesorios. También cubre los costos de transporte de los productos y carpas, así como los pagos de impuestos para el funcionamiento del mercado. (Pagos por la venta del producto y por uso del terreno).

Cada comerciante selecciona y contrata el personal que atiende su carpa en la venta de los productos, la cantidad de vendedores por carpa depende del tamaño de la tienda y del producto que se vende. Esta cifra fluctúa entre 1 y 8 personas, y el pago de sus salarios es responsabilidad del comerciante propietario de la carpa.

5.6 EL ORDENAMIENTO POR PRODUCTOS

El número de comerciantes detallistas y/o carpas por producto en cada uno de los mercados móviles y los productos que se venden son:

- 2 - 3 Puestos de carne de res
- 1 - 2 Puestos de venta de pollo

- 1 - 2 Puestos de venta de pescado
- 1 - 2 Puestos de venta de huevos
- 1 - 2 Puestos de venta de quesos y productos lácteos
- 1 Puesto de embutidos
- 4 - 6 Puesto de hortalizas
- 3 - 4 Puestos de frutas
- 1 - 2 Puestos de papas
- 1 - 2 Puestos de legumbres, yuca, yautía
- 1 Puestos de plátanos
- 1 - 2 Puestos de granos y abarrotos
- 1 Puestos de flores
- 1 - 2 Puestos de comida (frituras)

Los distintos productos que se venden en los mercados móviles se ordenan e integran en seis líneas de productos, a saber:

- Frutas: Naranjas, Piña, Limón, Chinola, Guanábana, Mora, Fresa, Plátano.
- Granos: Arroz, Harina, Frijol, etc.
- Carnes: Res, Pollo, Cerdo, Pescado
- Hortalizas: Lechuga, Repollo, Tomates, Cebolla, Zanahoria, Remolacha, Apio, Coliflor, Ajíes, Berenjena.
- Raíces y Tubérculos: Papas, Yuca, Batata, Yautía, etc.
- Lácteos y huevos: Quesos, Huevos, etc.

5.7 RELACION COSTOS BENEFICIOS (1)

Informaciones recogidas en los propios mercados móviles a través de sus operarios, han posibilitado la estimación de algunas cifras relativas a la actividad comercial de los mercados, y a la relación costo beneficio por carpa y/o módulo de este programa de abastecimiento de alimentos de la ciudad de Bogotá.

- 700 toneladas es el volumen mensual promedio que maneja cada módulo o grupo (20 a 25 detallistas) considerando 24 días de trabajo por mes.
- 30 toneladas de productos es la venta semanal efectuada sobre la base de 4 a 5 visitas mensuales en cada barrio atendido.
- US\$92 representa el valor de la compra mensual por hogar (75% del ingreso de una familia de bajos ingresos de Colombia), cifra ésta que representa unos US\$18.50 del valor de compra semanal por cada familia atendida.

(1) Datos extraídos del documento: Análisis del Sistema de Distribución Urbana de Alimentos a través de Mercados Móviles.

- US\$26,600 es el valor de la venta por día de cada mercado móvil (considerando una afluencia semanal de 1,440 hogares), lo que representa US\$800 por detallista, es decir, US\$19,000 de ingresos promedios por venta para cada uno (siempre sobre la base de 24 días de trabajo al mes).

Cálculos estimados de algunos costos de comercialización permiten hacer una aproximación del margen de ganancia de la actividad de distribución detallista en un mercado móvil.

- US\$0,600 Sueldo de tres vendedores (US\$200 mensuales a cada uno).
- US\$0,014 Depreciación mensual carpa (valor US\$500 y tres años de vida).
- US\$0,010 Depreciación mensual de 100 cajas plásticas (valor US\$3.75 c/u y tres años de vida).
- US\$0,180 Valor de los intereses del capital de trabajo (dos rotaciones al mes a una tasa de interés del 2.5% mensual).
- US\$0,720 Transporte o alquiler de vehículo (1 1/2 ton., 24 días a US\$30 por día).
- US\$1,954 Merma del 3% en peso (sobre 300 ton. mensuales de frutas y hortalizas a US\$220 la ton.)
- US\$0,190 Valor de impuestos municipales por administración de mercado (0.01% sobre el valor de las ventas).
- US\$3,665 Total costo mensual.
- US\$4,756 Margen de comercialización mensual (25% por los precios rebajados del mercado móvil).
- US\$1,091 Ganancia del mes (5.75% del valor de la venta).

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los mercados móviles de Bogotá han venido desempeñando un rol cada vez más importante en el sistema de distribución de alimentos en esa ciudad, llegando a constituirse en un eficiente instrumento para el abastecimiento de una parte importante y creciente de la población, al garantizarle:

- acceso a pie al lugar del mercado;
- gran variedad y surtido de los productos alimenticios;
- precios razonables; y
- buena calidad de los productos.

En sentido general, el éxito alcanzado por este programa en Bogotá descansa en una serie de factores que siempre deberán contemplarse al momento de pensar en la creación de un sistema similar. Entre estos se destacan:

i. Aspectos Técnicos Operativos:

Existencia de una organización mixta en la cual participan el estado, los comerciantes y los consumidores (organizados) en la tarea de fijar los precios, las calidades, los lugares de distribución y los días de abastecimiento;

supervisión directa del estado en el cumplimiento de los precios, las calidades y las pesas y medidas, todo lo cual da confianza al consumidor, y otra es la clientela que beneficia a los comerciantes; y

garantía de una buena selección de vendedores, continua capacitación en el manejo de productos y entrenamiento en el manejo administrativo y la atención al público.

ii. Aspectos Físicos y Espaciales:

Localización adecuada y accesos fáciles de los espacios seleccionados para la instalación de los mercados, de manera que la mayoría del público que acude a los mercados móviles lo hace a pie; selección de espacios libres de contaminación y fáciles de limpiar; área de atracción a lo sumo del orden de cuatro cuerdas a la redonda del mercado, para facilitar la afluencia de las masas de casa del sector atendido, y permitir una cobertura de abastecimiento suficiente para 8000 a 10000 personas (de 32 a 40 manzanas que suman 1000 a 1400 viviendas); y mantenimiento y manejo adecuado de las carpas y los equipos accesorios que conforman la infraestructura de los mercados móviles (canastas, pesas, mesas, estufas, etc.).

La implementación en la Ciudad de Santo Domingo, de un sistema de mercados móviles similar a los existentes en Bogotá, constituye una alternativa interesante de solución para los crecientes problemas provenientes de las deficiencias del sistema tradicional de comercialización de alimentos; principalmente en lo relativo a la proliferación desordenada de mercados espontáneos, que se caracterizan por las exiguas condiciones de calidad y sanidad de los productos que comercializan, y por sus implicaciones negativas sobre la salud de la población y el ordenamiento de la ciudad.

En base a la experiencia observada en Bogotá, para el caso de la ciudad de Santo Domingo, lo recomendable es llevar a cabo un pequeño proyecto de carácter piloto, que sirva de base para evaluar en la práctica la factibilidad real del asunto, y sobre todo para definir la estructura técnico-administrativa que se requeriría para la puesta en marcha y el manejo de un sistema de mercados móviles.

Dentro de ese contexto, será necesario tomar una serie de medidas específicas orientadas a establecer y adaptar los mercados móviles a las condiciones de los productos alimenticios. Las más importantes de estas medidas son:

- realizar estudios socio-económicos y de comercialización, a fin de conocer los hábitos de consumo y las características de compra de alimentos básicos de la población;
- efectuar una buena selección de los participantes en este programa de abastecimiento, buscando un alto grado de participación de comerciantes mayoristas experimentados y acreditados, dispuestos a intervenir en todas las etapas del proyecto;
- llevar a cabo cursos de capacitación, para propiciar mejoras en el manejo de los productos y en la relación de los comerciantes y los consumidores;
- no incluir productos elaborados y agroindustriales en los mercados móviles dada la existencia del amplio sector detallista que existe en Santo Domingo y que expenden principalmente estos productos;
- crear un fondo para crédito, que viabilice la iniciación del programa de mercados móviles con las personas que realmente reúnan las cualidades requeridas para el trabajo, evitando así que sea el capital el único factor de decisión.
- establecer los precios y calidades que deberán cumplir los productos del mercado y definir los mecanismos para mantener una estricta vigilancia de su cumplimiento;
- establecer precios por calidades de productos, a fin de que el mercado pueda abastecer los barrios en la mejor forma posible según los niveles de la población;

- establecer los mecanismos mediante los cuales se evite la introducción de comerciantes piratas o no vinculados al programa;
- seleccionar los sitios donde se ubicarán los mercados, considerando que no haya posibilidad de que se establezcan puestos permanentes (avenidas o calles, parques, etc.);
- emplear parques y accesorios fácilmente desarmables y/o transportables, fabricadas en forma estandarizada y modulares, en materiales adecuados a las exigencias ambientales y culturales del país;
- establecer la forma y los medios de transporte para asegurar una acción eficaz del mercado;
- definir y establecer al mismo tiempo, la puesta en marcha del primer mercado, las instituciones o empresas encargadas del aseo y la vigilancia del mercado; y
- emplear carpas fabricadas sobre la base de diseños adecuados a las exigencias técnicas de la actividad comercial y climatológicas de la ciudad de Santo Domingo.





