

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
(UNAN-MANAGUA)
RECINTO UNIVERSITARIO “RUBÉN DARÍO”
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS
DEPARTAMENTO DE HISTORIA



**MERCADOS DE LA CIUDAD DE LEÓN, NICARAGUA Y SUS
APORTES EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA
POBLACIÓN. 1950 - 2009.**

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAESTRA EN ESTUDIOS
HISTÓRICOS LATINOAMERICANOS Y DEL CARIBE.

Autora:

Lic. María Elena Medina Salinas.

Asesora de Tesis:

MSc. Elena del Rosario Dávila Arriola.

Managua, Nicaragua, Enero 2013.

DEDICATORIA

- ✓ A Dios nuestro señor, por darme el don de la vida, acompañarme siempre en las alegrías y tristezas y dotarme de sabiduría para realizar con éxito este trabajo.
- ✓ A mi querida hija Mydolle Solange, que con su cariño y amor ha transformado mi vida y por ser la razón de mi existencia e inspiración.
- ✓ A mi esposo Juan Carlos, por brindarme su apoyo incondicional, su paciencia y comprensión e incentivarme siempre en seguir adelante para alcanzar mi meta.
- ✓ A mi madre Blanca Alicia por guiarme en el sendero de la vida, tenerme siempre confianza y enseñarme a luchar por mis aspiraciones.

AGRADECIMIENTOS

- ✓ A Dios mi amigo que nunca me desampara, por darme fortaleza, cuidarme y bendecirme todos los días de mi vida.
- ✓ A mi tutora MSc. Elena del Rosario Dávila Arriola, por asesorarme con excelencia, científicidad, profesionalismo, dedicación y guiarme sabiamente por el camino que debía seguir para culminar este proyecto de investigación.
- ✓ A Monika Strasser mi amiga y colega, a quien aprecio y admiro mucho y agradezco por haberme elegido entre los aspirantes, para optar a esta Maestría. Además por brindarme sus conocimientos que me han sido de gran ayuda.
- ✓ Al claustro de profesores de la UNAN- Managua que colaboraron en mi formación y me dotaron de muchos conocimientos sobre la Historia.
- ✓ A los jóvenes estudiantes del IV año de Ciencias Sociales de la Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades, UNAN-León, año 2011, que me brindaron su apoyo incondicional para culminar este trabajo.
- ✓ A los gerentes, comerciantes, consumidores, personas entrevistadas y encuestadas de los diferentes mercados de la ciudad de León, que coadyuvaron con sus valiosos aportes, para enriquecer y concluir esta investigación.
- ✓ A las Arquitectas de la Alcaldía Municipal: Patricia, Fabiola, Sugey y Carolina Madriz, quienes siempre estuvieron anuentes a brindarme la información necesaria para llevar a cabo esta investigación.
- ✓ A mis amigos Vinicio Sandino y Mauricio Flores a quienes aprecio mucho y agradezco su disposición en apoyarme, cuando requerí de sus ayudas.

RESUMEN

El presente trabajo titulado “Mercados de la Ciudad de León, Nicaragua y sus Aportes en el Desarrollo Socioeconómico de la Población. 1950-2009”, expone la evolución e importancia de los mercados como centros de comercio, en el desarrollo económico, social y urbanístico de la ciudad de León y sus pobladores. Fueron seleccionados para el desarrollo de la presente investigación, los mercados “Félix Pedro Carrillo”, “Raúl Cabezas Lacayo”, “Metropolitano”, “Santos Bárcenas” y “La Terminal”. De esta manera el estudio, complementa el aspecto económico de la Historia de Nicaragua y sirve de mucha utilidad para estudiantes de Historia o carreras afines u otros estudiosos de la historia del país.

Sobre la base de los objetivos propuestos y la hipótesis planteada, el estudio de forma general explica que los mercados locales de la ciudad de León, surgieron y se desarrollaron en correspondencia al contexto histórico-social de León y Nicaragua en general, de manera que han incidido con expresiones particulares en el desarrollo económico y social de la población. Inicia con la presentación de un sustento teórico de categorías económicas y sociales que permiten una mayor comprensión del contexto en que surgieron y evolucionaron los mercados. Luego se determina el contexto histórico en que se desarrollaron los mercados de la ciudad de León. Posteriormente se describe la situación evolutiva general de la infraestructura y las condiciones que presentan los mercados, y se compara la situación de los distintos mercados de esta ciudad en diferentes momentos históricos del período en estudio. Finalmente se analizan los principales aportes de estos mercados en el desarrollo económico de los comerciantes dedicados a esta actividad. Se indican los efectos sociales de la población leonesa a partir de su relación con el desarrollo de los mismos. Y se concluye con el análisis de las expresiones de progreso de la ciudad de León, a partir de su desarrollo económico y social.

Las conclusiones muestran la comprobación de la hipótesis propuesta. Y se plantean reflexiones que conduzcan a un mejor funcionamiento de los mercados del país y a un aprovechamiento histórico de los mismos. Este estudio se apoyó en el sustento metodológico de la Historia Económica, la Historia Social y la Historia Oral, además en Ciencias como la Sociología y la Economía. Fue factible realizarlo por los aportes brindados en las entrevistas y encuestas aplicadas a autoridades de la municipalidad, intendentes, comerciantes y consumidores. Además se contó con fuentes primarias y secundarias adecuadas, reflejadas en las fuentes bibliográficas, hemerográficas, iconográficas, archivísticas, orales y electrónicas.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I CONTEXTO GEOGRÁFICO E HISTÓRICO DE NICARAGUA Y LA CIUDAD DE LEÓN.....	19
1.1 SITUACIÓN GEOGRÁFICA.....	20
1.1.1 Situación Geográfica de Nicaragua.....	20
1.1.2 Situación Geográfica del Departamento de León.....	22
1.1.3 Situación Geográfica del Municipio de León.....	23
1.2 SITUACIÓN HISTÓRICA DE NICARAGUA. 1950 AL 2009.....	25
1.2.1 Desarrollo Político.....	25
1.2.2 Principales Actividades Económicas.....	29
1.3 SITUACIÓN DE LA SOCIEDAD.....	36
1.3.1 Evolución Demográfica de Nicaragua y León.	36
1.3.2 Migraciones.	42
CAPÍTULO II FORMACIÓN DE LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE LEÓN DE NICARAGUA.....	42
2.1 ORIGEN DE LOS PRIMEROS MERCADOS DE LA CIUDAD DE LEÓN.....	46
2.1 DESARROLLO DE LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE LEÓN.	49
2.2.1 Mercados del siglo XIX y XX.....	49
2.2.2 Surgimiento de nuevos mercados.....	56
2.2.3 Aspectos organizativos de los mercados.	63
2.2.4 Condiciones generales de los mercados de la ciudad de León.....	65
2.3 COMERCIALIZACIÓN EN LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE LEÓN.....	69
2.3.1 Evolución del Comercio local.	69
2.3.2 Relación comercial interna y externa	71
2.3.2 .1 Relación Comercial Interna.....	71
2.3.2.2 Relación Comercial Externa.....	72
2.4 FINANCIAMIENTOS DE PROYECTOS EXTRANJEROS.....	73
2.4.1 Mercado “Félix Pedro Carrillo” o Mercadito Sutiaba.....	74
2.4.2 Mercado “Raúl Cabezas Lacayo” o Mercado Central.....	75
2.4.3 Mercado “Metropolitano”	76
2.4.4 Mercado “Santos Bárcenas” o Mercado La Estación.....	76
2.4.5. Mercado La Terminal.....	77
CAPÍTULO III APOORTE DE LOS MERCADOS EN LA ECONOMÍA Y DESARROLLO SOCIAL DE LA CIUDAD DE LEÓN Y POBLACIÓN.....	78
3.1 DESARROLLO URBANÍSTICO.....	79
3.1.1 Desarrollo en infraestructura.....	79
3.1.2 Desarrollo en inversiones productivas	80
3.1.3 Desarrollo de los medios de transporte y comunicación.....	81

3.2	SITUACIÓN ECONÓMICA DE COMERCIANTES Y CONSUMIDORES.....	84
3.2.1	Comerciantes.....	84
3.2.2	Consumidores.....	87
3.3	SITUACIÓN FINANCIERA DE LOS MERCADOS.....	88
3.3.2	Impuestos de los Mercados	91
3.4	DESARROLLO SOCIAL	94
3.4.1	Construcción de obras comunales, educativas y de salud	94
3.4.2	Existencia de centros recreativos	95
3.5	DESARROLLO CULTURAL	96
3.5.1	Desarrollo educativo de la sociedad.....	96
3.5.2	Situación ambiental.....	98
3.5.3	Defensa de la cultura en los mercados.	102
3.5.4	Participación comunitaria.....	104
	CONCLUSIONES	107
	BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES	111
	BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES	112
	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	112
	FUENTES HEMEROGRÁFICAS.....	114
	REVISTAS.....	114
	FUENTES ARCHIVÍSTICAS.....	115
	FUENTES ELECTRÓNICAS	116
	FUENTES ORALES.....	117
	ANEXOS.....	120
	GRÁFICOS.....	121
	DOCUMENTOS	133
	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	146



INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado “Mercados de la ciudad de León, Nicaragua y sus aportes en el desarrollo socioeconómico de la población. 1950 - 2009.” Responde a la Tesis, como parte del Plan de Estudio de la Maestría en Estudios Históricos Latinoamericanos y del Caribe. Este pretende presentar un estudio sustentado con datos de carácter económico e informaciones de los actores sociales participantes, tanto las personas dedicadas al comercio como los consumidores y todo lo que les rodea dentro de la vida cotidiana. Así como, determinar los aportes de los mercados en el desarrollo social y económico de la población leonesa.

Se persigue rescatar la historia e importancia de los mercados, regularmente administrados por la Alcaldía Municipal y determinar de los mismos el papel que han desempeñado sobre la población de León en función de la evolución del desarrollo económico y social. Con el establecimiento de los mercados, el comercio ha alcanzado una mejor organización, dando lugar a un mayor poblamiento de las regiones circunvecinas. El estudio se realizó con los cinco mercados existentes en la ciudad de León. Estos están ubicados en diferentes sitios: el Mercado “Félix Pedro Carrillo” en Sutiaba; Mercado “Raúl Cabezas Lacayo” detrás de la Catedral; Mercado “Metropolitano” en el costado norte del Mercado “Raúl Cabezas”; Mercado “Santos Bárcenas” en la antigua estación del ferrocarril; y Mercado “La Terminal”, situado en la terminal de buses. Además, existió el Mercado “Iván Vílchez” en el lugar que hoy ocupa el Supermercado Salman, localizado en el costado norte del Colegio “La Salle”.

Es un estudio con un enfoque histórico, donde se analiza a la luz de los métodos propios de la historia; las causas, el desarrollo de los hechos y las consecuencias de los mismos, que se hayan suscitado alrededor de los mercados y su contexto histórico, económico y social del período abordado.

Esta investigación corresponde a la línea de la Historia Económica; también es de gran importancia para el estudio de la Historia Local y el enriquecimiento de nuestra identidad. Enfoca los orígenes de los mismos, los medios de transporte utilizados para el traslado a los mercados, el grupo social al que pertenecen los comerciantes, el papel de los mercados en el mejoramiento de la economía de los leoneses, los productos que se han comercializado desde 1950 al 2009.



Los diferentes mercados de la ciudad de León han coadyuvado al desarrollo económico y social de la población. Sin embargo, los estudios históricos realizados en este sentido, poco se han profundizado. En la actualidad la mayoría de los mercados de León han sido sitios abandonados y descuidados, no se les ha dado el verdadero valor que merecen, como ejes fundamentales para el desarrollo económico y social de una población y que su vez representan parte de la identidad local y regional.

En la época precolombina en cada pueblo existía por lo menos un mercado llamado Mercado Indio o Tiangué¹. Sutiaba² no era la excepción como comunidad indígena, necesaria para realizar el comercio entre las distintas localidades, porque congregaba personas de diferentes lugares incluyendo extranjeros que llegaban en busca de esclavos. Aún en la actualidad en el Mercado de “Sutiaba”, se conservan algunas de estas tradiciones, por lo que merece un estudio especial, para destacar su riqueza histórica.

El comercio en el occidente de Nicaragua creció a finales del siglo XIX, con la exportación de la caña de azúcar, café, añil y carne principalmente, lo que hizo posible la necesidad de mejorar los medios de comunicación, para la exportación al mercado extranjero. Esto se vio favorecido por la posición estratégica que presenta la región de Occidente, especialmente por la cercanía con el puerto de Corinto, el cual ha sido un sitio fundamental del comercio en Nicaragua. Por otro lado, se realizó la inauguración de la Estación y la llegada del Ferrocarril a la ciudad de León en 1882. Todos estos elementos fueron claves para el desarrollo del comercio y la presencia extranjera en nuestro país.

Considerando lo expuesto anteriormente, las siguientes preguntas guían esta investigación y sustentan el planteamiento del problema. ¿Cómo era la situación económica y social de Nicaragua? ; ¿Cuándo se desarrollan los primeros mercados en la ciudad de León? ; ¿Cuál es el origen y evolución de los mercados en la ciudad en León? ¿Qué papel desempeñaron los mercados para el desarrollo de los medios de transportes y comunicación? ; ¿Cómo han aportado los mercados en el desarrollo socioeconómico de la población leonesa desde 1950 al

¹ Área establecida en un pueblo, ciudad o barrio donde se realizaba el intercambio de productos, correspondiente a la sociedad comunal primitiva indígena y aprovechada por la dominación colonial, para surtir el abastecimiento interno. Los productos básicos para el intercambio era el maíz, el algodón y otros productos de la tierra, aunque según los informantes de Bobadilla se intercambiaban oro, mantas, pescados y esclavos, entre otros.

² Antigua población indígena nicaragüense, sometida durante 300 años de dominación colonial (1523-1821), regida por las leyes de indias. A partir de 1902 se conformó en un barrio del municipio de León.



2009 y que grupo social es el predominante en esta actividad? ; ¿Qué relaciones económicas tuvieron los mercados con el resto del país o a nivel internacional? ; ¿Existe coherencia entre el progreso de León con el desarrollo de los mercados municipales? ; ¿Qué relación existe entre el desarrollo económico y social en cuanto a la educación, la salud y la cultura? ; ¿Cuáles son los principales cambios en cuanto a infraestructura de la ciudad y su relación con el desarrollo de los mercados? ; ¿Cuáles son las principales proyecciones de estos mercados a nivel local y extra local?

El estudio sobre los mercados de León se justifica, porque han jugado un papel determinante a lo largo de la historia para el desarrollo de una localidad o región, en los ámbitos económicos y sociales, especialmente en los aspectos urbanísticos y comerciales. Por esa razón es necesario ampliar los estudios que conduzcan a fortalecer la identidad local y nacional desde una perspectiva económica e histórica.

Este trabajo se orienta a profundizar en conceptualizaciones que conlleven a la explicación detallada sobre la importancia de los mercados de León y el impacto obtenido para el desarrollo de la economía de la población leonesa. Por ello, es ineludible fomentar y ampliar el estudio sobre el crecimiento económico y social de los pobladores de la localidad y a nivel nacional.

A través del estudio de los mercados se pretende rescatar y fomentar la historia e identidad local. Además, sus aportes contribuirán como base, para próximos estudios relacionados sobre este tema. Será de mucha utilidad a los estudiosos de la Historia de Nicaragua en sus diferentes niveles educativos, también para profesionales relacionados con los estudios económicos y sociales del país.

El objetivo general de este trabajo investigativo está dirigido a analizar los principales aportes de los mercados de la ciudad de León en el desarrollo económico y social de sus pobladores desde 1950 al 2009.

Los objetivos específicos están orientados a determinar el contexto histórico en que se desarrollaron los mercados de la ciudad de León, describir la situación evolutiva general de la infraestructura y las condiciones que presentan, así mismo comparar la situación de los distintos mercados de esta ciudad en diferentes momentos históricos del período en estudio. Además analizar los principales aportes de estos mercados en el desarrollo económico de los comerciantes dedicados a esta actividad, e indicar los efectos sociales de la población leonesa



a partir de su relación con el desarrollo de los mismos. Se concluirá con el análisis de las expresiones de progreso de la ciudad de León, a partir de su desarrollo económico y social.

Según lo investigado en el presente trabajo hasta ahora, se visualiza que los estudiosos en la materia han escrito poco sobre los mercados de León, se destaca la obra de Nicolás Buitrago Matus *“León: La Sombra de Pedrarias”*, publicado en 1998 en el que existen dos capítulos; uno sobre el “Mercado Central”, que aborda el origen, la fundación, el desarrollo, un incendio del mercado en 1951, los medios de transportes que se utilizaban, y los que se crearon posteriormente con el auge del comercio. Otro capítulo trata sobre el “Mercado de la Estación”, que enfatizan los medios de transportes y comunicación para realizar el comercio, desde que se realizaba en caminatas hasta la llegada del ferrocarril.

El libro *“Imperialismo y Dictadura”* de Jaime Wheelock Román, publicado en 1985, hace un esbozo general de la economía de Nicaragua en los siglos XIX y XX, enmarcando la importancia del comercio local y el desarrollo de los mercados locales, principalmente en las ciudades de León y Granada. Estas fueron utilizadas como centros de acopio para el comercio exterior. Además hace énfasis en la existencia de la economía tributaria tiánguica, para la época del colonialismo español, la que sirve de soporte para comprender el origen y desarrollo de los mercados.

Oscar René Vargas en su libro *“Historia del siglo XX”* de 1999, aborda la importancia de centros comerciales en León, para el desarrollo del mercado interno nacional y la influencia que tuvieron las vías de transporte y comunicación como el ferrocarril, telégrafo, etc. Esto permitió una mayor división del trabajo y por lo tanto la expansión del mercado interno. Este mismo autor en su libro *“Pobreza en Nicaragua. Un abismo que se agranda”*, hace una relación entre el comercio informal de los vendedores ambulantes, que se ubican en diferentes puntos de las ciudades y orillas de mercados, con los vendedores formales y cita como ejemplo a los comerciantes del Mercado Oriental.

Los mercados en Nicaragua han sido de vital importancia para el desarrollo del comercio desde la época colonial, así lo plantea Germán Romero Vargas en su libro *“Historia de Nicaragua”*, publicado en 1991, en el cual presenta un acápite referido al comercio local y enfoca a los mercados como el lugar ideal, para la realización del intercambio de productos, en donde la venta era responsabilidad exclusiva de las mujeres.



La Alcaldía Municipal de León contiene la “*Memoria de Gestión Municipal 2005-2008*”, la cual es remodelada cada cuatro años con el traspaso del gobierno municipal. En esta memoria encontramos un capítulo llamado “Mercados Municipales”, donde se plasman los aspectos organizativos, administrativos, técnicos, número de tramos existentes, aspectos comerciales, financieros y ambientales de cada uno de los cinco mercados, ubicados en la ciudad de León.

Así mismo, presenta un área que se denomina *Urbanismo*, en la cual se dirigen la mayoría de los proyectos, remodelaciones y mejoras realizadas en los diferentes mercados de esta ciudad. Este sitio cuenta con una pequeña biblioteca, donde se pueden encontrar el plan maestro estructural, estudios socioeconómicos, plan estratégico de León, planos, atlas del patrimonio de la ciudad, ordenanzas de los mercados, fotos, entre otros, todo este material sirvió para darle fiabilidad al proyecto de investigación.

En cuanto a la fundamentación del marco teórico, se plantean diversas doctrinas económicas y conceptos que sustentan y explican el contexto, en que se desarrollan los mercados. Las primeras doctrinas económicas se desarrollaron prácticamente con los primeros economistas liberales del siglo XVIII, especialmente en Francia. Se desarrolla en el contexto de la monarquía absoluta la cual, se encontraba en crisis, en ese momento, por los grandes gastos de la corte, las construcciones suntuarias y los conflictos que generaba el comercio con América. La presente cita define parte del significado de Doctrinas Económicas:

*Son las que reflejan los puntos de vista y las concepciones que tienen las clases sociales acerca de las relaciones de producción entre las personas de los fenómenos económicos y la actividad económica.... La tarea es de criticar y desenmascarar la economía burguesa actual y el revisionismo contemporáneo.*³

Se destacan actividades económicas, desde una óptica progresista. En términos sociales, el progresismo tiende a ser identificado con la lucha por las libertades individuales y es análogo al concepto liberal. En términos económicos, apunta a lo igualitario y a grandes rasgos socialistas. Aunque, no es una corriente ni marxista, ni de carácter estatista. Esto significa la lucha por el progreso, es decir la evolución positiva de hombres y mujeres tanto individual

³ Karataev, et. al. *Historia de las Doctrinas Económicas*. Tomo I. Editorial Pueblo y Educación. 1964. Cuba. Pp. 6 y 8.



como social, que beneficie a la humanidad. Además, involucra las determinadas clases en su lucha social por la sobrevivencia, igual se manifiesta en la mayoría de los comerciantes que cada día buscan a mejorar sus ganancias.

Las doctrinas económicas planteadas desde la escuela mercantilista en el siglo XVII y XVIII, han tratado de solucionar y explicar de la mejor manera posible, la importancia de cómo mantener la estabilidad económica de una nación. Además coadyuvar a la solución de los problemas que existen en la realidad y la aplicación de las teorías que regulen la economía del país. Con la escuela mercantilista se tuvo la idea de restringir las importaciones, con el propósito de beneficiar la producción nacional. Así mismo el aumento de las exportaciones, para establecer un mayor excedente en la balanza comercial.

En cambio con los fisiócratas asumían una posición de libre comercio, donde el Estado no interfiriera en los asuntos económicos. Por tanto veían en la producción agropecuaria la solución para obtener el excedente que conduciría a la mejora del sistema productivo. Se establecía que la riqueza de una nación radicaba en la capacidad productiva. Se preocupaban principalmente de la circulación, del producto social y de la distribución de este último. Eran partidarios de los derechos naturales de las personas de los resultados de su trabajo, armonizándose con los derechos de los demás.⁴

Adam Smith como el principal exponente de la economía clásica planteaba que las leyes del mercado eran indispensables para el funcionamiento económico, aduciendo que el Estado no debía intervenir en los asuntos económicos.

Al respecto Adam Smith⁵ fundador del Liberalismo plantea:

*Cada ciudadano es el mejor juez de su propio interés, se debe dar libertad, para que satisfaga sus necesidades, puesto que así impulsará el bien común. Cada individuo al buscar su propio bienestar contribuye al bienestar de la colectividad. Por tanto no debe ser violentado por la intervención del Estado, excepto en casos concretos.*⁶

⁴ Se atribuye al francés Vicent de Fournay (1712-1759), la frase: laissez faire, laissez passer, que significa libertad para la actividad mercantil en el comercio interior y exterior libre.

⁵ La obra de Adam Smith es el núcleo del pensamiento de la economía clásica. Se le considera el fundador de la escuela clásica. En 1776 publicó Naturaleza y Causas de las riquezas de las naciones. Fue defensor de la no intervención del gobierno en los asuntos económicos.

⁶ Mochón, Francisco. *Economía*. Editorial Mc GRAW- HILL / INTERAMERICANA de España. 2000. España. Pág. 31.



El planteamiento de Smith, deja claro la importancia del crecimiento individual de cada persona, interesada en iniciar o ampliar su negocio, para mejorar su economía y satisfacer sus necesidades. Para Smith, la solución para el funcionamiento económico de la sociedad descansa en las leyes del mercado y en la interacción entre el interés individual y la competencia. De esta forma la esencia de la economía de mercado, es que todo se convierte en mercancía con un precio, y que la oferta de estas mercancías es sensible a los cambios de precios. Sus ideas partían, que para promover el bienestar, los mejores medios son el estímulo del propio interés y el desarrollo de la competencia. Y el cambio dinámico de la sociedad descansa sobre la teoría de la acumulación.

Smith en uno de sus postulados argumenta, que los mercados son sitios indicados, para ofrecer los recursos necesarios y satisfacer las necesidades. La actividad comercial que se genera en estos sitios es muy importante, para el bienestar económico de los comerciantes pero, también favorece a los consumidores que llegan en busca de mejores precios y variedad de productos en el mismo lugar, lo que ahorra tiempo y dinero. Por tal razón, mientras se trabaje legalmente no debe haber intervención de las autoridades locales, para cierre de negocios. A su vez, David Ricardo, también dio substanciales planteamientos en la interpretación del crecimiento económico y argumenta lo siguiente:

La riqueza de la nación depende, no de la abundancia de dinero y tampoco del alto valor en dinero de sus mercancías en circulación, sino de la abundancia de mercancías, que le proporciona comodidad y satisfacción.⁷

Este economista plantea que se podría realizar el intercambio de productos y se interesa por la producción de cada país y la abundancia de productos, apoyando la libre circulación. La libre movilidad de las mercancías es muy importante en la actualidad, porque permite mantener relaciones comerciales entre los países y por ende la variedad de productos en los diferentes mercados internacionales.

⁷ Karataev. et. al. Óp. Cit. Pág. 195.



Ricardo desplazó el centro de gravedad del análisis económico desde la producción a la distribución, siendo una de sus grandes aportaciones la teoría del valor-precio. Se interesó por los precios relativos más que por los absolutos. Desarrolló la teoría de los costos comparativos, de la cual sostenía que cada país debería especializarse en aquello cuyo costo comparativo fuese más elevado. Según esta política, cada país debe dedicar su capital y trabajo a aquellas producciones que le resulten más beneficiosas.

En relación a la economía marxista fundada por Karl Marx⁸ se señala:

*Fue el crítico más profundo al afrontar los problemas económicos de la sociedad, el marxismo confía en la planificación central y en la potenciación del estado.*⁹

Marx buscó como precipitar el cambio social. La base de su teoría la constituía su análisis de la historia que él fundaba, en el materialismo dialéctico. Esta doctrina se fundamenta, en la concepción materialista de la historia, en que la producción y el intercambio de productos constituyen la base de todo orden social. Se plantea que la división de clases está determinada por estos mismos elementos.

Según, esta concepción, las causas de los cambios sociales y las revoluciones políticas, hay que buscarlas en las mutaciones experimentadas por los métodos de producción y de intercambio. La fuerza básica de la historia es, para Marx, la estructura económica de la sociedad. Esto no excluye el impacto de las ideas, dado que son un reflejo de la sociedad.

Marx explica en su modelo económico que el capitalismo explota a la clase trabajadora, porque, el beneficio lo obtiene el capitalista al adquirir una mercancía que puede crear un valor mayor que el de su propia fuerza de trabajo. A esto le llama plusvalía. Marx plantea, que debido a todos los problemas existentes en la sociedad la economía debe ser administrada por el Estado, para controlar los vaivenes del mercado y potenciar el crecimiento económico de una determinada localidad, pero sin dar paso al desarrollo individual, el crecimiento debe ser colectivo.

⁸ Marx en 1867 publicó el primer volumen de El Capital. Después de su muerte, Engels publicó buena parte de sus manuscritos y los volúmenes II y III de El Capital.

⁹ Mochón. Pág. 31.



Otro gran aporte para la economía es de Alfred Marshall (1824-1924)¹⁰, máximo representante de la economía neoclásica. Este se enfoca en el precio del valor. Es decir si existe una reducción de los precios, la compra sería mayor, el precio determina la oferta y la demanda. Los empresarios si quisiesen obtener mayores ganancias, deben minimizar el precio a los productos. Para Marshall el análisis del funcionamiento del sistema de mercados parte del comportamiento de los productores y de los consumidores, para analizar la determinación de los precios de los mercados. Por otro lado León Walras (1834-1910), para él, los resultados de la libre competencia eran beneficiosos y ventajosos. Destaca la interdependencia entre todos los precios dentro del sistema económico y hace desaparecer la distinción entre el enfoque micro y macro de la economía.

Otras doctrinas relacionadas a los estudios económicos son el Keynesianismo de John M Keynes con su obra *La teoría general del empleo, el interés y el dinero*. Supuso que existía una importante interrelación entre el ingreso nacional y los niveles de empleo. Cuando el gasto de consumo y de inversión es insuficiente para el pleno empleo, el Estado debe incrementar la corriente de ingresos, por medio de gastos financieros por déficit presupuestario. Para Keynes, el Estado debe intervenir activamente para fomentar el pleno empleo.

La escuela monetarista con Milton Friedman¹¹. Estudió las esferas del análisis del consumo, de la teoría monetaria y de las complejidades de las políticas estabilizadoras de demanda. Sostiene que existe una interrelación entre el nivel de circulación del dinero y el grado de inflación. Es defensor de liberalismo económico, del sistema libre de competencia y contrario a la intervención estatal del sistema económico. Se opone a las ideas keynesianas, en relación a la intervención del sector público.

Y finalmente la nueva macroeconomía clásica, para los partidarios de esta teoría, todo cambio en la política económica va a ser tomado en cuenta por los agentes que tratan de anticipar sus efectos.¹²

Las dos grandes corrientes económicas, como son la macroeconomía y la microeconomía, las que estudian el comportamiento global e individual de los seres humanos en una sociedad.

¹⁰ Marshall, fue el fundador de la moderna economía expuesta mediante representaciones gráficas. Combinó la economía clásica con el pensamiento marginalista.

¹¹ Milton Friedman, en 1976 fue galardonado con el Premio Nobel de Economía.

¹² Centro de Estudios Económicos y Sociales del NOA-CESNOA. *Doctrinas Económicas*. Págs. 1-9 <http://danielabad.wordpress.com/doctrinas-economicas/>



Los estudios relacionados con el nivel de vida, fenómenos que intervienen, teoría del consumidor, precios, mercados, etc, están ligados al quehacer de una sociedad en el desarrollo económico. Se define como microeconomía.

*Se centra en el análisis del comportamiento de las unidades económicas, como las economías domésticas o consumidores y las empresas y no los grandes agregados a nivel regional o nacional. También estudia los mercados donde operan los demandantes y oferentes de bienes y servicios.*¹³

El estudio de los mercados de la ciudad de León, se enfoca en la teoría microeconómica mayormente, porque centra su estudio en unidades económicas individuales, ya sean personales, familiares, empresas, productores y consumidores que son los agentes directos del comercio. Se centra en el estudio de la oferta y la demanda, en la asignación de recursos y en la regulación de los precios. Sin embargo, no está desvinculada con la macroeconomía porque tiene que ver con el intercambio comercial de los productos.

Los mercados locales están directamente vinculados a la pequeña economía, que es también muy importante para regular la macroeconomía de un país. Los mercados de León se enmarcan en una economía familiar, dirigida en su mayoría a una economía de subsistencia, porque las ganancias obtenidas son pocas y se invierten en la educación de los hijos y en la alimentación diaria principalmente.

Existe una estrecha relación entre la microeconomía y la macroeconomía, porque se regulan mutuamente, por tal razón deben trabajar coordinadamente, para lograr un correcto funcionamiento de la economía en las pequeñas y grandes empresas. Se define como macroeconomía:

*Parte de la ciencia económica que estudia los agregados económicos con el objeto de comprender su funcionamiento de conjunto en un país o región. Su propósito es estudiar las influencias que determinan en nivel de la renta nacional, el crecimiento económico y problemas como el desempleo y las recesiones.*¹⁴

La definición planteada, expresa claramente el propósito a que hace referencia la macroeconomía, la que se constituye por diversas variables económicas que conllevan a

¹³ Mochón. Óp. Cit. Pág. 9.

¹⁴ <http://www.eumed.net/cursecon/dic/M.htm#macroeconomía>. Tomada. 09/05/2012.



analizar aspectos generales del funcionamiento económico de uno o varios países y analiza todos los elementos que tienen relación con el mercado internacional como precios, inversiones, inflación, desempleo, etc. Lo que sirve para mantener o acrecentar la actividad económica global, debido a la estrecha vinculación con la microeconomía, ambas se complementan para la estabilización económica de un país.

En cuanto al origen de los mercados se remonta a la época del hombre primitivo, este se percató que podía poseer productos que no producía, efectuando el cambio o trueque con otros pueblos o tribus. A medida que fue evolucionando el instinto de conservación de subsistencia se desarrolló el comercio y se expandió el mercado, llegando a ser una actividad económica de suma importancia en la actualidad, para el progreso de la sociedad. Como se señala a continuación:

Podría explicarse mal el relativo desarrollo del mercado en la zona del Pacífico, si no se tomara en cuenta que una buena parte se había desarrollado en el sistema colonialista español, sobre la base de un intercambio eminentemente compulsivo, unilateral, tributario como lo era el mercado tianguico.¹⁵

La zona del Pacífico y en especial la de occidente han tenido un desarrollo económico bastante estable, especialmente a partir de la colonia con la ganadería. La economía tuvo sus inicios en el mercado tianguico, gestado en la comunidad primitiva, donde se ofrecían variedad de productos y se realizaba el trueque. Un concepto del mismo es el siguiente:

Un mercado cuidadosamente sometido a reglamentaciones que garantizaban la fluidez de los abastecimientos, precios, cantidad de los aportes obligatorios que los indígenas debían hacer regularmente a cuenta de granos, hortalizas, animales domésticos y monterías, telas y artículos de artesanías, etc.¹⁶

El tianguo o mercado indio, aún con las privaciones y reglamentaciones bajadas por los administradores de la nobleza, sienta las bases para el desarrollo de los mercados en la actualidad. La existencia de estos sitios, es de vital importancia y necesarios, para realizar el

¹⁵ Wheelock Román, Jaime. *Imperialismo y Dictadura*. Editorial Nueva Nicaragua. 1985. Managua-Nicaragua. Pág. 69.

¹⁶ Wheelock. Pág. 69.



intercambio comercial y agrupar personas de diferentes lugares con el mismo fin, la compra y venta de productos. Además llegaban extranjeros en busca de esclavos.

El concepto de mercado ha evolucionado, desde la época precolombina hasta la actualidad, por el avance de la tecnología, el aumento poblacional y la necesidad de agrupar productos en un solo lugar, aunado con el desarrollo comercial. Así mercado se refiere en el lenguaje cotidiano a:

Al lugar, en donde la gente compra y vende bienes como pescado, carnes, frutas, vegetales, electrodomésticos, calzado, ropa, etc. Ejemplo: mercados locales. En economía, mercado, es cualquier acuerdo que permite a compradores y vendedores obtener información y hacer negocios entre sí.¹⁷

Los mercados independientemente de su clasificación, tienen el mismo objetivo, ofertar variedad de productos a menor precio que en las tiendas y supermercados. En estos intervienen dos agentes, para realizar el comercio: comerciantes y consumidores. A nivel internacional los mercados son importantes, porque facilitan el comercio entre regiones aledañas, abasteciendo de productos que carece un determinado país.

El mercado local es el área geográfica-económica en donde concurren compradores y vendedores a intercambiar bienes y servicios por dinero, transacción que se realiza en función de los precios, dentro de una localidad. Se desarrollan en un sitio establecido, o en modernos centros comerciales dentro de un área.

Este proyecto de estudio, está relacionado con los mercados locales, que son de gran importancia, porque abastecen a la mayoría de la población leonesa, debido a la accesibilidad de los precios. Los cinco mercados existentes en la ciudad de León, suelen ubicarse en el centro de la ciudad o terminal de autobuses, donde se puede encontrar variedad de productos, fundamentalmente granos básicos, frutas, productos manufacturados, artesanía y ropa.

Por otro lado, se practica el regateo¹⁸ es una práctica común en los mercados de León y Nicaragua, debido a que el comprador cotiza precios y compara, para adquirir el producto donde el comerciante lo ofrezca con menor precio. Se puede afirmar que el regatear es un rasgo distintivo, realizado por los consumidores y comerciantes en muchos de los mercados a

¹⁷ Parkin. Óp. Cit. Pág. 44.

¹⁸ Es un proceso por el cual el consumidor solicita rebajar el precio de un artículo que le ofrece el vendedor. Por lo general se efectúa personalmente, ofreciendo un monto menor al valor del objeto, el vendedor puede negarse o proponer un precio intermedio.



nivel mundial. Pero, la forma que se realiza el regateo en los mercados nacionales es propia de la *idiosincrasia*¹⁹ nicaragüense, porque se acostumbra a no colocar visiblemente el costo del objeto. Esto tiene como propósito ofrecer pequeñas rebajas a los consumidores al momento que cotizan precios, para adquirir un producto. A pesar que, según las ordenanzas de los mercados en la ciudad de León los productos en estos sitios deben estar ubicados a la vista de los consumidores. En este proceso económico el precio es un elemento fundamental a tomar en cuenta, y se define como *la relación de cambio por dinero, este es la cantidad de dinero que se necesita para obtener a cambio una unidad del bien.*²⁰

Relacionado a los mercados se encuentra El mesón, que era de gran importancia para los forasteros que venían de distintos lugares de Nicaragua a realizar el comercio con León y podían entrar con sus mulas cargadas de mercancías a vender al por mayor. Se define como:

*El lugar destinado para los negocios de productos foráneos. Su situación en el mercado debe ser localizado por el administrador, ubicándose en locales distintos a los expendedores diarios de los que vengan por varios días, para la realización de un negocio.*²¹

En lo que se refiere a la hipótesis se explica que los mercados locales de la ciudad de León, surgieron y se desarrollaron en correspondencia al contexto histórico-social de León y Nicaragua en general, de manera que han incidido con expresiones particulares en el desarrollo económico y social de la población. Esto se manifiesta a través de diversas formas de desarrollo urbano y las condiciones económico-sociales en diferentes esferas de la vida cotidiana de los ciudadanos, dependiendo de su rol evolutivo en relación a los mercados, desde mediados del siglo XX hasta inicios del Siglo XXI.

Respecto a la metodología utilizada, contiene diferentes métodos y técnicas lo que garantiza un soporte científico al resultado de la investigación. Para sustentar los planteamientos de este trabajo se indagó en diversas fuentes de información como bibliográficas, hemerográficas, archivísticas, documentales, electrónicas, iconográficas, orales y revistas, situadas en diferentes instituciones estatales, académicas y documentales del país.

¹⁹ Conjunto de características hereditarias o adquiridas que ostenta ya sea un individuo o una colectividad. Es decir la manera de ser que distingue a una persona o a un grupo social. Se aplica a los pueblos para indicar aquellas características propias que los definen.

²⁰ Mochón. Óp. Cit. Pág.32.

²¹ La Gaceta Diario Oficial del Estado. N° 17. Año XLVI.26 de enero 1942. Pág. 1



Se utilizaron fuentes primarias (escrituras públicas, cartas de permisos, planes arbitrios, decretos, ordenanzas, impuestos, etc.), iconografías (fotos, imágenes, postales y planos). Además fuentes hemerográficas como *La Gaceta* Diario Oficial, donde cada 10 años se publicaban los planes arbitrios, los cuales brindan información sobre los impuestos de los mercados en relación a los tramos, carretas, carretones, etc. También se consultaron los Diarios de la época como: La Prensa, Novedades, y El Centroamericano.

Otro sitio que contribuyó con información importante es el Archivo Municipal de la Alcaldía de León, pues cuenta con los Planes Maestros, que indican las cualidades y condiciones que debe tener un terreno para crear un mercado. Además conservan los planes de desarrollo municipal, en los que se visualiza la ubicación de los diferentes mercados y ordenanzas municipales, aun vigentes. También existen imágenes (fotos, diseños, mapas, planos y postales) las que sirvieron para comparar los mercados en los diferentes años del siglo XX y parte del XXI. Por otro lado, se encuentra la escritura pública de la venta del predio, que hoy ocupa el Mercado Central. Este archivo posee información relevante, para validar este estudio. A su vez, la Alcaldía como institución municipal cuenta con una memoria de gestión municipal, en la que aparecen detallados los impuestos, ingresos, egresos, total de comerciantes, fotos de cada uno de los mercados, etc. Elaborado cada cuatro años con el traspaso de gobiernos municipales.

Muy útil fue el Archivo General de la Nación, especialmente el fondo llamado Gobernación, donde se encuentran los planos de construcción, permisos para vender en los mercados, impuestos, cartas dirigidas a los Alcaldes, etc.

Las fuentes electrónicas fueron de gran ayuda, porque definen y explican algunos términos precisos en la investigación, e indispensables, para aclarar dudas surgidas en el desarrollo del trabajo.

La presente investigación es explicativa, con enfoques cualitativo y cuantitativo, basada en fuentes escritas, iconográficas y fuentes orales. También se utilizaron diferentes métodos para resolver de forma ordenada el problema planteado, como: el método analítico, sintético, explicativo y comparativo.

Es cualitativa porque trata de un grupo reducido de personas como son los comerciantes de los diferentes mercados de la ciudad de León, donde la finalidad es conocer las opiniones, actividades, hábitos, motivaciones, deseos de superación, de subsistencia, etc. Se orienta a



describir los hechos, a comprender el desarrollo de los mercados junto con sus actores sociales en la búsqueda de un crecimiento económico y social en general. Los estudios explicativos van más allá de la descripción, están dirigidos a responder las causas de los aspectos físicos y sociales. La investigación explicativa es más estructurada y proporciona un sentido de entendimiento del fenómeno al que hace referencia.

De mucha utilidad son los métodos analítico-sintético y comparativo, puesto que se puede hacer una relación entre la causa y el efecto sobre el proceso de desarrollo en diferentes mercados de la ciudad de León. Además un análisis comparativo enmarcando la evolución de los mercados en distintas épocas, tomando en cuenta el progreso de la infraestructura, crecimiento y condiciones higiénicas sanitarias de cada uno de los mercados de la ciudad.

La utilización de métodos cuantitativos aplicados en Historia, respaldan la información de carácter cualitativa, que tiene que ver con la economía y su grado de desarrollo de la misma.

La metodología de la historia oral, ha estado relacionada a la historia social contemporánea. Se trata de la producción y uso de fuentes no documentales en la reconstrucción histórica. Esta nueva perspectiva, donde ya no hay una supremacía absoluta del documento escrito, acerca, las percepciones de sectores y grupos sociales más diversificados, que muchas veces no eran tenidos en cuenta por el enfoque tradicional de la historia. El aporte de la historia oral, fue de mucho valor, dado que los informantes brindaron un cúmulo de información que no se manejaba en la información escrita.

En este sentido se entrevistaron a los cinco intendentes como informantes claves de cada uno de los mercados, a su vez a diez comerciantes y diez consumidores. Se utilizaron los siguientes criterios de selección: formar parte de la directiva de los mercados, más de 10 años de laborar en este sitio, personas mayores de 50 años, personas con tramos pequeños y grandes y que ofrezcan variedad de productos.

Además de las entrevistas se aplicaron 40 encuestas a comerciantes y 15 a consumidores de cada mercado. Con los siguientes requisitos de selección: formar parte de la directiva del mercado, más de 10 años de laborar en el tramo, personas jóvenes y mayores, saber leer y escribir, tener un sitio establecido dentro o fuera del mercado. En el caso de escogencia de los consumidores: ser cliente por más de cinco años, personas mayores de 35 años.

El trabajo está estructurado en tres capítulos: El primer capítulo se titula “Contexto geográfico e histórico de Nicaragua y la Ciudad de León,” en el que se explican aspectos



generales históricos y geográficos de Nicaragua, haciendo énfasis en los relacionados con la ciudad de León, como la situación geográfica de Nicaragua y León, la situación histórica desde 1950 al 2009, las principales actividades económicas antes y después de 1950. Además se abordan y detallan elementos vinculados a la situación política, económica y demográfica de la sociedad, el papel de la mujer en la vida económica y las diferentes migraciones que se han asentado en dicha ciudad, contribuyendo al aumento poblacional de la localidad. Todo esto es fundamental para entender el desarrollo y evolución de los mercados de la ciudad de León.

El segundo capítulo titulado “Formación de los Mercados de la ciudad de León de Nicaragua,” está orientado a explicar la formación de los mercados de esta ciudad, desde su inicio con la existencia del tiangué o mercado indio hasta los existentes actualmente. Este hace énfasis en los antecedentes de la formación de los mercados, el origen, el desarrollo que han tenido desde el siglo XIX hasta la actualidad, las condiciones generales que presentan los mercados, la forma como se organizan, las mejoras y construcciones de nuevos mercados. Así mismo, se describe los financiamientos recibidos para las mejorías en infraestructura tanto municipal como internacional. También los principales productos de comercialización de cada mercado, las relaciones existentes con mercados externos e internos y la generación de ganancias de acuerdo a la cantidad y variedad de productos que ofrezcan. Todas estas informaciones contribuyen a la comprensión del desarrollo alcanzado en épocas recientes del período en estudio.

El tercer y último capítulo “Aportes de los Mercados en la economía y desarrollo social de la ciudad de León y población,” aborda la incidencia que han tenido los mercados, para mejorar la economía de la ciudadanía leonesa. Es decir, cómo aportan los mercados para el desarrollo de la infraestructura, inversiones productivas, progreso de los medios de transporte y comunicación, la situación económica de los comerciantes y consumidores, la situación financiera de los mercados y los impuestos. Este último es uno de los problemas más serio que enfrentan los mercados por la morosidad de sus comerciantes. También explica los ingresos de los mercados a la ciudad y el desarrollo individual de comerciantes.

En relación al desarrollo social, se tratan aspectos como las inversiones sociales, construcciones de centros educativos y de salud, existencia de centros recreativos, desarrollo educativo de la población, defensa de la cultura, principalmente en las festividades religiosas,



la situación ambiental de cada mercado y la participación comunitaria. Todas son necesarias para mejorar la calidad de vida de la población, sea en el aspecto emocional como profesional.

Posteriormente, se presentan las fuentes de información utilizadas, donde se plasman las fuentes bibliográficas, hemerográficas, archivísticas, electrónicas y orales. Estas fueron de mucha utilidad para aclarar planteamientos de la investigación, puesto que brindaron la información necesaria relacionada con el tema en estudio.

A continuación los anexos que están ubicados en la última parte del trabajo, los cuales integran mapas, planos de la ciudad de León, fotografías, cuadros, gráficos, documentos (telegramas, cartas y escritura del Mercado Central) y los instrumentos de recolección de la información. Estos fueron considerados muy oportunos para el desarrollo de este trabajo, puesto que en ellos se aprecian informaciones que no se encuentran en fuentes secundarias, tales como datos que contribuyen a un mejor análisis y explicación del objeto de investigación del presente estudio.



CAPÍTULO I

CONTEXTO GEOGRÁFICO E HISTÓRICO DE NICARAGUA Y LA CIUDAD DE LEÓN.



1.1 SITUACIÓN GEOGRÁFICA.

1.1.1 Situación Geográfica de Nicaragua.

Las fronteras de Nicaragua, no solo están enmarcadas en sus cuatro límites, sino también abarca otros territorios que se encuentran en el suelo submarino y en el espacio aéreo a como se detalla a continuación.

*El territorio nacional comprende entre el Mar Caribe y el Océano Pacífico y las repúblicas de Honduras y Costa Rica. La soberanía, jurisdicción y derechos de Nicaragua se extiende en las islas, cayos y bancos adyacentes, así como a las aguas interiores, el mar territorial, la zona contigua, la plataforma continental, la zona económica exclusiva y el espacio aéreo.*²²

En algunos casos la imprecisión de sus límites ha conllevado a la disputa por la soberanía nacional, tal es el caso del Río San Juan, que pertenece a Nicaragua, pero que también sirve de límite natural entre las repúblicas de Nicaragua y Costa Rica. Tras el traspaso de Nicoya y Guanacaste al país vecino del sur, se trazó el límite por el Río San Juan. Esto se convirtió en un serio problema, porque desde entonces se han presentado querellas por el dominio de este codiciado río. Por tal razón el 15 de abril de 1858 se firmó el tratado Cañas - Jerez, donde se le concede la soberanía total a Nicaragua. Pero en la actualidad se ha reanudado este problema por la ambición de Costa Rica sobre el potencial económico que representa este río.

Lo que demuestra que Nicaragua posee grandes riquezas naturales sin aprovechar, porque se carece de la tecnología necesaria para explotarlas, debido al costo elevado de las maquinarias. Nuestro país no cuenta con el capital suficiente para obtener esas herramientas, razón por la cual países vecinos violan nuestro territorio y saquean las riquezas existentes.

²² Constitución política de la República de Nicaragua. 1ª edición. Arto 10. Bitecsa. 2004. Managua. Pág. 6 y 7.



A lo largo de la historia de Nicaragua, la división política administrativa ha venido cambiando por diferentes razones, pero actualmente se divide en 15 departamentos y dos regiones Autónomas a como se demuestra en la ilustración N° 01. Cada departamento tiene su cabecera municipal y sus municipios, los que suman hoy en día 156 en total. León fue la primera capital de Nicaragua desde su fundación en 1527, hasta 1852 que se traslada a Managua, para calmar las disputas entre León y Granada.

Nicaragua tiene un sistema de gobierno de república presidencial y parlamentario democrático

elegido por medio del sufragio universal, está integrado por cuatro poderes (poder legislativo, poder ejecutivo, poder judicial y poder electoral). En Nicaragua el idioma oficial es el español. Existe libertad de culto, aunque la mayoría de la población profesa la religión católica y en honor al conquistador español Francisco Hernández de Córdoba que funda las ciudades de León y Granada, la moneda nacional actualmente es el Córdoba. Esto demuestra que todavía se conservan algunas tradiciones y costumbres heredadas de los conquistadores españoles.

Ilustración N° 01. División Política Administrativa de Nicaragua. 2002



Tomado del Atlas histórico de Nicaragua.



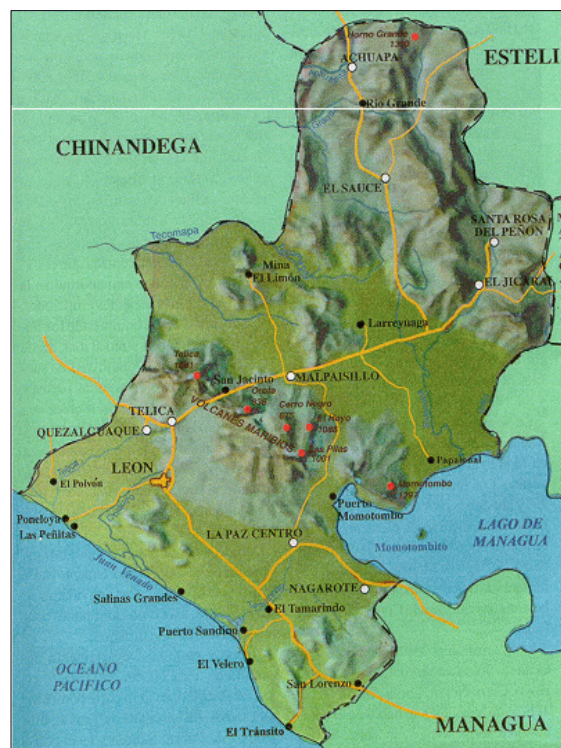
1.1.2 Situación Geográfica del Departamento de León.

El Departamento de León se encuentra ubicado en el sector noroccidental del país, limita al norte con el Departamento de Estelí, al sur con el Océano Pacífico, al este con los departamentos de Matagalpa y Managua y al oeste con el Departamento de Chinandega. Como se muestra en la ilustración N° 02. Tiene una superficie aproximada de 5,138.03 km², la cual representa el 4.27% de la superficie total nacional. Cuenta con una población aproximada de 473,289 habitantes²³.

El Departamento de León constituye una extensa planicie, con tierras fértiles abonadas por las erupciones volcánicas, como el volcán Cerro Negro, considerado uno de los más activos en Nicaragua. Uno de los problemas de este departamento actualmente es la carencia de agua, porque sus ríos son intermitentes y solo tienen agua durante el invierno.

Su cabecera departamental es la ciudad de León, está integrado por diez municipios. Puede observarse la tabla N° 01 de la división política administrativa del departamento que a continuación se detalla.

Ilustración N° 02. Departamento de León, Nicaragua. 2005.



Fuente: Asamblea Nacional de la República de Nicaragua. Tomado de http://www.zonu.com/mapas_nicaragua/mapa-fisico-departamento-león-Nicaragua.htm.

²³ Alcaldía Municipal de León. *Plan Estratégico de León*. Secretaría Técnica. 1995-2000. León-Nicaragua. Pág.14.



Tabla N° 01. División Política Administrativa, Departamento de León. 2005.

Municipios	Cabecera Municipal	Superficie (km ²)	Posición Geográfica		Altura Aproximada (M.S.N.M.)
			Latitud	Longitud	
1. Achupala	Achupala	416.24	13°03'	86°35'	330.9
2. El Sauce	El Sauce	692.97	12°53'	86°32'	163.00
3. Santa Rosa del Peñón	Santa Rosa del Peñón	227.60	12°48'	86°22'	180.00
4. El Jicaral	El Jicaral	431.48	12°43'	86°22'	115.72
5. Larreynaga	Malpaisillo	780.22	12°40'	86°34'	92.28
6. Telica	Telica	393.67	12°31'	86°51'	119.00
7. Quezalguaque	Quezalguaque	85.70	12°30'	86°54'	90.00
8. León	León	820.19	12°26'	86°53'	109.21
9. La Paz Centro	La Paz Centro	691.57	12°20'	86°40'	67.18
10. Nagarote	Nagarote	598.39	12°15'	86°33'	75.69
	Superficie Total	5,138.03			

Fuente: Ley N° 59, Ley de División Política Administrativa y sus Reformas. 2005.

1.1.3 Situación Geográfica del Municipio de León.

El municipio de León, colinda con otros municipios que han tenido un significativo desarrollo y que son de gran importancia en la actualidad para el desarrollo económico y social del departamento. Uno de ellos es La Paz Centro, que se ha transformado en un importante destino turístico.

León limita al norte con los municipios de Quezalguaque y Telica, al sur con el Océano Pacífico, al este con los municipios de Larreynaga, La Paz Centro y Nagarote, al oeste con los municipios de Corinto y Chichigalpa (Departamento de Chinandega).

Posee una extensión territorial de 826.19 Km² y una población estimada de 208,604 habitantes con una densidad poblacional de 195 hab. /km².

La ciudad de León fue fundada en 1524 a orillas del lago Xolotlán, por el conquistador español Francisco Hernández de Córdoba, ubicada a 30 km de la actual ciudad de León, conocida como León Viejo, cuyas ruinas se han convertido en un atractivo turístico. Fue nombrado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en el año 2000 patrimonio cultural de la humanidad.



La ciudad *León Santiago de los Caballeros*²⁴, es la cabecera municipal del Departamento de León, nombrada *Ciudad Universitaria*²⁵ y considerada una de las ciudades más importantes de Nicaragua. Está ubicada a 92 km de distancia de la ciudad de Managua.

Según la ley de protección al Patrimonio Cultural de la Nación, aprobada el 12 de abril de 1983 el centro histórico de la ciudad de León, fue designada Patrimonio Artístico Cultural de Nicaragua. Esta ley fue publicada en la Gaceta Número 88, el 19 de abril del mismo año.

La ciudad colonial de León limita al norte con la comunidad de las Brisas y urbanizadoras como Paseos de León y San Jerónimo; al sur-este con las comunidades del Chagüe, La Leona hasta llegar a Izapa; al oeste con las comunidades Santa Elena, El Chimbarun, las Peñitas y Poneloya. Encontramos al barrio indígena de Sutiaba y San Mateo como el último punto de referencia en este extremo. Al este con las comunidades de Santa Lucía, Puerta de Piedra, Villa los Manzanares, Chacaraseca, Los Lechecuagos y otros menos relevantes. Los límites urbanos de la ciudad han crecido en los últimos años en la parte sureste donde se observan nuevos repartos como: Rubén Darío, Aracelly Pérez, Mariana Sampson, entre otros. Como se muestra en la ilustración N° 03.

Ilustración N° 03. Ciudad de León, Nicaragua. 2005.



Fuente: Instituto nicaragüense de estudio territoriales – INETER. Fuente: de http://www.zonu.com/mapas_nicaragua/León_city_Topographic_mapa_Nicaragua_2.htm.

²⁴ Nombre asignado por los españoles en honor a la ciudad de León en España y al apóstol Santiago su patrono. Santiago era el grito de los españoles durante la reconquista en su propio país, invocaban a su patrón al romper la batalla. Los 30 caballeros eran los hidalgos de Isabela que conservaban privilegios reales propios de la orden española y pertenecían a la antigua orden de caballería del apóstol Santiago.

²⁵ Nombrada así porque León es la sede intelectual de la nación, donde se fundó la primera universidad de Nicaragua y la última en América el 10 de enero de 1812, pero instalada en 1816 hasta haber completado el número de doctores que se requería. El Seminario Conciliar San Ramón o Colegio Tridentino, fue el embrión de la Universidad de León, fundado en 1680.



La estructura del actual sistema vial, está basada en la antigua cuadrícula colonial, con circulación en sentido único por vías alternas, cuenta con algunas vías de preferencia que constituyen un microsistema de vías principales, teniendo como convergencia, La Catedral.

1.2 SITUACIÓN HISTÓRICA DE NICARAGUA. 1950 AL 2009.

1.2.1 Desarrollo Político.

Para 1950 el poder político de Nicaragua estaba en manos de Anastasio Somoza García, quien inició una dictadura que se extendió por más de 40 años. La situación política en estos años tenía sus altibajos, pero la economía florecía con el boom algodonero y las buenas relaciones internacionales con países vecinos del norte y del sur, lo que conllevó al crecimiento de las exportaciones y a cambios importantes en la vida económica de los nicaragüenses. Otro aspecto de relevancia fue el aumento poblacional, que vino a impactar en la economía del país.

A inicios del siglo XX después de la renuncia obligada de José Santos Zelaya, comienzan nuevamente los conflictos políticos por la toma del poder. En 1910 la constituyente designa a Juan José Estrada como presidente y Adolfo Díaz como vicepresidente para un período de dos años. Estos no fueron bien visto por los Estados Unidos.

Adolfo Díaz solicita apoyo a los Estados Unidos con la justificación de proteger las propiedades que poseen los norteamericanos en nuestro país. Estos envían inmediatamente a un grupo de marines al mando del comandante Butler, desembarcando en Corinto el 15 de agosto de 1912. Con esta acción, se gana la simpatía de Estados Unidos y es nombrado presidente de Nicaragua.

En este contexto histórico sobresale la figura de Benjamín Francisco Zeledón Rodríguez, abogado, político y militar, que con disciplina y heroísmo lucha en contra del imperialismo y el anti intervencionismo estadounidense. Véase ilustración 04.

Ilustración N° 04. General Benjamín Zeledón. 1912.



Fuente:
http://4bpb.blogspot.com/_3ZHDf6fNi-E/benjamin1.Jpg.



De 1927 a 1934 encarna la lucha en un hombre valiente, humilde, el General de Hombres Libres Augusto C. Sandino, (ilustración N° 05), líder nacionalista que funda y encabeza el Ejército Defensor de la Soberanía Nacional (EDSN).

Ilustración N° 05. Augusto C. Sandino. San Rafael del Norte. Departamento Jinotega. 1933.

Lucha contra la ocupación de las tropas interventoras estadounidenses para liberar a Nicaragua. Se organiza con unos pocos hombres y armas de bajo calibre y se interna en las montañas de las Segovias. Desde ahí decide hacerle frente a los marines norteamericanos que querían apoderarse de este país. Muere el 21 de febrero de 1934, asesinado por mandato de Anastasio Somoza García, quien para ese entonces fungía como director de la Guardia Nacional (GN), la cual había asumido el 1 de Enero de 1933.



http://vianica.com/sp/go/specials/16_augusto_sandino.html. Tomada 25/05/2011.

*Los efectivos de la Guardia eran todos liberales y, sobre todo, somocistas; los miembros del Partido Liberal trabajaban de cerca con la Guardia para dejar en claro ante la población que este poder coercitivo no solo se hallaba al servicio del Estado sino también del partido.*²⁶

La mayor parte del poder de Somoza residía en la fuerza de la Guardia Nacional, que mataba, violaba, sitiaba ciudades, reprimía pueblos, etc. Todas estas órdenes eran mandatos del director, el que posteriormente se convierte en Presidente de la República de Nicaragua.

Somoza García con el fin de atraer los trabajadores a su causa, promulga en 1945 el primer Código del Trabajo.²⁷ Este se hizo en un contexto de relativa paz, durante el período de 1937 a 1944. De esta forma, Somoza, utiliza estrategias para engañar a los campesinos y trabajadores. Les ofrecía la compra de tierra a los propietarios, pagando un precio que por lo general era menos de la mitad del valor real, por miedo a ser reprimido el dueño aceptaba y en muchas ocasiones se las regalaba con la esperanza de obtener un favor político. Por ejemplo la

²⁶ Knut, Walter. *El Régimen de Anastasio Somoza. 1936-1956*. Instituto de Historia de Nicaragua y Centroamérica. IHNCA- UCA. Sexto Capítulo. 2004. Managua- Nicaragua. Pág. 339.

²⁷ Romero Vargas, Germán. *Historia de Nicaragua. Gobierno de la familia Somoza (1937-1979)*. 1ª edición. Hispamer. 2003. Managua – Nicaragua. Pág. 117.



adquisición de la Hacienda “Montelimar” por parte de sus propietarios Arnold y Ulrikue Eisen, *propusieron a Somoza la venta de su hacienda en un precio muy por debajo de su valor normal, oferta que fue aceptada de inmediato por Somoza.*²⁸

La población se veía en la necesidad de vender sus tierras, por la situación económica que estaban pasando, muchos estaban endeudados con los bancos y los intereses se les hacía cada vez más altos y los plazos ya estaban vencidos.

Pero, por otro lado para evitar las sublevaciones en contra de su gobierno otorgaba tierras para que las ocupasen en calidad de poseedores, con la condición que debían de acabar las discordias entre los obreros y el gobierno. De esta forma aseguraba el silencio ante las injusticias y la continuidad en el poder.

*Somoza solo tenía una finca de café arruinada y en los tres primeros años de gobierno, acumuló una fortuna de \$3 a \$4 millones. Cuando murió, se calculó que su capital ascendía a \$100 millones.*²⁹

Este planteamiento señala la rapidez con que aumentaron en tan poco tiempo los bienes de Somoza García, lo cual es contraproducente si se contrasta con la situación económica que vivía la mayoría de la población nicaragüense.

El 21 de septiembre de 1956 Somoza inicia nuevamente la campaña para reelegirse a la presidencia, anunciando su candidatura en la Casa del Obrero en la ciudad de León, pero Rigoberto López Pérez decide acabar con los años de opresión que sufrían los nicaragüenses y le dispara al dictador, hiriéndolo de gravedad, mientras el poeta era acribillado a balazos en el suelo por los guardaespaldas que se encontraban en el lugar esa noche. Somoza fue trasladado a un hospital de Panamá para tratar de salvarle la vida, pero el 29 de septiembre de ese mismo año se rinde ante la muerte.

En 1961 nace el Frente de Liberación Nacional (FLN), posteriormente llamado Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN), fundado por Carlos Fonseca Amador, Tomás Borge Martínez, Santos López, Silvio Mayorga, Jorge Navarro y Francisco Buitrago. El primero era el principal líder, muere en una emboscada el 8 de noviembre de 1976.

²⁸ Boza Gutiérrez, Francisco. *Memorias de un soldado*. 2ª edición. PAVSA. 2007. Managua. Pág. 99.

²⁹ Millet, Richard. *Guardianes de la Dinastía*. Primera edición. Lea grupo, Editorial, 2006. Managua Pág. 480.



Con el asesinato del Director de La Prensa Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, el 10 de Enero de 1978, fueron constantes las expresiones de rebeldía por parte de la población en contra de los Somoza. Todo esto desencadenó en el derrocamiento de Anastasio Somoza Debayle, quien abandona el país junto a su familia, el 17 de Julio de 1979.

En 1984 se convocó a la población a participar en las elecciones presidenciales para elegir a su nuevo presidente. En esta contienda electoral resultaron electos Daniel Ortega Saavedra y Sergio Ramírez Mercado, quienes representaron al partido del Frente Sandinista. También se eligieron a *90 miembros de la Asamblea Nacional, que gobernarían en un período de seis años a partir del 10 de enero de 1985.*³⁰

En los años 80 se vive una dura guerra civil, donde los jóvenes debían cumplir con el Servicio Militar Patriótico (SMP), por un período de dos años, para defender la patria. Por tanto se aprueba la ley el *13 de septiembre de 1983.*³¹ Esta guerra fue respaldada por Estados Unidos quien abastece con *pertrechos militares*³² a los miembros de la *contrarrevolución.*³³ Se creó una inestabilidad en la economía nunca antes vista a lo largo de la historia en Nicaragua, debido al bloqueo económico de países contrarios a los ideales de la Revolución.

Con esta situación que atravesaba Nicaragua muchas personas, sobre todos jóvenes en edad del Servicio Militar Patriótico (17-25 años) y en los *Batallones de Reserva*³⁴ (25 a 40 años), emigraron a otros países llevando consigo mano de obra calificada.

Entre 1986 y 1987 se establecen los “*Acuerdos de Esquipulas*”³⁵ I y II, promovidos por el presidente de Guatemala Vinicio Cerezo y firmado por los cinco presidentes centroamericanos. Los firmantes de éstos acuerdos se comprometen a buscar soluciones comunes para lograr la paz y el desarrollo regional, fundamentada en el diálogo con los diferentes opositores de cada Estado. En el segundo acuerdo establecen el alto al fuego, amnistía a los presos políticos, no conceder apoyo a fuerzas insurreccionales, no usar su territorio para agredir a otros estados, etc.

³⁰ Gispert. Óp. Cit. Pág. 151.

³¹ Gispert. Pág. 161.

³² Municiones, armas y demás instrumentos militares, necesarios para los soldados y la defensa de las fortificaciones.

³³ Surge al norte del país, grupo de campesinos en desacuerdo con el repartimiento de las tierras, apoyados por el gobierno de Ronald Reagan presidente de Estados Unidos desde 1980 - 1988.

³⁴ Escuadrones con preparación militar, armados y conformados por personas mayores de 25 años, con el objetivo de defender la patria de la contrarrevolución.

³⁵ Nombrados Esquipulas, en honor al lugar del mismo nombre, ubicados en la ciudad de Guatemala.



Tomando en cuenta la importancia de estos acuerdos, que permiten la paz y el sufragio universal, se convoca a elecciones presidenciales el 25 de febrero de 1990. Resultando ganadora la Unión Nacional Opositora (UNO), con el *54.7% de votos válidos*.³⁶ Esta se conformó por veintiún partidos políticos de oposición, representada por Violeta Barrios Viuda de Chamorro.

En 1993 en Nicaragua se logra una relativa estabilidad macroeconómica, porque se autoriza la Bolsa de Valores, la que inicia con modestas operaciones hasta 1994. A finales de los 90 muestra un crecimiento del 3.2%.³⁷ Entre 1997 y 1998 con el fin de atraer mayores inversiones apertura con otros mercados y se suscribe al Tratado de Libre Comercio (TLC) con México y República Dominicana. A pesar de los logros obtenidos con la UNO en el poder, hubo muchas dificultades que en la actualidad han repercutido en la sociedad nicaragüense y que afectaron en gran medida la economía, como la privatización de los servicios básicos y la venta del ferrocarril entre otros.

En las elecciones de 1996, gana la Alianza Liberal liderada por Arnoldo Alemán, obtuvo el *51.3% de los votos y el FSLN el 37.7%*.³⁸ Durante este gobierno el Estado sigue dependiendo de la cooperación externa. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el monto de la cooperación externa recibida equivalió a un 22% del PIB.

En las elecciones cívicas del año 2001 resulta ganador el Partido Liberal Constitucionalista (PLC) encabezado por Enrique Bolaños, *obteniendo el 56.3% de los votos frente al 42.3% de la Convergencia Nacional*³⁹, representado por el comandante Daniel Ortega.

En Noviembre del 2006 se celebran elecciones en Nicaragua, resultando ganador el FSLN, bajo el liderazgo del Comandante Daniel Ortega Saavedra, obteniendo un *38% de votos válidos frente al 28.30%*⁴⁰ de la Alianza Liberal Nicaragüense (ALN).

1.2.2 Principales Actividades Económicas

1.2.2.1 Actividades económicas antes de 1950.

Después del paso del nomadismo al sedentarismo y con el surgimiento de la agricultura los pobladores nicaragüenses se dedicaron a las actividades agrícolas principalmente, pero

³⁶ Gispert. Pág. 165.

³⁷ Gispert. Pág. 169.

³⁸ Gispert. Pág. 179.

³⁹ Gispert. Pág. 184.

⁴⁰ <http://pdba.georgetown.edu/Elecdata/Nica/nica06.html>. Tomada.13/05/2012.



también han existido otras actividades económicas, como la ganadería, la explotación de minerales, tala de madera, etc. Todas contribuyen a la economía del país, algunas aminoran su importancia por temporadas debido a los vaivenes del mercado internacional. Nicaragua es un país eminentemente agrícola, para 1998 *casi el 50% de la población productiva se dedica a esta actividad y en menor grado a la forestería, caza y pesca.*⁴¹

La caña de azúcar es uno de los cultivos históricos que ha tenido mayor importancia desde que fue promovido por los *gobiernos conservadores y liberales*⁴². Sin embargo, es en el siglo XX donde adquiere su mayor auge, porque se exporta al mercado extranjero y se mantuvo el consumo interno.

El añil, es una planta tintórea que generó grandes ganancias en la primera mitad del siglo XIX, sin embargo fue sustituida por el surgimiento de los diversos colorantes químicos que provocaron la caída de este producto.

En León hasta 1950 la producción de caña de azúcar generaba las principales riquezas. Aunque se siguió cultivando *maíz, frijoles, cacao, yuca, arroz, plátanos, bananos, y fruta. En menor medida café, hule, tabaco y algodón.*⁴³

Estos productos ayudaron a la subsistencia de la población nicaragüense, algunos todavía se mantienen en la actualidad y generan ganancias al país como los frijoles, el café, el ajonjolí, etc. Otro como el algodón, que generó empleo a la población leonesa, hoy en día se encuentra extinto y las tierras erosionadas. Estas causan grandes tolvánas en la ciudad, lo que afecta a la población aledaña, principalmente a los niños que son más vulnerables a enfermedades respiratorias.

1.2.2.2 Actividades económicas después de 1950.

La economía tradicional de León es especialmente agropecuaria, con énfasis en rubros de agro exportación. Esto hizo que el departamento se transformara en un centro agroindustrial con el boom algodonero entre los años 1950 y 1985. Otros productos además del algodón, fueron la caña de azúcar y el banano.

⁴¹ Incer. Óp. Cit. Pág. 117.

⁴² Avendaño Rojas, Xiomara. "Evolución económica en el occidente de Nicaragua 1860-1940." *Revista de Historia y Ciencias Sociales*. N° 5. II semestre 2004. Pp. 22-33.

⁴³ Franco. Óp. Cit. Pág. 74.



Actualmente las principales actividades económicas del Municipio de León son la producción agropecuaria, la agroindustria y la actividad turística. Esta última sustentada en los potenciales naturales principalmente de las zonas costeras, además de los centros culturales e históricos. Los principales cultivos son el maíz, ajonjolí, sorgo, la caña de azúcar como un rubro de relevancia, que abastece el Ingenio San Antonio ubicado en Chichigalpa, Departamento de Chinandega. En relación a la ganadería se encuentra en expansión en la zona de la planicie.

El auge económico que experimentó el país durante los años cincuenta se desarrolló a partir de productos como el algodón, el café, la carne entre otros, los cuales trajeron un significativo progreso al país y permitieron la ampliación de las redes de comunicación.

El algodón representó el 80% del área cultivada en la región occidental en los años cincuenta del siglo XX. Esto provocó el robo, la expropiación y la obligatoriedad de venta de tierras de los campesinos a precios muy por debajo de su valor. Esta floreciente economía no beneficiaba a los campesinos, sino a la burguesía que representaba el papel preponderante en la sociedad nicaragüense. *En 1950 se cultivaron 20,000 manzanas de algodón y en 1976 se sembraron 300,000 manzanas.*⁴⁴ Este dato demuestra el acelerado crecimiento de la producción algodonera, lo que mejora significativamente la economía del país, pero no beneficia de manera igualitaria a la población.

El ajonjolí también sufrió bajas de productividad de 26,709 hectáreas que se cultivaban en 1952 pasaron a 8,609 en 1964. Sin embargo, cuando la producción de algodón decayó entre 1992-1995 fue sustituida por este producto, aunque no fue tan rentable como el llamado oro blanco. Lo que produjo un aumento del desempleo y por ende migraciones de personas a países del norte y sur América.

La caña de azúcar se ha mantenido más o menos estable. A pesar de la caída del algodón, el Departamento de León ocupa un importante lugar en la economía nacional; los municipios que generan mayor producción agrícola y ganadera, son León, La Paz Centro, Larreynaga, El Jicaral y Telica.

Por otro lado, es estable el rendimiento de cultivos como la soya y el arroz. Este último presenta una tendencia al crecimiento. Entre 1982 y 1996 se cultivaron 3,929⁴⁵ manzanas (Mz)

⁴⁴ Franco. Pág. 76.

⁴⁵ <http://www.inifom.gob.ni/municipios/documentos/LEON/leon.pdf>. Tomada. 01/07/12.



y en el año 2000-2001 3,467⁴⁶ manzanas. Esta cantidad disminuyó con respecto a los años anteriores. Sin embargo, entre 2002-2003 se cosecharon 3,840⁴⁷ Mz de arroz y en el ciclo agrícola 2008-2009 4,100⁴⁸ Mz de este producto. No obstante solamente se aprovecha el 30% de la capacidad agroindustrial, porque las máquinas están obsoletas y carecen de financiamiento para cambiarlas.

Se determina que la ganadería vacuna, es la segunda actividad más importante de este departamento, tiene un *hato equivalente al 7%, 30% de producción lechera y 15% de la producción de carne*⁴⁹. Aunque existe también una activa producción porcina y avícola.

Entre las actividades mineras se puede mencionar la extracción de los yacimientos de oro y plata que se encuentran al norte del municipio, en las minas El Limón y Santa Pancha. A su vez se extrae la piedra pómez de origen volcánica, así otros minerales como la cal, arena, etc. Estas actividades relacionadas con la minería generan trabajo a la población circundante, aunque es un trabajo difícil donde arriesgan su salud y hasta su vida.

En los últimos años las industrias de maquilas están tomando importancia, convirtiéndose en la principal fuente de generación de empleo y de exportación. Están asociadas al entorno urbano, pero dejan bajos ingresos a la economía municipal, lo mismo que a la población obrera, aunque ayudan a la subsistencia familiar de la localidad.

El desarrollo industrial del municipio de León tiene su origen con el boom algodonero que tuvo lugar en este departamento. Las primeras industrias son las desmotadoras, fábricas de implementos agrícolas y tenerías. Sin embargo, en la ciudad no han adquirido un gran desarrollo. La mayor concentración de éstas, se encuentran en la carretera León-Chinandega. También existe una concentración de uso industrial en la cuenca del Río Chiquito, donde se encuentran algunas de las *Tenerías*⁵⁰ como: La Tenería Batán y La Leona que se ocupan de limpiar y darle color al cuero, para venderlas en las *Marroquinerías*⁵¹ de la ciudad.

Sin embargo, el rubro más prometedor es el turismo por la gama de servicios que la ciudad puede ofrecer. En el año 2008-2009 visitaron 352, 998 extranjeros el Departamento de León.

⁴⁶ <http://www.inide.gob.ni/compendio/pdf/inec5161.pdf>. Tomada. 12/11/12.

⁴⁷ <http://www.inide.gob.ni/compendio/pdf/inec5161.pdf>. Tomada. 13/11/12.

⁴⁸ <http://www.cuentadelmilenio.org.ni/cedoc/02negrural/03%20Agricola/01%20Documentos%20Normativos/15>. Tomada. 01/07/12.

⁴⁹ <http://www.inifom.gob.ni/municipios/documentos/LEON/leon.pdf>. Tomada. 01/07/12.

⁵⁰ Fábricas donde se curten y trabajan las pieles.

⁵¹ Es la industria encargada de procesar el cuero fino o piel y transformarlo en bolsos, maletines, carteras, billeteras, fajas, etc.



Estos llegaron de Europa (50%), Norteamérica (40%), América Central (2%). Cifra que aumenta con relación a los años anteriores. Sin embargo a pesar del crecimiento, esta actividad no se aprovecha al máximo, sobre todo por falta de inversión.

Esto demuestra que los patrones de la economía leonesa han experimentado cambios durante los últimos años, pasando de una economía predominantemente agraria y basada en el monocultivo, a una economía basada en una agricultura diversificada donde la industria, el servicio, el comercio y el turismo han adquirido mayor preminencia.

A finales de 1950 en Nicaragua, se impulsa la economía de la pesca del camarón y la langosta, la cual se fue desarrollando poco a poco hasta llegar a alcanzar en 1978 *los 35 millones de libras de productos marinos*.⁵² Los principales rubros de la actividad pesquera que se distinguen en la zona son: el camarón, el pescado pargo, róbalo y corvina, las langostas, punches, jaibas, conchas negras, etc., los cuales son destinados para el consumo de mercado local, nacional y para la exportación.

En el territorio nicaragüense la pesca se desarrolla de manera artesanal e industrial; específicamente en el Departamento de León, en el Océano Pacífico y en los esteros del litoral, concentrados fundamentalmente en los balnearios de Poneloya, las Peñitas y Salinas Grande. Actualmente el cultivo del camarón constituye la actividad líder de la zona costera del litoral del municipio. También se encuentran otros sectores que forman parte de la cadena del camarón tales como larveros, acopiadores, laboratorios y granjeros del camarón. Otra actividad histórica del litoral es la producción de sal, siendo su mayor concentración en el balneario de Salinas Grande.

La camaronicultura aparece en Nicaragua a finales de la década de 1980 y para 1990 la producción total fue de 98.69 toneladas. En octubre de 1998 se redujo la producción en un 25%, debido a las múltiples enfermedades que afectaron a los granjeros, producto de los estragos causados por el Huracán Mitch. Esto trajo como consecuencia pérdidas económicas en el país.

La Asociación Nicaragüense de Acuicultura (ANDA), plantea que, en el 2009 la camaronicultura generó 80 millones de dólares, produciéndose 32 millones de libras, lo que significa que creció el 30% con respecto al año 2008. Actualmente la exportación del camarón no ha sobrepasado esta cifra, razón por la que los precios a nivel internacional se mantienen

⁵² Incer. Óp. Cit. Pág. 140.



estancados, lo que influye en la oferta del producto. El principal comprador del camarón es Estados Unidos, seguido por Francia.

1.2.2.3 Papel de la mujer en la vida económica.

En Nicaragua la mujer ha presentado emprendimientos, principalmente en los años donde se ha agudizado la crisis social, económica y política. Estas lideraron e innovaron actividades, que permitieron la sostenibilidad de su familia y por ende del municipio en los años 1972, con el terremoto y 1986 con el bloqueo económico.

En León, las mujeres han jugado un papel muy importante en el desarrollo económico de este municipio, las que además de desempeñar el papel de amas de casa, también a inicios de la década de los años 80's del siglo XX, participaron activamente en actividades del campo sustituyendo al hombre en las actividades productivas. *Constituían el 30% de la fuerza laboral en la producción del algodón, la agricultura, el comercio, la industria, crianza de ganado y la industria textil artesanal.*⁵³

Esto demuestra que la mujer leonesa, se ha desempeñado al igual que el hombre en los trabajos de la tierra, así mismo en el desarrollo de otras actividades económicas. En esta misma década cuando el país se encontraba inmerso en la guerra civil, las mujeres suplieron a los hombres cuando estos tenían que partir en la defensa del territorio.

En el censo del año 2005, la mujer nicaragüense representa el 14.1% de la Población Económicamente Activa (PEA), pero actualmente esta cifra se ha duplicado. Estas se ubican en la primera oportunidad de trabajo que encuentran. Pero también se preocupan por prepararse profesionalmente, para desempeñarse con éxito en instituciones e industrias y así poder solventar los gastos surgidos en el hogar. Esto genera una mejora en la economía familiar y por ende del departamento.

La mayoría de las madres solteras deben costear sola los gastos de sus hijos, porque muchos padres no asumen su responsabilidad, a pesar de la existencia de las leyes. Las mujeres en edad para desempeñar trabajos constituyen el 49.2%⁵⁴ de la población y el resto lo complementan los hombres.

Las mujeres han creado a los PYMES, que son pequeñas y medianas empresas a nivel local, nacional e internacional. En el Departamento de León el comportamiento de los

⁵³ Plan estratégico de León. Óp. Cit. Pág. 28.

⁵⁴ http://www.inide.gob.ni/bibliovirtual/publicacion09/Sieg_final.pdf. Tomada 02/07/12.



programas de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), ha crecido con programas y proyectos que están encabezados por el sexo femenino.

El programa de Mujeres y Desarrollo Local (MYDEL), define que las mujeres son agentes y agenciadoras del desarrollo económico en sus espacios locales. Por tanto las apoya como emprendedoras, con proyectos que permitan la sostenibilidad de su familia.

En el año 2005, la UNAN León junto con el MYDEL, realizaron un proceso de georreferenciación, que consistió en realizar un recorrido en cada uno de los talleres instalados en un espacio físico cerca de la vivienda. Se constató que las mujeres dirigen negocios agrícolas, ganaderos, textiles y gastronómicos, presentando un funcionamiento de calidad. Con este proyecto se focalizó a las mujeres emprendedoras en el municipio de León.

Otro de los proyectos titulados EMPRENDER EN LEÓN, se está desarrollando como nuevas iniciativas empresariales con mujeres de este departamento, que permita generar empleo, para mejorar el ingreso y reducir la pobreza. El objetivo de este proyecto es apoyar el nacimiento y desarrollo de la microempresa liderada por mujeres, a través de asistencia técnica y crédito.

En febrero del 2008, se promulga la ley 648 “Ley de igualdad de Derechos y Oportunidades” y seis meses después se formula la política de equidad de género. Con esto el Estado se compromete a promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. Esta ley actualmente ha beneficiado a las mujeres, permitiéndole mayor oportunidad de insertarse en el mercado laboral. Las instituciones le dan cabida al desempeño de las féminas.

Por trayectoria histórica las mujeres se han ocupado de las ventas en los mercados, la ciudad de León no es la excepción. El 90% de los comerciantes ubicados en estos sitios, están constituidos por mujeres, que trabajan desde las 6 am hasta las 6 pm en sus tramos, para llevar el sustento a la familia.

Es notorio observar desde las 5 am, a las mujeres trabajadoras de los mercados de la ciudad de León que se trasladan en taxis, camionetas carretones y caponeras a sus puestos de trabajo. Con el objetivo de realizar la limpieza de sus tramos y módulos, arreglar sus productos e iniciar la faena diaria al público una hora después. Algunas son acompañadas por su pareja e hijos que colaboran en cargar canastos y objetos pesados. Una vez ubicadas en sus puestos de trabajo, solamente ellas, atienden a sus clientes.



El trabajo de los mercados es calificado como cansado y agotador, porque muchas carecen de un buen tramo y tienen que protegerse del sol y la lluvia con paraguas y plástico. Esto conlleva a la adquisición de enfermedades por la insolación o la humedad. Además las mujeres están propensas a cualquier maltrato verbal por consumidores, que se molestan por el alza de precios en los productos.

La mayoría de las comerciantas sobrepasan los 35 años, con más de cinco años de ejercer esta labor, que les ha acarreado deterioro físico. Sin embargo, siempre deben mostrarse ante los clientes con ánimo, alegría y cortesía, para lograr la movilidad de los productos y con ello obtener las respectivas ganancias. Las comerciantas que ofrecen productos comestibles (sopa de leche, dulces, tamales, refrescos, tortillas, cereales, etc.), después de terminada la faena del mercado, deben regresar a sus hogares a preparar sus productos para el día siguiente y así sucesivamente.

1.3 SITUACIÓN DE LA SOCIEDAD.

1.3.1 Evolución Demográfica de Nicaragua y León.

A lo largo de la historia en Nicaragua la proporción por sexo ha permanecido más o menos constante, ya que nacen casi la misma cantidad de varones que de mujeres. Para el año 2005 se estimó en 2, 534,491 *la población masculina* y 2, 607,607 *la población femenina*⁵⁵. Este dato muestra la diferencia mínima entre varones y mujeres nicaragüenses, aún en la actualidad se mantiene de la misma manera. Con este dato se determina que el 48% de su población es del sexo masculino y el 52 % del sexo femenino. El Departamento de León cuenta con una población total de 355,779⁵⁶ habitantes, de los cuales 173,337⁵⁷ son hombres y 182,442⁵⁸, lo constituyen las mujeres.

La población nicaragüense se encuentra distribuida de manera desigual, porque algunos departamentos están más poblados que otros. Puede observarse a continuación la tabla N° 02, que detalla la distribución de la población nicaragüense.

⁵⁵ <http://www.unfpa.org.ni/publicoc/Pob%20y%20Desarrollo%20Estudios%20e%20investigaciones/Censo%20Pob>. Tomada. 02/07/12.

⁵⁶ <http://www.inide.gob.ni/censos2005/ResumenCensal/Resumen2.pdf>. Tomada. 03/07/12.

⁵⁷ <http://www.inide.gob.ni/censos2005/ResumenCensal/Resumen2.pdf>. Tomada. 03/07/12.

⁵⁸ <http://www.inide.gob.ni/censos2005/ResumenCensal/Resumen2.pdf>. Tomada. 03/07/12.



Tabla N° 02. **Distribución de la Población de Nicaragua. 2002.**

Departamento	Población 2005	Superficie km ²	Densidad
Chinandega	419.757	4,926	71
León	383.221	5.107	66
Managua	1.868.297	3.672	298
Masaya	290.421	590	409
Granada	179.163	929	168
Carazo	170.808	1.051	142
Rivas	159.649	2.155	65
Nueva Segovia	181.038	3.123	47
Madriz	122.182	1.602	67
Estelí	201.305	2.335	75
Matagalpa	501.229	8.523	45
Jinotega	319.908	9.755	26
Boaco	156,649	2,155	32
Chontales	167.424	6,378	23
Río San Juan	90.867	7.473	9
RAAN	236.560	32.159	6
RAAS	332.752	27.407	10
Nicaragua.	5.900.100	130.494	1,560

Los datos de población son del Censo del 2002 y estadística. 2008 de la DGEEC.⁴ (Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos).

En la tabla N° 02, se puede apreciar la población y distribución de los diferentes departamentos de Nicaragua y Regiones Autónomas. El Departamento de León, como se



muestra, es el más extenso de la región del Pacífico. Sin embargo, contiene poca población, si se compara con otros departamentos de menor superficie.

La extensión superficial, como es el caso de León, conlleva a una mejor densidad poblacional, lo que impide el aglutinamiento de personas en una sola localidad. Esto conduce a resultados positivos en la población.

El total de la población nicaragüense en el año 2010 se calcula en *5, 815,524 habitantes, de los cuales 2, 878,523 son hombres y 2, 937,001 son mujeres*⁵⁹.

El municipio de León, alberga una población de *174,051 de los cuales 82,581 son hombres y 91,470 son mujeres*⁶⁰. A sí mismo prevalece la población joven, en donde el 66.1 % de la población es menor de 25 años. Puede observarse la tabla N° 03 de la Estructura de la población del municipio de León.

⁵⁹ http://www.bcn.go.ni/estadisticas/economicas_anuales/nicaragua_en_cifras/2010/Nicaragua_en_cifras2010.pdf. Tomada. 04/07/12.

⁶⁰ <http://www.inide.gob.ni/censos2005/ResumenCensal/Resumen2.pdf>. Tomada. 03/07/12.



Tabla N° 03 Estructura de la Población del Municipio de León. 2002.

Grupos de edad	Ambos sexos	%	Hombres	%	Mujeres	%
0 a 4 años	39,009	18.1	18,774	9.0	20,235	9.7
5 a 9 años	33,168	15.9	17,314	8.3	15,854	7.6
10 a 14 años	26,701	12.8	13,351	6.4	13,559	6.5
15 a 19 años	21,278	10.2	9,596	4.6	11,473	5.5
20 a 24 años	17,731	8.5	8,136	3.9	9,596	4.6
25 a 29 años	15,437	7.4	7,510	3.6	7,927	3.8
30 a 34 años	12,933	6.2	6,675	3.2	6,675	3.2
35 a 39 años	10,847	5.2	5,215	2.5	5,632	2.7
40 a 45 años	7,927	3.8	3,129	1.5	4,798	2.3
46 a 49 años	6,050	2.9	2,712	1.3	2,920	1.4
50 a 54 años	4,798	2.3	2,295	1.1	2,503	1.2
55 a 59 años	3,755	1.8	1,669	0.8	2,086	1.0
60 a 64 años	3,129	1.5	1,252	0.6	1,877	0.9
65 a 69 años	2,295	1.1	1,043	0.5	1,252	0.6
70 a 74 años	1,669	0.8	834	0.4	834	0.4
75 a 79 años	1,043	0.5	417	0.2	626	0.3
80 años a más	834	0.4	209	0.1	626	0.3
Total	208,604	100.00	100,131	48.00	108,473	52.00

Los datos por sexo son del Censo del 2002 y estadística. 2008 de la DGEEC.¹ (Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos).

La tabla N° 03, señala la estructura poblacional del municipio de León. En ésta, se demuestra que la población predominante oscila entre las edades de 0 - 14 años. Aunque la diferencia por sexo es mínima, predominan las mujeres.

Si se comparan los datos de la población joven con la adulta, se refleja claramente como, a medida que avanzan los quinquenios de edades, se disminuye la población. Esto significa una predominante población joven y una reducida población adulta.

Es mínima la cantidad de personas que pertenecen a la tercera edad, como sucede en países subdesarrollados. Este desequilibrio en la población, significa mayores demandas de servicios sociales.



La actual ciudad de León es producto de la unificación administrativa colonial de dos núcleos urbanos diferentes, por un lado conformado por los pobladores trasladados de León Viejo en 1610 y por otro, el traspaso de la comunidad indígena de Sutiaba en calidad de barrio anexo a la ciudad por decreto presidencial en 1902.

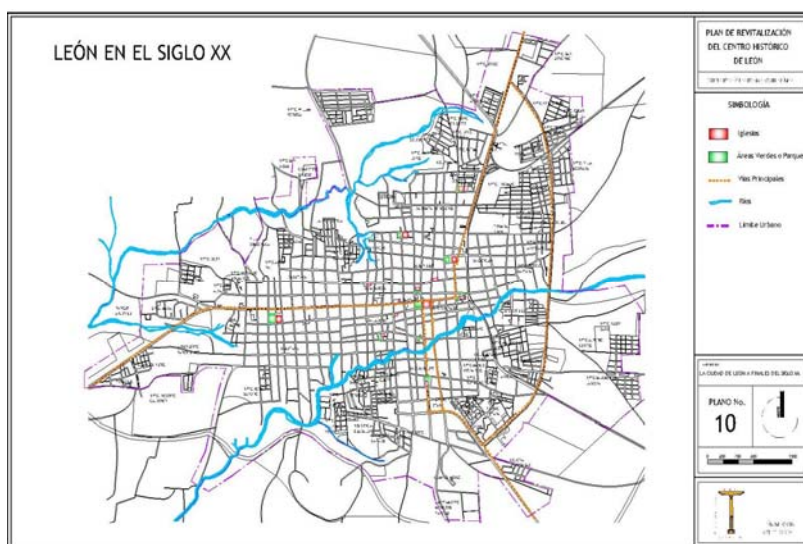
La población de León según el censo del año 2005, no superaba los 200,00 habitantes, la que históricamente se ha ubicado en los barrios como: El Calvario, El Coyolar, El Sagrario, Guadalupe, Laborío, San Felipe, San Juan, San Sebastián, Sutiaba y Zaragoza. Sin embargo, desde comienzo del siglo XX, se ha visto el crecimiento espontáneo de barrios periféricos que han desordenado la estructura de la ciudad *con edificaciones individuales, discontinuas y de menor calidad constructiva*.⁶¹

Como se refleja en la ilustración N° 06, existen tres polos habitacionales: *El reparto William Fonseca al norte, el reparto Todo Será Mejor al nor-este y el reparto Rubén Darío al este*.⁶²

Esto constituye un serio problema, debido a que la población crece rápidamente y León carece de terrenos urbanizables. Según las proyecciones del 2004, se esperaba que en el año 2010 la población creciera a 231,194 habitantes, cifra que fue alcanzada.

El 80% de los consumidores encuestados opinan, que los mercados han contribuido al ordenamiento territorial de la ciudad de León. Ello se atribuye, a la privilegiada ubicación geográfica en que se han ubicado los mercados a lo largo de la historia, en el centro de la

Ilustración N° 06. Ciudad de León, con Barrios periféricos. 2005.



Fuente: Cortesía de la Alcaldía Municipal. Tomada en el año 2005.

⁶¹ Alcaldía Municipal de León. *Plan Maestro Estructural*. Alcaldía Municipal de Utrecht. Enero 1996. León, Nicaragua. Pág. 21.

⁶² Plan Maestro Estructural. Pág. 22.



ciudad. Lo que favoreció la ubicación poblacional y la rápida urbanización de los barrios aledaños a estos sitios. (Véase anexo, gráfico N° 01).

El crecimiento poblacional de Nicaragua es acelerada como sucede en los países en vía de desarrollo. Existe una gran cantidad de población joven que aún no han cumplido los 15 años. En la tabla N° 04, se detalla el crecimiento poblacional desde 1950.

Tabla N° 04. Población de Nicaragua 1950-2010

Años	Población
1950	1,049,611
1963	1,535,588
1971	1,877,952
1995	4,357,099
2005	5,142,098
2010	5,815,524

Fuente: <http://www.inide.gob.ni/censos2005/ResumenCensal/Resumen2.pdf>. Tomada. 03/07/12.

La tabla N° 04, manifiesta el acelerado crecimiento poblacional ocurrido en Nicaragua a partir de 1950, donde la población se ha quintuplicado. El desarrollo algodonero en 1950, permitió un crecimiento demográfico, producto de las migraciones departamentales, nacionales y extranjeras.

El 53 % de los consumidores encuestados consideran que el desarrollo de los mercados en la ciudad de León, han contribuido mucho al crecimiento de la población. Esto se sustenta, porque al invertir en ampliaciones y mejorar las condiciones de los mercados, aumenta la actividad comercial y por tanto el flujo poblacional. Lo que se vuelve atractivo y genera el traslado de personas de la zona rural a la ciudad. (Véase anexo, gráfico N° 02).

En la ciudad de León existen áreas de mayor concentración que coincide con los mercados: *La zona del Mercado Central, la zona del Mercado Santos Bárcenas/la estación del ferrocarril y la zona de la Terminal de Buses*⁶³. Estas zonas presentan grandes limitaciones

⁶³ Plan Maestro Estructural. pág. 22.



para el tráfico peatonal y vehicular. Sin embargo, se construyó una calzada alrededor de la Catedral para descongestionar el tráfico en la zona del Mercado Central.

La ciudad de León es recorrida de norte a sur y de este a oeste por diferentes medios de transporte como taxis, rutas, camionetas y algunas *caponeras*⁶⁴, que se mueven por el centro de la localidad. Los barrios nuevos periféricos también son atravesados por estas unidades. Las caponeras están autorizadas por la Alcaldía Municipal para movilizarse únicamente entre el Mercado “La Terminal”, “La Estación” y terminando en el “Mercado Central”.

Los mercados son los lugares más concurridos de la ciudad, por tal razón son los lugares donde convergen la mayoría de camionetas y buses. La parada principal de las unidades de transporte, la realizan en estos sitios. Por tanto, comprar en los mercados es sumamente accesible y rentable.

El 51% de los comerciantes encuestados consideran, que la mejoría de los mercados ha conllevado al desarrollo de los medios de transporte tanto local como nacional. Ello se explica, porque a lo largo de la historia la actividad comercial se ha vinculado con el desarrollo de los medios de transporte. En la actualidad los mercados son utilizados como las principales paradas de autobuses urbanos e interlocales. (Véase anexo, gráfico N° 03). Así mismo se coincide con el 56% de los consumidores, que reafirman la importancia de los mercados en el mejoramiento del transporte. (Véase anexo, gráfico N° 04).

1.3.2 Migraciones.

Las emigraciones e inmigraciones en general han sido de gran relevancia a lo largo de la historia, para la conformación de la identidad nacional. A si mismo determinan el aumento o disminución poblacional de un país.

Antes de 1979 la emigración externa e interna en Nicaragua no era relevante, hasta cierto punto era compensada con las inmigraciones a como lo demuestra el censo de 1971, donde se registra *la tasa de migración neta internacional de 1.12 % de la población residente en el país*.⁶⁵ Esto demuestra, el equilibrio que existía en la población, porque es mínimo el porcentaje de personas que entran y salen del país.

⁶⁴ Nombre que se le dio al triciclo, inicialmente movidos por bicicletas elaborados con tubos de metal, una tabla forrada que sirve de asiento y un techo plástico para proteger del sol y la lluvia a los pasajeros.

⁶⁵ Censos Nacionales. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC. Abril, 1995. Nicaragua.



En la década de 1980, las emigraciones aumentaron considerablemente. En los primeros cinco años, salieron 95,000⁶⁶ personas, de las cuales 75,535 eran del sexo masculino y 19,465 del sexo femenino, en el subsiguiente quinquenio la cifra se duplicó, producto de la guerra civil que se vivía.

Con la introducción de la caña de azúcar y la construcción del Ingenio Azucarero San Antonio las migraciones externas e internas fueron más frecuentes. Estas vienen aumentando aún más desde 1950 con el boom algodonero, donde muchos campesinos emigraron a la ciudad en busca de trabajo. Algunos regresaban a su lugar de origen al terminar la faena y otros se establecieron definitivamente en las ciudades del pacífico principalmente, por el atractivo para la mayoría de los emigrantes de las diferentes regiones. Por lo tanto la población de nuestro país ha disminuido considerablemente, debido a las diversas migraciones, con respecto al año 2002.

El Departamento de León en el año 2005 presenta 5,844 *inmigrantes* y 7,677 *emigrantes*⁶⁷. Esto indica que hay desequilibrio entre ellos, no se compensa la población. Las personas que salieron de nuestro país, se dirigieron mayormente a Estados Unidos y Costa Rica.

El flujo migratorio del año del 2010 creció a 28,3⁶⁸ en Nicaragua, con respecto al 2009. En la actualidad salen del país unas 300 mil personas cada año, para Norteamérica, países vecinos y europeos. La causa principal es la búsqueda de trabajo, para mejorar las condiciones de vida y la de su familia, por tal razón muchos inmigrantes ocupan puesto en el mercado.

El 59% de los comerciantes encuestados aseguran, que los inmigrantes ubicados en los mercados, han contribuido al desarrollo comercial. Es notorio observarse en estos sitios de la ciudad de León, tiendas de extranjeros con grandes tamaños, que ofertan variedad de productos y casi siempre a precios accesibles. Por tal razón los consumidores prefieren adquirir sus productos en estos negocios, para el ahorro de la economía familiar. (Véase gráfico, N° 05).

Actualmente la población rural ha emigrado del campo a la ciudad por el atractivo turístico y en busca de mejor calidad de vida, además que las alternativas productivas ya no le son

⁶⁶ <http://www.eurosur.org/FLACSO/mujeres/nicaragua/demo-1.htm>. Tomada. 04/07/12.

⁶⁷ <http://www.unfpa.org.ni/publidoc/Pob%20y%20Desarrollo%20Estudios%20investigaciones/migracion%20int> Tomada. 04/07/12.

⁶⁸ <http://www.lavozdelsandinismo.com/nicaragua/2011-01-08/crecio-el-flujo-migratorio-durante-el-2010/>. Tomada. 04/07/12.



rentables al campesino. Las oportunidades de acceso a la educación han despertado en la población del campo una justificación positiva para su traslado a la ciudad.

Por esta razón en la ciudad de León, ha surgido la necesidad de crear nuevos núcleos de urbanización, para dar cabida a la gran cantidad de población que sigue creciendo aceleradamente, producto de los inmigrantes. De esta manera, el sistema de asentamientos presenta debilidades funcionales debido a la concentración del mercado de bienes y servicios en las cabeceras municipales, sobre todo en el casco urbano, lo que obliga a una dependencia directa de la ciudad.



CAPÍTULO II

FORMACIÓN DE LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE LEÓN DE NICARAGUA.



2.1 ORIGEN DE LOS PRIMEROS MERCADOS DE LA CIUDAD DE LEÓN.

Para entender el origen y evolución de los mercados, se realizó una contextualización geográfica e histórica de Nicaragua y León en particular, en el primer capítulo, de forma que permita la comprensión de la ubicación espacial privilegiada, lo mismo que las relaciones históricas que tienen que ver con el desarrollo comercial en los mercados. Esta descripción también fundamenta la necesidad que se tuvo para la creación de sitios donde realizar el comercio. Así mismo la contribución en el ordenamiento territorial y el crecimiento de los medios de transporte.

Las migraciones nacionales e internacionales, han permitido expandir la ciudad de León y por tanto ampliar los mercados, para proporcionar una mayor cobertura a la población.

En la primera mitad del siglo XIX, la ciudad de León no tenía destinado lugares específicos y establecidos que funcionaran como mercados. No existían sitios con esta connotación donde se pudieran efectuar la compra y venta de productos, necesarios para el consumo diario. Por lo general los vendedores se ubicaban en puntos estratégicos de la ciudad que eran más transitados. Estos podían ser los atrios de las iglesias o las calles más concurridas de la ciudad.

El lugar donde hoy se localiza el Banco de Banpro, en la Calle Real del Barrio Sutiaba fue llamado anteriormente la “*Ronda*”⁶⁹. En este lugar se encontraba ubicada una construcción conocida como La “*Matancita*”, que era donde destazaban las reses, para ofrecer carne a los consumidores. En la calle de ese mismo lugar se colocaban mujeres indígenas procedentes de la Comunidad Indígena de Sutiaba. Ellas venían con sus bateas o canastos llenos de diferentes productos comestibles, los cuales cargaban en sus cabezas apoyándose con un *yagual*⁷⁰. De esta forma ofrecían casa por casa el producto, que podía consistir en frutas, verduras, mariscos, pan y legumbres, entre otros.

Los comerciantes no tenían un lugar fijo para ofrecer sus productos. No obstante a los vendedores que llegaban desde la Segovias, se les dispuso un lugar para proveerles condiciones y mantener el comercio con estos lugares. Esto se realizó con la finalidad de ofrecerles un sitio estable, por la distancia que recorrían para llegar a la ciudad, donde realizaban el comercio. Por tanto les era necesario descansar al igual que sus animales de

⁶⁹ Avenida que servía de división entre la Comunidad Indígena de Sutiaba y la ciudad de León, ubicada en la Calle Real.

⁷⁰ Cojinete de trapo viejo u hojas secas de plátano, que se pone sobre la cabeza, para la estabilidad de la carga.



carga, para emprender el viaje de regreso. Además traían productos al por mayor como granos básicos, linaza y pan, etc. Lo que dificultaba ofrecerlo casa a casa.

La llegada del animal de carga incrementó el comercio entre los diferentes pueblos de Nicaragua, la fluidez comercial fue más visible, reflejándose posteriormente en el desarrollo de los medios de transporte y comunicación. Con la aparición de la carreta se tuvieron que ampliar los caminos, para el fácil acceso de la cosecha y traslado a los diferentes lugares con quien establecieran relaciones comerciales. Esto contribuyó al establecimiento de mercados en las principales ciudades, como León y Granada.

El mercado es un espacio existente en pueblos y tribus más antiguas, que poblaron la tierra. El crecimiento de la población y la producción hicieron posible el desarrollo del comercio. El instinto de conservación y subsistencia del ser humano para satisfacer sus necesidades elementales, secundarias y superfluas convirtió a la actividad económica en una importante obra, para el progreso de la humanidad.

Los primeros mercados de los que se conocen surgen en el antiguo Egipto que se realizaban para celebraciones religiosas en los alrededores de los templos, plazas y espacios abiertos de las villas. En las ciudades de Tiro y Sidón existieron mercados que fueron famosos en el Mediterráneo. Igualmente en Indostán y China. En la antigua Grecia los mercados eran lugar de reunión para las asambleas populares.⁷¹

El surgimiento de los mercados en el mundo fue de gran importancia, independientemente la función que hayan desempeñado a lo largo de la historia. Pero estos espacios sirvieron para agrupar personas con diferentes visiones y realizar actividades comunes como intercambio comercial y festividades religiosas.

En 1573 Felipe II promulgó un Real Decreto por el que debía regirse la creación de las ciudades. El cual estuvo en vigor durante todo el Imperio Español y se aplicó a las ciudades españolas. Las ciudades latinoamericanas se organizaron sobre la base de esta tradición de acuerdo a las ordenanzas de población.

⁷¹ Barzuna, Guillermo. “El Mercado y la Pulpería Rural. Espacios que desaparecen”. *Revista Herencia*. Volumen 2. Nº 2. Costa Rica. 1990. pág. 21.



El mercado se ubicó en el interior de la plaza mayor, además del comercio se concentraban las actividades esenciales de la comunidad tanto en el orden cívico, religioso o recreativo.⁷²

Los mercados de los países latinoamericanos, se edificaron en la misma área geográfica en el centro de las plazas, lugar idóneo para concentrar a la mayoría de la población. En este espacio también se ubicaban iglesias e instituciones importantes y centros recreativos considerados llamativos para la población en general.

Antes de la llegada de los españoles a Nicaragua, los animales de carga y la rueda eran inexistentes, lo que inhibió grandemente el desarrollo del comercio entre pueblos y a larga distancia. A aún con las limitantes el comercio local se desarrolló.

En cada pueblo importante había un mercado. Sólo las mujeres podían vender y estaba prohibida la entrada a hombres, excepto a los forasteros que llegaban a comprar esclavos.⁷³

Estos mercados estaban custodiados por oficiales, encargados de supervisar el correcto intercambio comercial y solucionar cualquier problema surgido. Los precios eran fijados conscientemente por compradores y vendedores. En estos lugares se ofrecía una variedad de productos como oro, esclavos, aves y maíz, etc. Además se realizaba el intercambio de mercancías o se compraba con monedas de cacao. El comercio interlocal era escaso, por la ausencia de bestias de carga. Sin embargo, algunos mercaderes se trasladaban de pueblo en pueblo llevando las mercancías al hombro para ofrecerlas a los consumidores.

A partir del siglo XIX, se fundaron los primeros mercados en la ciudad de León, siendo el primero de ellos, el Mercado Central, el cual fue construido entre 1860-1865 e inaugurado en 1873. Por otro lado, la construcción del sistema ferroviario en 1882, hizo posible el surgimiento del Mercado “La Estación”, actualmente llamado “Santos Bárcenas.” Los sucesivos progresos y el desarrollo industrial y comercial de la ciudad de León, aumentaron la necesidad de desarrollar nuevos mercados.

⁷² Umaña, José Otilio. “El Mercado de Orotina. Historias de un sitio fresco en un pueblo caluroso.” *Revista Herencia*. Volumen 6. N° 1-2. Costa Rica. 1994. Pág. 3.

⁷³ Romero Vargas, Germán. *Historia de Nicaragua*. Tomo I. Editorial rei 1ª edición. 1991. México. Pág. 41



Estos mercados, tenían características similares a los descritos anteriores. Igualmente se encontraban al aire libre, cubiertos en la parte frontal con mantas o toldos para evitar la insolación, a como se demuestra en la ilustración N° 07. La actividad comercial generaba el aglutinamiento de personas que llegaban de distintos puntos geográficos. Esto a su vez era de gran importancia en el desarrollo social de la ciudad. Posteriormente en el siglo XX, se dio el paso a los mercados cerrados, creando una mejor distribución espacial de la localidad.

Ilustración N° 07. Mercado Central. Ubicado detrás de la Catedral. 1825.



Fuente: Revista Conservadora. N° 11. Volumen 2. 1960.

2.1 DESARROLLO DE LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE LEÓN.

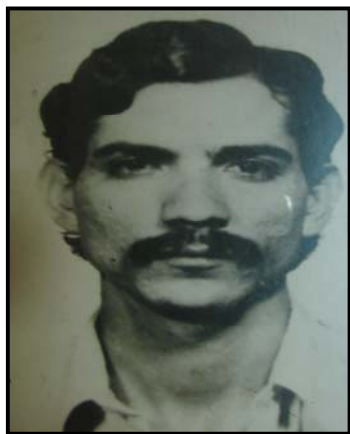
2.2.1 Mercados del siglo XIX y XX

Los diferentes mercados han desempeñado un papel de suma importancia en la constitución del entorno circundante. La vida socioeconómica de los pueblos giraba en torno a ellos. De esta manera surge la necesidad de construir espacios dirigidos únicamente a esta actividad, de gran ayuda para la distribución territorial y el ordenamiento poblacional y económico de la ciudad. Así surgen los mercados de la ciudad de León, con particularidades que tienen que ver con las características de una microeconomía y de desarrollo local, con la participación de la población desde sus roles de vendedores y compradores y acorde al desarrollo económico general del país en general. Entre ello surgen:



2.2.1.1 Mercado Central o Mercado “Raúl Cabezas Lacayo”

Ilustración N° 08. Jaime Raúl Cabezas Lacayo. Muere Julio 1979.



Fuente: Museo Héroes y Mártires de León. Tomada María Elena Medina. 31/08/12.

general era la Catedral. Como se muestra en la ilustración N° 09.

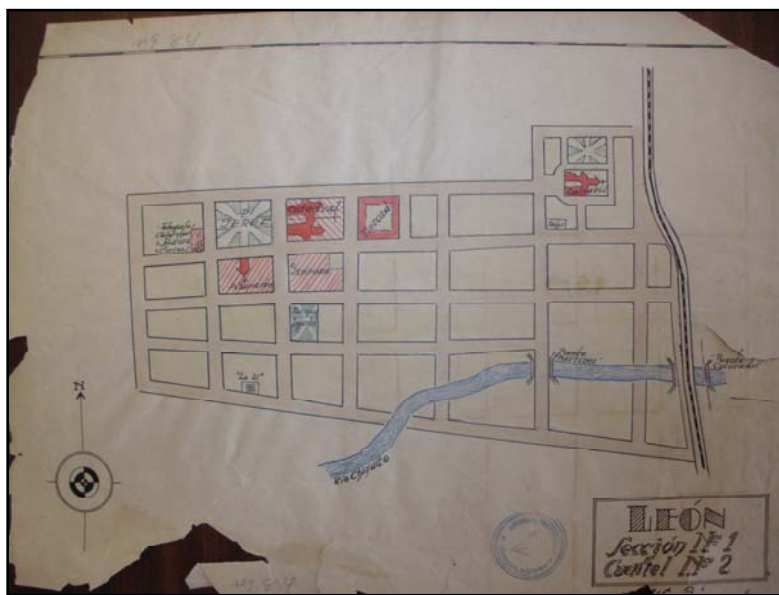
El predio donde se ubica actualmente este mercado, era propiedad de Fernando Chamorro Sotomayor, quien en 1781 lo vendiera por la cantidad de C\$ 10,500 córdobas⁷⁵, al Obispo Esteban Lorenzo de Tristán.

Éste último tenía

El mercado “Raúl Cabezas Lacayo”⁷⁴ es el nombre que lleva el Mercado Central en honor al joven leonés descendiente de una familia de escasos recursos económicos, anti somocista y revolucionaria. (Ver ilustración N° 08),

El Mercado Central o Mercado “Raúl Cabezas Lacayo” se encuentra localizado en el barrio El Sagrario de la ciudad de León, propiamente en el costado este de la Real Basílica Catedral “Nuestra Señora de la Asunción”. Este se construyó con el modelo que prescribían las ordenanzas reales, referente a la fundación de ciudades, que ubicaban a los centros de comercio detrás de la iglesia principal, que por lo

Ilustración. N° 09. Representa el Centro Histórico de la ciudad de León. Señala la ubicación del Mercado Central. 1940.



Fuente: Archivo General de la Nación. 1940-1041.

⁷⁴ Fue integrante de la Federación de Estudiantes de Secundaria (FES) y Presidente del Frente Estudiantil Revolucionario (FER), formó parte de la columna guerrillera José Benito Escobar y participó en diferentes actividades en la insurrección final tales como: la emboscada Quezalguaque-León, el ataque a la cartonera, la toma del comando, del fortín y de la cárcel la 21. El siete de Julio de 1979, se dirigía al hospital San Vicente de la ciudad de León. Cuando pasaba frente al Mercado Central sufrió un choque automovilístico falleciendo instantáneamente.

⁷⁵ Considerado el justo valor de la propiedad. (Ver anexo. Documento N° 01. Escritura Pública.)



proyectado destinar el terreno, para la construcción de un beaterio de niñas, cuyas familias tenían dinero y podrían pagar estudios privados y religiosos. Posteriormente el obispo fue trasladado a la diócesis de Durango, México, razón por la cual no se pudo concretar el proyecto. Entonces, el predio pasó a manos de la municipalidad y lo destinó para la construcción del mercado. Las labores de construcción desarrollan su primera fase, entre 1860 y 1865, dando lugar a la inauguración del mercado en 1873. En el Acta de la Municipalidad del 1º de Abril de ese mismo año se declara:

*Que estando concluido la primera parte del mercado, se comisiona a don Francisco Balladares, para que se entienda en el alquiler de las tiendas concluidas y haga concurrir las carretas al patio designado para ellas.*⁷⁶

Este mercado estaba dividido en dos partes iguales, por una pared gruesa de oeste a este y viceversa. La parte norte estaba destinada al mercado minoritario, donde se ofrecían productos como carnes, verduras, mariscos y refresquerías, etc. La parte sur constituía el mesón donde se ofertaban productos al por mayor, traídos de Matagalpa y Honduras como tabaco, papas, café, frijoles y cueros, etc. La parte oeste situada detrás de la Catedral, tenía un corredor abierto, dividido en tramos cubierto con telones de manta azul, donde se vendían zapatos y ropa. La parte oriental servía para la entrada de carretas y había piezas destinadas para hospedar a los forasteros que llegaban a comercializar sus productos de lugares lejanos. Del movimiento comercial con la Segovia, surgió este mercado, que ha incidido en los cambios de la ciudad por más de 100 años.

Una situación trágica que sucedió el 19 de abril de 1951 a las 2 am, fue cuando la población leonesa despierta desesperada al escuchar el repique de las campanas de la insigne Catedral, dado que esta era una forma de alarma. Efectivamente anunciaba que el mercado se consumía por un voraz incendio que lo redujo a cenizas y que ocasionó grandes pérdidas materiales.

Posteriormente a esta tragedia se reconstruye nuevamente el mercado con un diseño diferente, bajo la administración del Alcalde Municipal Carlos Manuel Icaza. Los gastos fueron sufragados por el seguro del mercado, por aportes de la municipalidad y con la

⁷⁶ Buitrago Matus, Nicolás. *León: La Sombra de Pedrarias*. Tomo II. Fundación Ortiz Gurdían. 1998. Managua- Nicaragua. Pág. 100.



colaboración gubernamental del país, bajo la presidencia de Anastasio Somoza García. El 11 de diciembre de 1953 el Secretario de la Presidencia Julio Quintana, le escribe al Ministro de Gobernación, Modesto Salmerón, acerca de su desacuerdo por la mala construcción que se estaba realizando en el mercado y planteó la siguiente consideración:

*Los tramos carecen de luz, ventilación, cielo raso bajo que se podía tocar con la mano. La construcción es muy baja y se producirán malos olores, porque la gente no es aseada.*⁷⁷

Esto demuestra la inconformidad por parte del representante del gobierno, aún de la misma población del mercado. Consideraban que las condiciones con que se estaba construyendo no eran viables para el desarrollo comercial, porque los tramos quedaron muy pequeños y bajos, además los pasillos angostos. A este mercado recurría gran cantidad de población, lo que provocaría hacinamiento, malos olores y mucho calor, ya que a los tramos se les dejaba poca ventilación. Por tanto se propone volver a revisar los planos del mercado para mejorar la construcción que faltaba y crear espacios más grandes y confortables.

Aún con estas limitantes el Mercado Central, es puesto nuevamente al servicio de la comunidad el 1º de mayo de 1956. (Véase anexo, documento N° 02. Telegrama).

El 12 de julio de 1970 los comerciantes formales se quejan de 15 vendedoras que se ubicaron en la acera del Mercado Central, para ofertar sus productos. Estas comerciantas vendían los productos a menor precio, que los ubicados en la parte interna. Debido a las quejas las vendedoras ubicadas en las afueras del mercado se declararon en rebeldía. Pero esto no les sirvió para resolver el problema dado que el 30 de Julio de ese mismo año se dictó una judicatura que expresaba en el artículo 20 del Código de la Policía: *Que se abstengan las vendedoras de las aceras de continuar perturbando en sus labores en la parte externa del Mercado Central.*⁷⁸

Esto indica que el problema del comercio informal en los diferentes mercados de León es histórico. Sin embargo, aún en el siglo XXI no se ha podido resolver esta situación. En los mercados existen comerciantes fijos o formales y eventuales o informales, los primeros pagan

⁷⁷ Archivo General de la Nación. *Construcción del Mercado de León*. Sección Gobernación. Fondo Presidencial. Caja número 29. 1953. Expediente 63.

⁷⁸ Archivo General de la Nación. Fondo Gobernación. Caja número 21. León 1955-1956. Expediente 8.



lo estipulado por la Alcaldía Municipal (tren de aseo, energía eléctrica, agua potable, guarda de seguridad, impuesto por tramo, el 15% de impuesto sobre la venta).

También aportan para celebraciones religiosas, culturales y festividades dentro del mercado. En cambio los eventuales o informales no asumen estos pagos, porque llegan de vez en cuando y carecen de tramos. Se ubican en las aceras del mercado al aire libre sin protección de la lluvia, viento e insolación. Estos solo asumen un aporte establecido por la intendencia del mercado según la cantidad y variedad de productos ofertados, que varía entre tres a diez córdobas diario.

El comercio informal es permitido en todos los mercados de la ciudad de León, aunque solo se aporte una pequeña ayuda, porque la mayoría son mujeres de la tercera edad y llegan a vender lo que producen en sus parcelas familiares, para solventar un poco la situación económica del hogar.

Como se muestra en la ilustración N° 10, en septiembre de 1998 la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), junto con la Alcaldía Municipal invirtieron US\$28,000.00 (dólares) en la restauración de dicho mercado.

Cambiaron el techo, mejoraron las marquesinas, construyeron bancas, pintaron paredes, entre otras cosas, con el fin de brindar condiciones básicas para el intercambio comercial. Actualmente con la reparación, presenta buenas condiciones para realizar el comercio.

Ilustración N° 10. Remodelación del Mercado Central. Financiado por la AECI. 1998.



Archivo Escuela Taller. León. 1998.



2.2.1.2 Mercado La Estación o “Mercado Santos Bárcenas”

Ilustración N° 11. Santos Bárcenas Centeno. Muere el 16 de junio 1979.



Fuente: Museo Héroes y Mártires de León. Tomada María Elena Medina. 31/08/12.

El mercado “Santos Bárcenas Centeno”⁷⁹ nombre que lleva actualmente este mercado. Es dedicado a una mujer leonesa, madre de diez hijos, cuatro de ellos revolucionarios, que lucharon en contra de la dictadura somocista. Ella se desempeñaba como comerciante del mercado que hoy lleva su nombre. Colaboraba directamente con el estado mayor de los caídos de Veracruz y participó activamente en la revolución. (Ilustración N° 11),

El Mercado “La Estación” o Mercado “Santos Bárcenas” está ubicado en el Barrio San Juan de la ciudad de León, en el costado este de la Iglesia San Juan, en la antigua Estación del ferrocarril. Cuenta con una superficie de dos manzanas de

tierra.

Este mercado concentra una de las mayores actividades económicas. El comercio ha crecido paulatinamente de forma no planificada, debido a la posesión de espacios que pertenecen al mercado, a como muestra la ilustración N° 12.

Ilustración N° 12. Parte interna del Mercado La Estación. 2011.



Tomada por: María Elena Medina. 30 de junio 2011.

⁷⁹ Después de la masacre de Veracruz, la Guardia realizó un ataque a una casa vecina donde ella habitaba y descubrió un buzón de armas. Santos salió implicada, la capturaron el 16 de junio junto a una hija y su nuera, que estaba embarazada. Ellas, fueron trasladadas al comando que hoy ocupa la escuela taller, donde permanecieron presas. El 20 de Junio de 1979, fecha en que las tropas revolucionarias se tomaron el comando, encontraron a Santos junto a las otras dos mujeres, que habían sufrido violaciones y torturas. Entonces rescataron su cadáver y fue posible darle cristiana sepultura.



Ilustración N° 13. Bodega de la antigua estación del Ferrocarril, siendo utilizada por comerciantes informales. 2011.



Tomada por María Elena Medina. 30/06/2011.

El ordenamiento del mercado “La Estación” y el adoquinado de la avenida principal por donde pasaban las antiguas líneas férreas en el sector del Barrio San Juan, forma parte de los esfuerzos establecidos por el gobierno local y de organizaciones europeas por rehabilitar no solamente la antigua estación del ferrocarril, sino también el contorno del emblemático edificio.

Existe aún la bodega de la estación, que está siendo utilizada por los comerciantes informales, para ventas

de granos básicos y ropa, etc. Este espacio se ha deteriorado por la falta de mantenimiento y el mal uso de los comerciantes, que se han apoderado de espacios públicos que forman parte de las vías de circulación peatonal y vehicular, sin tomar en cuenta las normas urbanísticas del inmueble. Como se muestra en la ilustración N° 13.

2.2.1.2 Mercado

“Iván Vélchez”

Este mercado desapareció en 1991, es parte de la historia de León, se ubicaba en el Barrio Zaragoza. En la actualidad el espacio lo ocupa el Supermercado “Salman”. Véase ilustración N° 14. Este se localiza en una esquina ochavada, que tuvo alteraciones en su fachada, por el rehúso del supermercado. Su cubierta es de teja industrial, manteniendo los

Ilustración N° 14. Representa la parte oeste de la ciudad de León. Señala el Mercadito Iván Vélchez. 1940.



Fuente: Archivo General de la Nación. 1940-1041.



canes tradicionales de la estructura colonial. Aunque se trató de mantener la misma infraestructura, la parte interna cambió totalmente.

El mercado estaba formado en su mayoría por comerciantes del barrio Sutiaba, que ofertaban productos perecederos, como frutas y verduras. El espacio en que se situaba era pequeño y cerrado. Al realizarse el cierre de este local, todos los comerciantes fueron reubicados en el actual Mercadito de Sutiaba “Félix Pedro Carrillo”. La mayoría de los vendedores estuvieron de acuerdo con el traslado, por la cercanía con sus hogares.

2.2.2 Surgimiento de nuevos mercados.

En la segunda mitad del siglo XX, las condiciones económicas y tecnológicas cambiaron en Nicaragua con el boom algodonero. Como resultado, el Departamento de León aumentó su situación demográfica por las diferentes migraciones. Con el ascenso poblacional las autoridades municipales se vieron en la necesidad de remodelar y crear nuevos mercados como espacios dedicados exclusivamente al comercio local e interlocal, para satisfacer demandas en la población leonesa.

Los mercados en Nicaragua y en particular de León, han significado no solamente construcciones materiales con fines comerciales, sino también sitios de referencia cultural, porque son puntos de concentración de la población. Estos centros han sido útiles, para satisfacer las demandas de productos básicos y además son el lugar de las principales estaciones de buses interurbanos y locales.

Una variante ha sido el mercado cerrado, el cual es un modelo del siglo XX. Sin embargo, la población se acostumbró a la nueva infraestructura. Aunque, genere un fenómeno de aglutinamiento, porque constituye el sitio cotidiano de encuentro para la gran mayoría de los habitantes es el eje de la actividad comercial y de la vida social.

En la ciudad de León se fundan tres nuevos mercados, dos de cobertura municipal y uno comunal. Ambos son administrados por la Alcaldía Municipal. En el segundo, todos los comerciantes pertenecen al barrio de Sutiaba y los productos que se ofertan en su mayoría son perecederos, cosechados en parcelas familiares, comunales o traídos de las playas aledañas a la ciudad. En cambio en los mercados municipales se ofertan variedad de productos desde locales, nacionales hasta internacionales y también se les permite ocupar tramos a comerciantes extranjeros. Los mercados que surgen son los siguientes:



2.2.2.1 Mercado “Félix Pedro Carrillo” o Mercadito Sutiaba.

El nombre del Mercado “Félix Pedro Carrillo”⁸⁰, es dedicado a un joven combatiente, originario del barrio de Sutiaba (Ilustración N° 15), que abandonó sus estudios universitarios para integrarse a la lucha por la revolución.

Este mercado está ubicado en el costado noroeste del Asilo de Ancianos de la Ciudad, 20 varas al oeste, en el barrio Sutiaba. Fue construido en 1988 con financiamiento del Japón. Surge como una necesidad, debido a la saturación existente en otros mercados, también por la solicitud de los pobladores de Sutiaba, de los barrios aledaños y de las comarcas cercanas. Por lo tanto, sus principales fundadores fueron los comerciantes que anteriormente habían estado ubicados en la terminal de buses y en el desaparecido Mercado “Iván Vílchez”.

Inicialmente este mercado era un lugar poco adecuado para el comercio. La parte central tenía la fachada de una hacienda, con techo de tejas y paredes de madera de pino, la entrada principal de alambre y luego de madera, los tramos de las ventas estaban formadas cada uno por una mesita de un metro aproximadamente. En los alrededores del mercado, por la falta de pavimentación del piso, se formaba un lodazal.

Las condiciones actuales del mercado han mejorado, con el apoyo de instituciones como la Alcaldía Municipal, la organización de la comunidad, comerciantes del mercado y el financiamiento del Japón. De esta forma la infraestructura presenta buenas condiciones, con techo de perlín, adoquinamiento total de las calles y construcción de un sumidero para las aguas servidas.

Ilustración N° 15. Félix Pedro Carrillo. Muere Septiembre 1982.



Fuente: Museo Héroes y Mártires de León. Tomada María Elena Medina. 31/08/12.

⁸⁰ Formó parte de la columna guerrillera José Benito Escobar y fungía como jefe de grupo, integró la columna Ramón Raudales. Participó en diferentes actividades en contra de la dictadura somocista como el ataque al Polvón en 1977; la emboscada de la Barranca en 1978; toma al Comando; el Fortín y la Cárcel la 21. Posteriormente el frente Rigoberto López Pérez lo destacó para cumplir misiones en el Sauce y Villanueva. Después del triunfo revolucionario fue nombrado con el cargo de segundo jefe de la Policía de León. Posteriormente acompañó a Tomás Borge a realizar gestiones en la Unión Soviética, donde sufre un accidente automovilístico que le arrebató la vida en septiembre de 1982, su cuerpo es trasladado a Nicaragua donde recibe cristiana sepultura.



A este mercado llegan productores de verduras. Ellos son originarios de las comunidades de León como Abangasca Norte y Sur, La Gallina, etc., forman parte de una actividad de venta conocida como “La Pana Campesina” y traen consigo diversos productos, los cuales comercializan.

La principal actividad comercial es la venta de mariscos, los cuales son traídos por los pescadores de Poneloya, como se muestra en la ilustración N° 16. También se ofrecen abarroterías, plásticos, carne de res, cerdo, pollo y granos básicos. En la estación lluviosa del país, aumenta la producción de algunos vegetales y frutas, los cuales, forman parte de la venta de productos propios de la temporada como mangos, chilotos, ayotes, pipianes y plátanos, etc. Dada la oferta de estos productos se cotizan a bajos precios en este mercado.

Ilustración N° 16. Comerciante del Mercadito Sutiaba, ofreciendo Mariscos al consumidor, principal producto. 2010.



Tomada por María Elena Medina. 06/06/2010.

Por otro lado, el mercado sirve como punto de estación de terminal de buses que se dirigen a las playas de Poneloya y las Peñitas. La demanda de este servicio se incrementó con la construcción de la carretera realizada por la *Cuenta Reto del Milenio*⁸¹. Atrajo un mayor número de turistas a las playas, así aumentó el número de transeúntes en dicha terminal. Aunque, el sitio haya mejorado la infraestructura no presenta condiciones adecuadas, para ser ocupado como terminal de buses.

2.2.2.2 Mercado “La Terminal”

Este Mercado no tiene un nombre específico, su nombre se deriva por su ubicación en la terminal de buses de la ciudad de León. El Mercado “La Terminal” fue fundado en el año 1990. Está ubicado en el costado oeste de la estación terminal de buses interlocales e interdepartamentales, en el Reparto “Primero de Mayo”. Esto le permite una ubicación

⁸¹ Es un programa de ayuda del gobierno de los Estados Unidos, que se enfoca en la reducción de la pobreza, a través del crecimiento y desarrollo económico. El programa se ejecutó por medio de tres proyectos: Transporte, Propiedad y Negocios Rurales, permitió aumentar los ingresos y reducir la pobreza en los Departamentos de León y Chinandega.



estratégica beneficiosa para los comerciantes, aunque no presenta estación de buses interurbanos, pero sí, paradas de rutas que se dirigen de este a oeste y viceversa en la ciudad. Este mercado se fue formando sin un diseño o proyecto estructurado. Los comerciantes informales fueron ubicándose en los espacios y construyeron sus propios tramos de ventas.

Existe un estimado de 1,200 comerciantes. Pero, solamente 500 de ellos son codificados y los demás son eventuales. Algunos de los problemas de este mercado es que el 90% de los comerciantes no paga renta. Puesto que la mayoría no cuenta con módulos o tramos de ventas adecuados, se han venido estableciendo en la calle. Esto provoca desorden y congestión vehicular y peatonal.

También, la presencia ilegal e inadecuada de venta de pólvora durante los meses de *festividades*⁸² (Agosto y Diciembre), representa problemas de extrema peligrosidad, dentro de la zona de mayor actividad comercial. Esto se produce sobre todo, cuando no se hace una buena manipulación de este explosivo, que puede conducir a detonaciones e incendios, que afectan a las personas vendedoras y consumidoras y a su vez a los productos y la infraestructura.

Uno de los problemas para sofocar el incendio fue, el desabastecimiento de agua en el sector. El punto crítico lo constituye la dotación y distribución de agua potable, lo que genera graves problemas, a como se muestra en la ilustración N° 17. En enero del 2011, ocurrió un incendio en la cuarta calle y aproximadamente diez tramos fueron devorados por las llamas.

Muchas personas provenientes de otras localidades, principalmente de la zona rural llegan al mercado a comercializar sus productos, para mantener la economía del hogar en su mayoría son mujeres.

Ilustración N° 17. Tramos del Mercado La Terminal, arden en llamas. Difícil sofocar el incendio por falta de agua. 2011.



Fuente: La Prensa. 20 de enero 2011.

⁸² Se refiere a la “gritería chiquita” que se celebra todos los catorce de Agosto, pero la tradición es solo en León. y Granada y la purísima celebrada el siete de Diciembre en toda Nicaragua.



Después de terminar la faena invierten parte de su dinero en productos básicos (azúcar, jabón, arroz, carnes, etc.), regresando a sus hogares con lo necesario para la alimentación familiar.

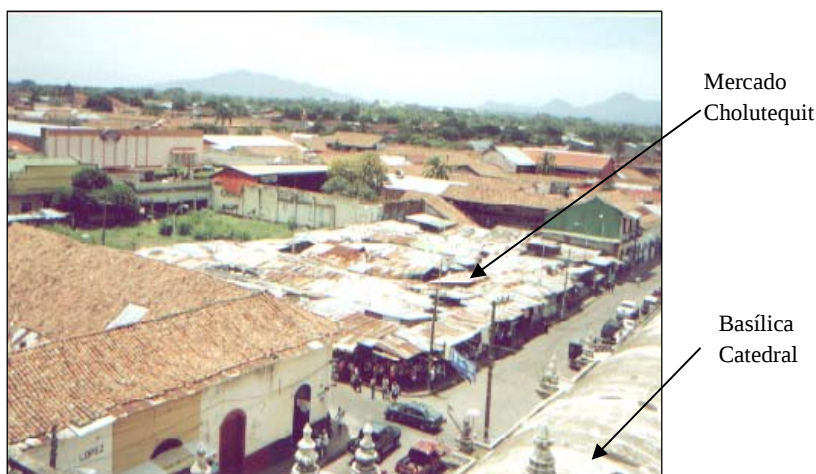
El Mercado “La Terminal” se caracteriza por la variedad de productos que se ofertan a bajos costos. Estos productos proceden de diferentes lugares como: Chinandega, Matagalpa, Estelí, Managua y las zonas rurales aledañas del Departamento de León. La estructura urbana y el tamaño de la ciudad determinan las ventajas de desplazamiento, que facilitan a los ciudadanos la movilidad a pie, en bicicletas o autobuses.

2.2.2.3 Mercado “Cholutequita”

Este centro de comercio ya no existe, fue un mercado informal, conocido popularmente como “Cholutequita”. Presentaba pésimas condiciones para el comercio, puesto que estaba construido de latas oxidadas, como se muestra en la ilustración N° 18.

Se encontraba localizado dentro de la zona del Centro Histórico, en el costado norte del Mercado “Raúl Cabezas Lacayo”, colindando en la esquina suroeste con la Basílica Catedral, reconocida como patrimonio histórico de la humanidad en Junio del año 2011, por la UNESCO.

Ilustración N° 18. Cholutequita Antiguo Mercado, donde se ubica actualmente el Mercado Metropolitano. 1988.



Fuente: Archivo Alcaldía Municipal de León.

El Mercado Cholutequita surgió entre 1988 y 1989. El grueso de sus comerciantes eran personas que habían sido empleados estatales y fueron compactados. Esta compactación significó despidos masivos del sector público, producto de la situación económica generada por la guerra civil de los años ochenta. Las personas que fueron objeto de despido, recibieron la cantidad de C\$ 10,000.00.

El dinero recibido, fue invertido en el comercio por los denominados comerciantes profesionales desempleados. Entre otros estaban, maestros, estadísticos, contadores, choferes,



agrónomos, secretarias, técnicos medios, etc. Estos comerciantes se ubicaron en un inicio en las aceras principales de la avenida del Centro Histórico. Posteriormente, la Alcaldía Municipal, los ubicó en el predio baldío cercano a la Iglesia Catedral y así nació como anexo del Mercado “Raúl Cabezas Lacayo”. Estaba dividido en 114 casetas, en las cuales se ofertaba ropa, calzado, cosméticos, bisutería, ferretería, y artículos en general.

2.2.2.4 Mercado “Metropolitano”

Nombrado así, porque a la ciudad de León también se le llamó “León Ciudad Metropolitana”, fue considerada la mayor ciudad donde se concentra, la cultura y la economía del país y generalmente es el centro de las conexiones internacionales, por su cercanía con los puertos más importantes del país. También al centro de la ciudad de León se le conoce como zona metropolitana, por su ubicación geográfica privilegiada y este mercado se ubica en este espacio.

El Mercado “Metropolitano” está ubicado en el costado norte del Mercado “Raúl Cabezas Lacayo”. La ejecución de la obra se realizó en dos fases. La primera abarcó los predios del norte y la segunda los del sur. Fue construido entre los años 2003 – 2007, en el mismo predio que ocupara antes el Mercado “Cholutequita”. Esto fue posible por el financiamiento de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI).

El edificio está formado por 114 módulos, cuenta con servicios sanitarios para ambos sexos y un cuarto destinado para guardar los materiales de limpieza. Además cuenta con siete accesos de entrada y salida, con corredores que comunican a los módulos. Cada módulo interno y externo tiene su acceso independiente en la parte frontal del mercado, permitiendo su seguridad.

Ilustración N° 19. Parte interna del Mercado Metropolitano. Corredores y Jardín de la parte central. 2011.



Tomada por María Elena Medina. 06/07/2011.

Como se refleja en la ilustración N° 19, la construcción es de una planta y cuenta con ocho patios rodeados de corredores que brindan ventilación e iluminación. Todo el edificio es de mampostería reforzada, excepto los baños sanitarios que son de material ligero. La estructura



del techo es de material metálico y su cubierta es de zinc corrugado, sobre el cual se colocaron tejas de barro. Las puertas de los módulos internos son de zinc con hierro y los externos son de madera. Las entradas del edificio son de material metálico.

Este proyecto beneficia a un total de 114 comerciantes, que actualmente brindan servicios a la población. Los fundadores de este mercado eran 130 personas, quienes antes estaban en el Mercado “Cholutequita”, pero solamente 114 de ellos conformaron la sociedad de Comerciantes Metropolitanos (COMETRO S.A).

Los pobladores expresan que la formación del mercado fue una acción muy importante. El 92% de los comerciantes encuestados considera que este trabajo les genera mejorías a la economía de sus familias. Además sirve como fuente de empleo a los que dignamente se ganan el sustento, aliviando un poco el problema del desempleo.

Los productos que se ofertan tienen mejores precios, que los que se venden en negocios particulares, ubicados fuera de los mercados.

Tabla N° 05. **Productos que se ofertan en el Mercado Metropolitano. 2007.**

NÚMERO	AMBIENTES	Nº. PUESTOS
1	Servicios y venta de bicicletas	3
2	Joyería	1
3	Refrescos, comidas, sorbetería	3
4	Sala de belleza	1
5	Electrodomésticos	9
6	Calzados	8
7	Ferreterías	12
8	Ropa y calzado	13
9	Bisuterías y empaques	4
10	Chinerías	7
11	Ropa	19
12	Mercadería Varia	28
13	Bisuterías	3
14	Librerías	2
15	Reparación de Zapatos	1
	Módulos de tienda	114

Fuente: Alcaldía Municipal de León. *Proyecto Centro Comercial Metropolitano II Fase. 2005-2007.*



Como se explica en la tabla N° 05, este mercado es el mejor organizado de la ciudad de León. La infraestructura presta mejores condiciones, para realizar la actividad comercial. Los módulos de mercadería y ropa son los predominantes, en cambio la zapatería, el salón de belleza y la venta de joyas son en menor cantidad, ya que solo existe un módulo para cada uno. El ambiente en este espacio es agradable y amplio, la mayoría de la población visita este local a realizar sus compras. Existen tramos que ofertan un solo producto. Sin embargo, otros ofertan una variedad, mezclando ropa, zapatos, carteras, etc., lo que genera una mayor atracción a la población y como resultado se obtienen buenas ganancias.

2.2.3 Aspectos organizativos de los mercados.

Los servicios públicos, de los que forman parte los Mercados de León, tienen como misión promover el desarrollo de medidas administrativas que fomenten el desempeño, a través de la aplicación de valores como la eficiencia, calidad, trabajo en equipo, honestidad, humanismo, respeto, responsabilidad, actitud de servicio, etc., para contribuir a mejorar las relaciones entre comerciantes y consumidores. La forma organizativa de los cinco mercados de esta ciudad, es coadyuvante para brindar un buen servicio y control de las ganancias.

Se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Tabla N° 06. **Organización de los mercados de la Ciudad de León. 2008.**

Mercados	Intendentes	N° de Tramos	Comerciantes fijos	Comerciantes eventuales	Total de comerciantes
Félix Pedro Carrillo	Ilse Inés Velázquez Amaya	90	86	24	110
Raúl Cabezas Lacayo	María Elena Maradiaga	273	353	74	427
Santos Bárcenas Centeno	Socorro Dávila Girón.	600	795	300	1095
Metropolitano	Danelia Moreno	114	114	0	114
Terminal de buses	Tomaza Yaneth Mendoza Rojas.	420	428	645	1073
Total General		1497	1776	1043	2819

Fuente: Memoria de Gestión Municipal 2005- 2008. Alcaldía Municipal de León.



La tabla N° 06, demuestra la forma organizativa, respecto a la distribución de los comerciantes fijos e informales en cada uno de los mercados de la ciudad. El Mercado “Santos Bárcenas” alberga mayor número de comerciantes, por poseer la mayor cantidad de tramos. Además, es el más grande, uno de los mejores organizados y más visitados.

El Mercado “La Terminal”, presenta una situación crítica por la gran cantidad de comerciantes eventuales, significa que en este mercado la recaudación es poca, porque estos comerciantes sólo aportan una cuota mínima diaria, establecida por el intendente en coordinación con la Alcaldía Municipal, que oscila entre cinco a diez córdobas.

El Mercado “Raúl Cabezas Lacayo”, está bien organizado, los comerciantes son pocos y es donde mejor se controla a los comerciantes eventuales, porque existe una buena distribución. El problema radica en que la mayoría pasan los 60 años y están exentos de impuestos.

El Mercado “Félix Pedro Carrillo” debido a su tamaño, no presenta problemas con respecto a comerciantes eventuales y los que se ubican en las aceras la llamada “Pana Campesina”, aportan voluntariamente su cuota. Este mercado alberga poca cantidad de comerciantes tanto fijos como eventuales. Su pequeño tamaño aproximadamente de 200 m² le impide el crecimiento comercial.

El Mercado “Metropolitano” es un ejemplo para los demás mercados de la ciudad de León en lo que respecta a orden, aseo y pago de impuestos. No existen comerciantes eventuales. La cantidad de módulos son pocos, pero las condiciones son factibles para realizar el comercio. Los comerciantes pagan en tiempo y forma sus impuestos, aun siendo la cuota más alta comparada con el resto de los mercados, porque deben asumir todos los gastos del local (agua potable, energía eléctrica, guarda de seguridad, etc.), excepto las remodelaciones en infraestructura.

Los Mercados de la ciudad de León, son administrados por la intendencia, quien se encarga de controlar la caja, registro, cobranza y el funcionamiento del servicio. El ingreso proveniente de tasas, pasa a las arcas de la Alcaldía. La Dirección de los servicios municipales baja orientaciones a los intendentes para que sean ejecutadas en cada uno de los mercados.

Los mercados están organizados y distribuidos en pasillos, corredores módulos y tramos. Cada espacio debe estar organizado de manera que la mercancía que se oferta esté visible y accesible al consumidor. Al respecto se señala:



*Todos los artículos o mercaderías deberán estar puestos sobre estantes, bancos o polines, suficientemente altos para permitir el aseo, los artículos de pasta harinosa, dulce, pan, azúcar y comestibles en general deben permanecer cubiertos de manera que estén libres de contacto de agentes externos contaminantes.*⁸³

En algunos mercados se aprecia una buena organización y sanidad de los productos que se ofertan, según se plantea en las ordenanzas municipales de los mercados. (Véase anexo. Documento N° 03. Ordenanzas municipales de los mercados de León). Sin embargo, algunos presentan una mala distribución y los productos están expuestos al aire libre contaminados por cualquier tipo de agentes externos, agudizándose aún más con el crecimiento de comerciantes informales que se ubican a orillas de las aceras, calles y cunetas.

2.2.4 Condiciones generales de los mercados de la ciudad de León.

Los mercados fundados en la ciudad de León en el siglo XIX, no presentaban condiciones para el desarrollo de la actividad comercial, porque carecían de un diseño de construcción que permitiera la organización de comerciantes y productos en estos sitios, los que estaban ubicados al aire libre, cubiertos por mantas y telones.

En la segunda mitad del siglo XX e inicios del XXI, las infraestructuras se remodelaron, se construyeron lugares cerrados, con espacios separados, para ubicar y organizar a los comerciantes de acuerdo al tipo de producto ofertado.

El Mercado Central construido en el siglo XIX, no estaba bien diseñado y dispuesto para albergar a comerciantes de otros departamentos. No obstante, con el incendio del 19 de Abril de 1951, se aprovecha para que la nueva construcción, tuviera las condiciones básicas y necesarias en la organización y distribución de mercaderes.

Aunque, algunas autoridades no estaban satisfechas con el nuevo edificio, como se refleja en la carta del Secretario de la Presidencia, Julio Quintana, quién enviara al Ministro de Gobernación Modesto Salmerón, en la que plantea su inconformidad, por la nueva construcción. (Véase anexo, documento N° 04. Carta de construcción del Mercado Central).

Después de la remodelación en 1998, no se ha brindado al mercado el mantenimiento correspondiente y actualmente presenta una infraestructura deteriorada. Las paredes tienen

⁸³ Alcaldía Municipal de León. *Ordenanza Municipal de los Mercados*. Aprobada el 1° de abril del 2003.



numerosas grietas, la pintura está en mal estado, algunas puertas de los tramos de las ventas se encuentran destruidas y el deterioro en el techo es notorio. Esto se ha acentuado durante las lluvias, dada la existencia de numerosas filtraciones en la construcción. La oficina del intendente también está afectada, puesto que esta, tiene muchos años de construcción. Los baños que están ubicados dentro del mercado aunque tienen un limitado espacio, se encuentran en buenas condiciones y se mantienen limpios.

Es notorio entrar al mercado y escuchar las voces al unísono de los vendedores ofreciendo sus productos así como de los consumidores regateando los precios. El mercado es visitado por muchas personas especialmente, por su ubicación en el centro de la ciudad y por la variedad de productos, desde verduras hasta ropa. Los guardas de seguridad realizan la vigilancia en todas las áreas del comercio de manera eficiente, tanto de día como por la noche. Cuando las puertas del local son cerradas al finalizar el día, ninguna persona puede entrar.

El Mercado “Santos Bárcenas” era un espacio abierto, pero con el financiamiento de países donantes, fue posible el mejoramiento de sus condiciones. En la actualidad existe un edificio cerrado de dos manzanas, con divisiones de módulos y con una buena distribución espacial.

Este sitio alberga el mayor número de comerciantes de la ciudad de León y se encuentra de manera ordenada y controlada.

Los mercaderes informales ubicados a la orilla de la parte externa del Mercado “La Estación”, cierran sus tramos de ventas con plásticos o sacos de nylon, para proteger sus productos de los agentes externos. Existe un control de los vendedores informales o eventuales, en lo que respecta al pago del impuesto. El cobrador de cada mercado recolecta diariamente los aportes de este tipo de vendedores, para entregarlo en horas de la tarde al intendente correspondiente.

La parte interna presenta buenas condiciones. El piso fue remodelado, lo mismo que el techo. Existe una excelente organización de los tramos, los cuales fueron organizados por sectores de acuerdo a los productos que se ofrecen. En la parte norte se ubica la ropa, comida y granos básicos. En el sur se vende queso, cuajada y golosinas, etc. En la parte este se ofertan frutas y verduras y en el oeste las carnes.

Las condiciones de seguridad, se mantienen las 24 horas del día. Existen policías voluntarios vigilando los alrededores, para dilucidar pleitos entre comerciantes y consumidores, así mismo, resolver cualquier actividad delictiva en el mercado. Estos



vigilantes son pagados por los comerciantes para garantizar alguna seguridad, porque muchas veces no responden por cualquier producto extraviado en la noche.

El Mercado de Sutiaba fue construido a finales del siglo XX. Presenta una infraestructura regular, debido al pequeño espacio con que cuenta, lo que hace que los módulos sean muy reducidos. En la parte exterior del mercado se ubican los mercaderes informales. Ellos vienen de los alrededores de Sutiaba y comarcas cercanas. Traen consigo los canastos llenos de frutas y verduras, que son cosechadas por ellos mismos.

Los tramos del mercado son pocos y están organizados según el producto que se oferta como: secciones de carnes, verduras y mariscos, etc. Las condiciones internas no son buenas, el poco espacio dificulta la buena organización y obstaculiza el paso de personas entre los tramos. Aunque es un mercado pequeño se ha invertido en mejoras para organizar los comerciantes y visitantes que llegan al local. Es un sitio seguro, sólo hay un guarda de seguridad, porque no amerita mayor cuidado y protección.

El Mercado “Metropolitano” es el más nuevo, construido en el año 2007. Presenta la mejor construcción y organización de todos los mercados de la ciudad. El edificio consta de paredes resistentes, con un techo de tejas al estilo colonial, sus pilares están elaborados de concreto y madera. En la parte interna alberga hermosos jardines y bancos de cemento utilizados por los consumidores para un descanso después de las compras.

Existe una excelente organización de los tramos, que están ubicados de acuerdo al producto que se ofrece. El espacio de los módulos es amplio y los comerciantes pueden exhibir sus productos visiblemente al consumidor. Existen secciones de ropa, calzado, joyería y mercadería en general. Tanto las condiciones internas como externas son favorables para realizar de la mejor manera la actividad comercial. La distribución y seguridad es excelente, apto para salvaguardar los productos que se albergan en el lugar antes y después de las horas laborables.

De los 35 comerciantes encuestados, el 77% considera que este mercado presenta una infraestructura viable para realizar correctamente la actividad comercial y solamente el 20% plantea que se debe mejorar las condiciones de este sitio. (Véase anexo, gráfico N° 06).

El Mercado La Terminal, tiene malas condiciones en su infraestructura, sobre todo el techo que está deteriorado. No existe una organización y distribución de los tramos, solamente un galerón donde los comerciantes han construido sus propios tramos y otros carecen de ello



ofreciendo sus productos al aire libre. La mayoría se ubica a la orilla de las calles, obstaculizando el paso peatonal y vehicular.

De los 15 consumidores encuestados, el 73% opina que la infraestructura de este sitio no es viable para realizar el comercio y solamente el 27% lo considera idóneo para realizar esta actividad. (Véase anexo, gráfico N° 07).

Existe poca seguridad, pero los robos por parte de los delincuentes, son mínimos y atacan principalmente a los consumidores. Las malas conexiones de los cables eléctricos ocasionan constantemente serios problemas de corto circuitos provocando la mayoría de los incendios de este tipo en el mercado.

El problema del Mercado “La Terminal”, radica en la falta de un proyecto que diseñe su construcción. La población se ha ubicado de manera desordenada en el sitio circundante de la terminal de buses, para ofrecer sus productos. La Alcaldía Municipal trató de mediar con los vendedores, para trazar una mejor organización y regular los impuestos. Sin embargo, los comerciantes organizaron manifestaciones en repudio a las acciones, como se lee en el diario La Prensa, del 20 de Enero del 2011.

Aunque los mercados de León hayan sido remodelados, no reciben un mantenimiento sistemático. Por tanto, sus construcciones se van deteriorando por los agentes externos. Sin embargo, todavía en la actualidad presentan una buena infraestructura, excepto el Mercado “La Terminal”.

Las condiciones de infraestructura que ostentan los mercados de la ciudad, es consistente con la seguridad de estos sitios, es decir que, actualmente estos locales presentan construcciones aptas para la realización del comercio. Esto conlleva a la seguridad de las personas que compran y venden en estos sitios. Por tal razón los mercados son visitados por la mayoría de la población leonesa. El 63% de los comerciantes encuestados de los diferentes mercados de la ciudad, consideran que la infraestructura de estos sitios es viable para realizar el comercio, pero se debería invertir en algunas mejoras como pintura, tapar goteras, etc. Esto coincide con el 66% de los consumidores encuestados que los consideran lugares seguros e idóneos para la actividad comercial. (Véase anexo, gráfico N° 08).



2.3 COMERCIALIZACIÓN EN LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE LEÓN.

2.3.1 Evolución del Comercio local.

El crecimiento comercial que presenta la ciudad de León, se viene gestando con el desarrollo de los medios de transporte. Este se ha intensificado, desde finales del siglo XIX. Con la llegada del ferrocarril en 1882 a esta localidad, se desarrolló el intercambio de productos de las zonas rurales con la parte urbana. Durante este siglo la ciudad se consolida como un centro urbano y el desarrollo comercial genera un marcado crecimiento poblacional hacia el noreste, sur y este de la ciudad, dando origen a los nuevos barrios. De esta manera se hace necesario el surgimiento de los primeros mercados, para realizar un comercio formal y ordenado.

En la actualidad existen cuatro zonas de mayor concentración, dinamismo y conflicto vial debido a la alta densidad vehicular, donde converge la mayoría de la población leonesa, que coinciden con los respectivos mercados: La zona del Mercado Central; la zona del Mercado “Santos Bárcenas; la zona de la terminal de buses. Estas presentan limitaciones de espacio por el tránsito vehicular y peatonal.

La zona de mayor riesgo que merece una especial atención es la zona de la terminal. Los comerciantes informales se ubican a orillas de las calles a ofrecer sus productos en panas, canastos, cajillas, mesas y plásticos, impidiendo el paso de vehículos y peatones por la transitada calle, como se demuestra en la ilustración N° 20.

La cuarta zona comercial ubicada en Sutiaba a la orilla de la calle central, no presenta un crecimiento significativo, aunque se aprovecha como terminal de buses para los pasajeros con destino a los centros turísticos. La Alcaldía de León se ha propuesto brindar mantenimiento periódico a las calles, para mejorar las condiciones de acceso a la población en general.

Ilustración N° 20. Calle principal este - oeste del mercado La Terminal. Comerciantes ubicados a la orilla, ofertando sus productos a consumidores. 2011.



Tomada por María Elena Medina. 11/08/11.



Actualmente, el comercio en León se desarrolla en cinco mercados, con características diferentes, pero todos contribuyen a la defensa de la economía de las familias implicadas. En estos mercados se lleva un control a través de boletas que contienen los siguientes datos: *Nombre del mercado, nombre del comerciante, sector del expendio, número de la boleta de pago, fecha y la firma del colector.*⁸⁴ Este registro permite a la Alcaldía Municipal, llevar un control de los morosos que se niegan a pagar los impuestos estipulados por dicha institución. Las cuotas de pago son diferentes para cada uno de los mercados.

El Mercado “Metropolitano”, que presenta mejores condiciones, tiene una cuota mayor que los demás. También asumen los gastos de los servicios básicos de dicho local (agua potable, energía eléctrica, tren de aseo, vigilante, etc.) En cambio, otros mercados como el “Central” son subsidiados en algunos gastos de los servicios básicos por la municipalidad, aunque deben aportar un córdoba diario por cada servicio prestado.

Los productos que se ofertan en los mercados de la ciudad han evolucionado en variedad, calidad y cantidad. En el siglo XIX los productos existentes eran: ayotes, sandías, melones, plátanos, mariscos, pan, legumbre, linaza, ajos, cebollas, repollos, trementina, flores, dulces y frijoles, entre otros. Después de la construcción del Mercado “Central”, el cual fue el primero en la ciudad, se organizó la distribución de productos. En la parte norte se ubicaban las boticas. En la parte occidental se ofrecía ropa, telas, y zapatos. El costado sur correspondía al Mesón donde se descargaban los productos que venían en carreta desde la Segovia. Estos eran posteriormente vendidos al mayoreo.

A partir de 1950 con el progreso de la ciudad y el incremento demográfico, los productos y el comercio en los mercados de León han mejorado, razón que conlleva a la construcción de nuevos mercados, para abastecer las necesidades de la población circundante. En los cinco mercados actuales de esta ciudad se ofrecen diversos productos como: verduras, lácteos, huevos, frutas, carnes, refrescos, cosas de horno, dulces, atoles, comidas preparadas, utensilios de plástico, granos básicos, azúcar, calzado, ropa, cosméticos, artesanía, accesorios, carteras, bolsos, mercadería en general, materiales de ferreterías, medicamentos, flores y mariscos traídos de las playas de Poneloya, las Peñitas y Salinas Grandes.

⁸⁴ Alcaldía Municipal de León. *Memoria de Gestión Municipal 2005- 2008*. Documento original. Servicios Municipales. Gobierno Municipal de León. Pág. 106.



2.3.2 Relación comercial interna y externa

2.3.2 .1 Relación Comercial Interna

Está relacionado con el desarrollo de los medios de transporte. En sus inicios, el desarrollo del transporte mular, hizo posible el crecimiento del comercio entre las ciudades. La ciudad de León realizaba el comercio con Las Segovias, principalmente con Matagalpa de donde llegaba.

...largas filas de mulas cargadas de zurrone en aparejos, que traían pan negro de buen sabor, llamado “Pan Matagalpa”, linaza, ajos, cebollas, repollos, trementina en calabacitas, flores, dulces, frijoles y toda clase de artículos comerciales⁸⁵.

Los forasteros se albergaban en el Mesón, que se ubicaba en el espacio donde actualmente se sitúa el Banco de Finanzas (BDF). En ese lugar los hospedantes recibían seguridad y protección. Las mulas se encerraban en los *potreros del Ministro*⁸⁶, posteriormente este espacio fue ocupado por la desmotadora Gurdián. Luego de hacer sus transacciones comerciales, compraban productos de necesidad, los cuales eran llevados en las mulas a sus lugares de origen. Este comercio fluido, hizo posible la construcción de la carretera Matagalpa-León, que comunica también a la ciudad de Managua.

La mayoría de los mercados de la ciudad de León, son abastecidos por la producción local tales como: la carne que se compra directamente en el lugar de destace conocido como “el rastro”, el pollo distribuido por la empresa Tip Top y algunos vegetales. También hay vendedores que llegan de diferentes departamentos y ofrecen sus productos al por mayor, los cuales se distribuyen en los mercados, para ser vendidos al consumidor.

Por ejemplo los mercados son abastecidos de arroz y frijoles, procedentes de San Isidro Departamento de Matagalpa, ubicado a 130 km y del Departamento de Estelí, localizado a 141 km. Los mariscos son traídos de las playas de Poneloya y las Peñitas situadas a 20 Km, al oeste de la ciudad. También de Salinas Grandes, que se localiza a 25 km al sureste de León.

Los bananos, naranjas, ayotes y chayotes, son traídos de las comunidades de Chacaraseca, La Ceiba y Lechecuagos, ubicadas a menos de 10 km, en el sector este. Los mercados que

⁸⁵ Buitrago Matus. Óp. Cit. Pág. 99.

⁸⁶ Llamado así, porque el dueño había sido el ciudadano norteamericano Mr. Poten, recordado con mucho cariño por la población de la ciudad de León.



ofrecen ropa, zapatos y bolsos, etc. se abastecen en el Mercado Oriental en Managua ubicado a 90 km de la ciudad de León y de otros mercados de Masaya, con una distancia de 118 km y Chinandega situado en la parte noroccidental a 44 km.

En la actualidad predominan las relaciones comerciales internas en los mercados de la ciudad de León, como resultado de las características particulares que presentan. Este comercio es suficiente para abastecer las necesidades básicas de la población leonesa y visitantes, lo que impide el desarrollo comercial externo.

2.3.2.2 Relación Comercial Externa

La ciudad de León en el siglo XIX, no comercializaba con el exterior, *sino principalmente con el mercado interno nacional*.⁸⁷ La ampliación de las vías de comunicación vinculada con la expansión de la agricultura, fue el eje principal, para el desarrollo del comercio interno de la ciudad, que llevó posteriormente a la llegada del ferrocarril. Lo que permite la mejora de las

actividades comerciales hacia el exterior.

Ilustración N° 21. Maqueta del Mercado Metropolitano. Construido en el espacio que ocupaba el desaparecido Mercado Cholutequita. 2002.



Fuente: Archivo Alcaldía Municipal de León. 2003-2005.

En la actualidad, el comercio externo entre los comerciantes de los diferentes mercados es poco desarrollado. En el Mercado “La Terminal”, se comercializan algunas verduras, que en ese momento no corresponden a la estación del año y se vuelven escasos en el país. Ejemplo el tomate traído del país vecino, Honduras, que es de buena calidad y se compra a bajo precio, según las opiniones de los comerciantes.

La ilustración N° 21, muestra la maqueta del Mercado “Metropolitano”, que está ubicado en el centro de la ciudad, en el espacio que anteriormente ocupaba el mercado llamado “Cholutequita”.

⁸⁷ Vargas, Oscar René. *Historia del siglo XX. Nicaragua 1893-1909. La Revolución Liberal*. Tomo I. Imprimatur. 2001. Nicaragua. Pág. 16.



Como se muestra en la ilustración N° 22. Este mercado es caracterizado actualmente por su orden y limpieza, donde solo se oferta mercadería en general.

Según los entrevistados el 35% de los comerciantes de este mercado viajan al extranjero (Honduras, Guatemala y Panamá) a comprar sus productos, para obtenerlos a bajos costos y ofrecerlos al consumidor a precios accesibles tales como: perfumes, zapatos, carteras y ropa, entre otros

Ilustración N° 22. Mercado Cholutequita. Vista exterior. Esquina Noreste de la catedral. En este espacio se construyó el Mercado Metropolitano. 2003.



Fuente: Archivo Alcaldía Municipal de León.

Esto demuestra que las relaciones comerciales externas de los comerciantes en la ciudad de León, con respecto a los mercados son escasas, porque la mayoría ofertan productos perecederos que deben moverse rápidamente, para evitar pérdidas de sus inversiones y ganancias.

2.4 FINANCIAMIENTOS DE PROYECTOS EXTRANJEROS.

La cooperación externa ha jugado un papel fundamental en el municipio de León, al apoyar la implementación del plan de inversiones municipales. Las donaciones externas representaron un 70% de la ejecución de proyectos desde 1992 hasta 1998.

La municipalidad de León ha logrado articular una buena red de apoyo con la comunidad internacional. Existen hermanamientos oficiales con ciudades de Europa y Estados Unidos, así como, las relaciones de cooperación, intercambio y asistencia técnica con ciudades extranjeras. Entre las que se destacan, la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), la Agencia Sueca para el Desarrollo Internacional (ASDI), Cooperación al Desarrollo de Países Emergentes (COSPE-Italia) y hermanamientos con: Hamburgo (Alemania), Utrecht



(Holanda), Zaragoza (España), Salzburgo (Austria), Alicante (España), Minnesota (EEUU), Gettysburg (EEUU), entre otros.

Muchos de éstos cooperantes han financiado proyectos, para las mejoras de condiciones higiénico-sanitarias, ambientales y de infraestructura de los cinco mercados. Se ha logrado también el financiamiento de nuevos proyectos de la municipalidad, lo que ha permitido brindar nuevas condiciones a estos locales y a la población circundante.

Las mejoras de los mercados repercuten positivamente en la buena salud de la mayoría de la población, que participa en la actividad comercial de estos sitios. Debido a que en ellos, se ofrecen alimentos preparados a bajo costo y muchos profesionales lo visitan para almorzar. Así mismo se resuelven eficientemente problemas ambientales y de otra índole para mantener aseado y agradable estos lugares, coadyuvando al beneficio de la población en general. De forma particular cada uno de los mercados a continuación cuenta con proyectos de mejorar su infraestructura y servicios a la población.

2.4.1 Mercado “Félix Pedro Carrillo” o Mercadito Sutiaba

El Mercado Félix Pedro Carrillo mejor conocido como Mercadito Sutiaba, presentaba condiciones desfavorables para los comerciantes y consumidores. Como se muestra en la ilustración N° 23. En el año 2001 el gobierno del Japón financió un proyecto para construir tres pabellones con sus respectivas tuberías de aguas negras.

Ilustración N° 23. Entrada principal del Mercado Félix Pedro Carrillo, antes de la remodelación. 2000.



Fuente: Archivo Alcaldía Municipal de León.



En el proyecto también se contempla botar el muro que divide el mercado de la calle, ampliarlo hasta la cuneta y cerrar con malla para tener más espacio, como se presenta en la ilustración N° 24.

En el año 2008, la Alcaldía destinó fondos para mejorar las condiciones del local, a través de un proyecto de reparación del sistema higiénico sanitario de tres mercados, incluyendo el de Sutiaba.

2.4.2 Mercado “Raúl Cabezas Lacayo” o Mercado Central

Ilustración N° 25. Costado Oeste del Mercado Raúl Cabezas Lacayo. Entrada principal a la 2^{da} planta. 2000.



Fuente: Archivo Alcaldía Municipal. 2000.

fue asumido por la Agencia Española de Cooperación Internacional, la Escuela Taller de León y la Alcaldía Sandinista el 26 de Junio de 1998.

La segunda, fue la encargada de facilitar una formación en la recuperación del patrimonio y contrató a jóvenes de escasos recursos económicos, para dicha construcción. Esta ha jugado un papel importante en la realización de dichos proyectos a la hora de proporcionar mano de obra calificada.

Ilustración N° 24. Entrada principal del Mercado Félix Pedro Carrillo. Sutiaba. 2011.



Tomada por María Elena Medina. 05/07/2011.

La Alcaldía Municipal de León, el Instituto Nicaragüense de Cultura y la Agencia Española de Cooperación Internacional, movidos por la necesidad de una urgente revitalización del Centro Histórico de León, han venido desarrollando mejoras en el Mercado Central, como lo muestra la ilustración N° 25.

El Proyecto de Mejoramiento y acondicionamiento del Mercado Central,



2.4.3 Mercado “Metropolitano”

El espacio actual que ocupa este mercado, fue destruido producto de los bombardeos de la guerra revolucionaria de 1979, lo que acentuó el surgimiento del comercio informal entre 1988-1989 Como se muestra en la ilustración N° 26. Con la revitalización del Centro Histórico por iniciativa de la Alcaldía Municipal, la asociación de

Ilustración N° 26. Inmueble destruido después de la guerra civil de 1979. Ocupado actualmente por el Mercado Metropolitano. 1979.



Fuente: Archivo Alcaldía Municipal de León.

comerciantes del mercado informal en coordinación con la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), se logró la construcción del Mercado Metropolitano que alberga a 114 comerciantes.

El proyecto se construyó en dos fases. La I fase tuvo un costo de U\$ 495,629.00. La Cooperación Internacional Española aportó U\$ 240,000.00 dólares, la Alcaldía Municipal

Ilustración N° 27. Construcción de la I Fase del Mercado Metropolitano. Cooperación AECI.



U\$130,629.00 dólares y los Comerciantes U\$125.000.00, como se muestra en la ilustración N° 27. La II fase costó U\$ 254,299.75 dólares, la AECI aportó la cantidad de U\$ 182,552. 89 dólares y U\$ 71,746.86 dólares fue asumido por la administración local. Período 2005-2007.

2.4.4 Mercado “Santos Bárcenas” o Mercado La Estación

Fuente: Archivo Alcaldía Municipal. 2003-2005.



Ilustración N° 28. Mejoras del Mercado Santos Bárcenas, auspiciado por el senado de Hamburgo. 1998.



Fuente: Archivo Alcaldía Municipal.

Las mejoras de las condiciones higiénico-sanitarias de este mercado fueron financiados por la cooperación de Hamburgo, consistió en el saneamiento del mercado, la construcción de la oficina de la intendencia, compra de aire acondicionado y cielo raso. Entre 1996-2000 la Alcaldía Municipal, realiza cambios en la infraestructura de la parte central y ampliación de 80 módulos de la parte externa.

También la Alcaldía gestionó un proyecto para el cambio de la infraestructura en dos etapas, I y II, donde se ubicaron 100 mujeres. Este proyecto tuvo un costo de CS 2, 437,790.72 córdobas para la I etapa y CS 1, 933,254 córdobas para la II etapa. En total tuvo un costo de CS 4, 371,044.72 córdobas. Todo financiado por el Senado de Hamburgo, como se señala en la ilustración N° 28. En la actualidad se está ejecutando un proyecto llamado Urb-A13 que asciende a tres millones de euros. Este fue planificado para que concluya en el año 2012.

El proyecto es coordinado por la Región Toscana-Italia, pero intervienen organizaciones, municipalidades europeas y latinoamericanas. La Alcaldía manifiesta que la municipalidad propone la ejecución de construcción de áreas del mercado y restauración de la antigua estación junto con la bodega y la calle principal por donde pasaban las antiguas líneas férreas.

2.4.5. Mercado La Terminal

Con el financiamiento del gobierno de Aragón, la Fundación Ecológica y Desarrollo (ECODES), junto con la Alcaldía Municipal de León se llevó a cabo un proyecto con un costo de 93,804.37 euros. El proyecto consistió en la instalación del sistema de agua potable, instalación del sistema de alcantarillado sanitario, instalación de drenaje pluvial, manejo de desechos sólidos y la formación de cooperativas de recicladores de desechos, como se muestra en la ilustración N° 29.

Ilustración N° 29. Instalación del sistema de alcantarillado sanitario en el Mercado la Terminal, financiado por el gobierno de Aragón-España. 2011.



Tomada por María Elena Medina. 04/07/2011.



CAPÍTULO III

APORTE DE LOS MERCADOS EN LA

ECONOMÍA Y DESARROLLO SOCIAL DE LA

CIUDAD DE LEÓN Y POBLACIÓN.



3.1 DESARROLLO URBANÍSTICO

3.1.1 Desarrollo en infraestructura

Los mercados como espacios históricos y sitios consuetudinarios, actualmente puntos de referencia de esta ciudad, merecen especial interés en mejoras de infraestructura tanto en su local como el sitio circundante. Pero la diferencia entre los ingresos y egresos de los diferentes mercados de la ciudad de León son mínimos, por lo que las ganancias obtenidas no son suficientes para construir o remodelar sitios en la ciudad. Los impuestos recaudados son utilizados para pagar el personal administrativo, limpieza, fumigación y algunas pequeñas mejoras en infraestructura de los mercados.

La destrucción del Mercado Central por el incendio de 1951, en parte fueron asumidos por los fondos de la municipalidad, producto de la recaudación de impuestos. Las construcciones y mejoras elaboradas recientemente en estos sitios en su mayoría son costeadas por financiamiento de países cooperantes.

Los intendentes en coordinación con la Alcaldía Municipal elaboran proyectos y gestionan apoyo internacional, para mejorar las condiciones de cada mercado, con el objetivo de ofrecer a los comerciantes formales y consumidores lugares aptos y confortables donde realizar la actividad comercial.

Tal es el caso del Mercado “Félix Pedro Carrillo”, de cobertura comunal, cuyos egresos son mínimos y sus mejoras han sido costeadas por financiamiento extranjero y apoyo de la municipalidad. En relación a esta situación la intendente señala:

*No existen inversiones en el mismo, debido a que lo recaudado no ajusta ni para pagar el personal que labora. Este mercado lo subsidian los mercados grandes como La Terminal el Mercado Central y el Mercado La Estación, porque solo tenemos cien comerciantes.*⁸⁸

Esto, confirma la problemática que presenta el Mercado “Félix Pedro Carrillo” o Mercadito Sutiaba. Este es el mercado más pequeño de la ciudad, por tanto no genera excedentes para remodelación y ampliaciones de su propia infraestructura, mucho menos para construir obras sociales en la ciudad. Sin embargo, los mercados restantes si generan ganancias, pero no para grandes construcciones, sino para pequeñas remodelaciones en sus locales y gastos surgidos

⁸⁸ Entrevista realizada por María Elena Medina a: Inés Velázquez. Intendente del Mercado Félix Pedro Carrillo. León. 21 de junio del 2011.



en cada mercado, así como el pago de los servicios básicos y pequeñas obras sociales en la ciudad. La intendente del Mercado Santos Bárcenas señala al respecto.

Este mercado se ha ampliado y mejorado toda la infraestructura con el aporte de los comerciantes, porque sus impuestos se revierten, además con organismos donantes que invierten en este local.⁸⁹

Este, es considerado uno de los más grandes de la ciudad y donde se ha invertido con regularidad en la infraestructura. Por tal razón, actualmente presenta buenas condiciones comparada con los años anteriores. En el año 2011 se amplió el galerón donde estaba la antigua estación del ferrocarril. Esto para brindarle mejores condiciones a los comerciantes que ofertan granos básicos. Además se mejoró el drenaje de las aguas servidas, reforzamiento de la infraestructura y drenaje en el sistema interno para evitar los malos olores.

Otro de los mercados que presenta buenas condiciones, es el Mercado Metropolitano. Tiene una construcción reciente, es el más nuevo de la ciudad. Al respecto se señala:

Se le ha dado mejoras en el mantenimiento, en todo el techado de este Mercado, y las ventas han crecido en un cien por ciento.⁹⁰

El Mercado Metropolitano ostenta la mejor infraestructura de todos los mercados de la ciudad. Cuenta con una construcción reciente y un buen diseño organizativo. Además los comerciantes pagan en tiempo y forma los impuestos, que se invierten para reparaciones del local.

3.1.2 Desarrollo en inversiones productivas

La inversión está vinculada únicamente, hacia el desarrollo productivo de algunos comerciantes, principalmente los que se ubican en los mercados de “La Terminal”, “Santos Bárcenas”, “Raúl Cabezas Lacayo” y “Félix Pedro Carrillo” donde se ofertan productos como granos básicos (maíz y frijoles), verduras y frutas.

Una parte de vendedores cultivan en los patios de sus casas, parcelas familiares o compran pequeños lotes de tierra para cultivar estos productos y ofrecerlos a precios favorables en el mercado. Estos radican muchas veces, en comunidades aledañas o barrios periféricos de la

⁸⁹ Entrevista realizada por María Elena Medina a: Socorro Dávila Jirón. Intendente del Mercado Santos Bárcenas. León. 06 de junio del 2011.

⁹⁰ Entrevista realizada por María Elena Medina a: Danelia Moreno. Intendente del Mercado Metropolitano. León. 21 de junio del 2011.



ciudad. Algunos cultivan en mayor cantidad y abastecen pequeños tramos de otros comerciantes que revenden el producto. Esto permite regular el precio al costo estipulado en cada mercado y obtener mejores ganancias, así mismo para el sustento diario. Al respecto señala María Elena Maradiaga, intendente del Mercado Central:

Muchos comerciantes que viven en la periferia cultivan en sus huertos familiares hortalizas, sandías, pipianes, frutas y vienen con sus panas a ofrecerlos al mercado.⁹¹

Esta práctica es muy común en las personas que habitan en las comunidades cercanas. Cuando está lista la cosecha se trasladan a los mercados, a ofrecer los productos a los consumidores, cargando en panas o sacos lo cultivado. Estos productos se cotizan a bajo costo, comparado con los traídos de otros departamentos.

Sin embargo, este tipo de actividad es más frecuente en el Mercado “Félix Pedro Carrillo” ubicado en Sutiaba con la llamada “Pana Campesina”. Estos vendedores en su mayoría cultivan frutas y verduras en sus tierras, ubicadas en el casco urbano. En las primeras horas de la mañana se trasladan en buses y camionetas hacia este sitio, a ofrecer sus productos al consumidor. Se ubican en la parte externa del mercado, cubriendo toda la acera y la calle de la entrada del local.

Estos comerciantes son informales y no pagan impuestos a la municipalidad, por carecer de un lugar adecuado, pero están obligados a dar, un aporte monetario diario establecido por la Alcaldía Municipal. Los productos que ofrecen son más baratos que los que se ubican dentro del mercado.

3.1.3 Desarrollo de los medios de transporte y comunicación

El desarrollo de los medios de transporte y comunicación, está estrechamente vinculado con el progreso de la actividad comercial en la ciudad de León. Antes de la llegada de los españoles, el comercio se realizaba a pie. Al amanecer los indígenas se preparaban para llevar los productos de la huerta a la ciudad: *Pollos, huevos, cebollas, tomates, chiltomas, pipianes,*

⁹¹ Entrevista realizada por María Elena Medina a: María Elena Maradiaga. Intendente del Mercado Central. León. 07 de octubre del 2010.



*repollos, etc.*⁹² Estos productos eran cargados en las espaldas de los Tlamanes o indios cargadores con *bambadores*⁹³ y *Mecapal*.⁹⁴

Las indígenas que cargaban en la cabeza utilizaban el yagual. Se vivía una economía familiar. El poco excedente de producción lo utilizaban para realizar el trueque. Por tanto, el comercio entre los pueblos era casi inexistente. Con la llegada de los españoles llega también el animal de carga y posteriormente la rueda lo que significó un avance para el comercio que se realizaba en los tiangués, donde solamente las mujeres podían vender.

La carreta fue utilizada para trasladar productos a las ciudades, pero principalmente para trasladar personas. El 14 de noviembre de 1850, Juan Callejas Soto procedente de Chinandega tenía un transporte activo con un tren de carretas de cinco jornadas hasta Granada. Estas iban acompañadas por un grupo de hombres armados que escoltaban la caravana, porque eran seguros los asaltos en el camino. La llegada se anunciaba con cuernos, siendo sinónimo de alegría, pues traían mercaderías y noticias.

El gobernador de Nicaragua Rodrigo de Contreras, mandó a pregonar en las ordenanzas en León el 26 de julio de 1537, que se provean a los habitantes de carretas y bestias, esto no era para beneficiar a los indígenas, sino con el objetivo de mejorar el comercio y la comunicación entre los pueblos y ciudades. Sin embargo contribuyó para evitar que los indígenas recorrieran largas caminatas a pie a comercializar sus productos.

Posteriormente surge el transporte acuático. Los botes eran contruidos con madera de cedro para transportar carga y pasajeros. El viaje de San Juan del Sur a Granada duraba de 20 a 30 días. Un bote famoso fue el llamado “Victoria”, el cual estuvo activo durante 80 años, este era propiedad de Alfredo Pellas. Por otro lado, el comercio creció rápidamente con la llegada del tren. Así se señala:

⁹² Molina Arguello, Carlos. “Transporte Primitivo en Nicaragua”. *Revista Conservadora*. Volumen 2. N° 11. Nicaragua. Agosto 1961. Pp. 17-24.

⁹³ Redes elaboradas de cabuya, para trasladar los productos de un lugar a otro.

⁹⁴ Faja de cuero que cruza por enfrente y de la que pende una red.



En 1873 se firmó un contrato con la firma J E Hollembeck & Co de San Francisco California, para la construcción del ferrocarril de Granada a Managua y con Enrique Meiggs Keith para la construcción de la línea entre León, Chinandega y Corinto.⁹⁵

Esta importante obra se inicia, bajo la presidencia de Pedro Joaquín Chamorro y se termina en 1881 con la presidencia de Joaquín Zavala. De tal forma que en 1882 llega la primera locomotora a León, desde este momento el comercio se desarrolló de manera más rápida y eficaz entre las diferentes ciudades.

Los pobladores de la zona rural se trasladaban con sus canastos repletos de verduras, para ofertarlos en la estación del tren, se ubicaban a ambos lados de los rieles donde convergían los viajeros de diferentes lugares. Este espacio se convirtió posteriormente en el Mercado de la Estación, actualmente llamado “Mercado Santos Bárcenas”, como se muestra en la ilustración N° 30.

Ilustración N° 30. Comerciantes ubicados a la orilla de los rieles del ya desaparecido ferrocarril, para ofrecer sus productos a los viajeros. Siglo XIX.



En la actualidad el ferrocarril no existe en Nicaragua, pero la aparición del vehículo motorizado terrestre ha generado significativos

Fuente: Archivo Alcaldía Municipal de León. Siglo XIX.

avances en la actividad comercial y con ello la movilidad de los productos se ha intensificado.

Los mercados urbanos como sitios consuetudinarios y puntos de referencia son atravesados por diferentes rutas interurbanas (buses, camionetas y taxis) y utilizados como estaciones de paradas, lo que permite la afluencia de consumidores de los diferentes puntos de León a estos sitios. Además son considerados lugares relativamente seguros.

El Mercado “La Terminal”, “Santos Bárcenas” y “Félix Pedro Carrillo”, tienen una característica en común, son utilizados como terminales de buses, para pasajeros que se

⁹⁵ Molina. Óp.cit. Pp. 17-24.



dirigen a otros departamentos y zonas rurales, esto permite una mayor actividad comercial entre los viajeros y los comerciantes.

Anteriormente la parada de buses, que se ubica hoy en el mercado Félix Pedro Carrillo, estaba ubicada fuera del local. Los comerciantes solicitaron que se estableciera en la parte interna. Esto les ha generado mejoras en la venta de sus productos. Al respecto se plantea.

Con la utilización como terminal de buses en este mercado, las personas de las comarcas vienen a comprar sus productos. También los que se dirigen a las playas de Poneloya principalmente y los turistas. Así es que podemos vender más rápido los productos. Esto ha servido para ampliar y mejorar el mercado.⁹⁶

Se considera que las mejorías de los mercados han conllevado al desarrollo de los medios de transporte. Esto se manifiesta, porque en las remodelaciones de estos sitios, se han construido espacios para parqueo vehicular privado y paradas de autobuses, camionetas y caponeras.

El 48 % de los consumidores encuestados plantean que las expresiones de progreso que presenta la ciudad de León, tienen relación con los mercados y se explica en el desarrollo de los medios de transporte. Los mercados como lugares más visitados, necesitan diversos medios, que aseguren la movilización de las personas que llegan a estos sitios desde diferentes puntos de la ciudad. Un transporte fluido y en buenas condiciones, logra una mayor concurrencia en los mercados y por tanto una mejor movilidad de los productos, lográndose de esta forma, mayores ganancias. Esto permite a los comerciantes pagar sus impuestos en la fecha establecida por las autoridades municipales, los que posteriormente son invertidos en obras de progreso de la localidad. (Véase anexo, gráfico N° 09).

3.2 SITUACIÓN ECONÓMICA DE COMERCIANTES Y CONSUMIDORES

3.2.1 Comerciantes

Los comerciantes fijos tienen una mayor evolución económica, en comparación con los comerciantes informales. Los primeros ostentan tramos aptos e idóneos, para realizar el comercio, además calidad y variedad en los productos. Sin embargo, los segundos están

⁹⁶ Entrevista realizada por María Elena Medina a: Jaime Muñoz. Comerciante del Mercado Félix Pedro Carrillo. León. 06 de junio del 2011.



expuestos a la intemperie y la mayoría ofrecen productos perecederos, cultivados en sus parcelas familiares. Otros se ubican en las orillas de los mercados, para ofertar productos textiles adquiridos muchas veces en el mercado oriental. Por estas razones, las ganancias que obtienen los comerciantes informales son pocas, imposibilitando la manutención de la economía del hogar.

No obstante, los mercados existentes en la ciudad de León juegan un papel muy importante en la economía de las familias leonesas, como fuente de ingreso para los comerciantes y de ahorro para los consumidores. De 190 comerciantes encuestados en los diferentes mercados, el 78%, considera que los mercados, han aportado en las mejoras económicas de las familias leonesas y solo un 22% aseguran lo contrario. (Véase anexo, gráfico N° 10).

Los mercados mantienen la economía de la ciudad, porque ofrecen mejores rebajas en los productos. Además son fuente de trabajo y ayudan a mantener el hogar.⁹⁷

Como se plantea en la entrevista, los mercados son de gran importancia para la población leonesa, ya que esta ciudad no cuenta con importantes centros industriales y existe un alto índice de desempleo. Estos han venido a subsanar necesidades básicas de los comerciantes, principalmente en el ámbito familiar.

Desde la fundación del Mercado “Central” en 1873, que fue el primer mercado en la ciudad, se favoreció a familias de escasos recursos económicos interesadas en este negocio. A medida que se han venido construyendo nuevos mercados, se les ha dado apertura a hombres y mujeres para establecer un negocio propio. Muchos de ellos han aprovechado la oportunidad y mejorado sus módulos e incrementado sus productos. Por tanto reciben mayores ganancias. Sin embargo, otros únicamente obtienen para la subsistencia.

Los mercados están ubicados en zonas estratégicas de la ciudad, por ende permiten al consumidor escoger y acceder al sitio que más le convenga, tomando en cuenta la asequibilidad, distancia o el tipo de producto que desea adquirir.

Por lo general las mercancías que se encuentran en los mercados son más baratas que los ofertados en las tiendas y muchas veces de la misma calidad. Los productos perecederos generan pocas ganancias. Esto depende de la oferta y la demanda y muchos de ellos se pierden

⁹⁷ Entrevista realizada por María Elena Medina a: Paula Ramona Palacios. Comerciante del Mercado Santos Bárcenas. León. 13 de junio del 2011.



por la pronta descomposición. Lo que ocasiona la disminución de las ganancias a los comerciantes.

Sin embargo, algunos comerciantes que poseen módulos más grandes y que ofertan productos como ropa, zapatos y electrodomésticos, han logrado mejorar sus casas y adquirir vehículos usados, que les brinda una mejor calidad de vida. Por tal razón los comerciantes de los mercados se benefician de manera desigual.

El 62% de los comerciantes encuestados opina que el negocio del mercado les es suficiente para mejorar su economía y solo un 37% considera, que este negocio no les ha ayudado en su mejoría económica. No obstante, les ha permitido la preparación profesional de sus hijos, los que en su mayoría posteriormente ayudan a sus padres económicamente y de esta forma el nivel de vida de la familia mejora y también permite la ampliación del negocio. (Véase anexo, gráfico N° 11).

De los 190 comerciantes encuestados en los diferentes mercados de la ciudad, el 54% tiene más de 10 años de vender en los mercados, un 19% 10 años y el 23% más de 5 años y solo un 4% tiene menos de 5 años, considerados los últimos como comerciantes nuevos. (Véase anexo, gráfico N° 14).

La mayoría de los comerciantes comenzaron su vida laboral en los mercados desde muy jóvenes (hasta ocho años). Estos han crecido en el ambiente comercial y les ha permitido subsistir y apoyar a los ingresos del hogar, costear gastos de salud, educación, vestimenta, etc. No obstante, el dinero obtenido no les ha sido suficiente para desarrollarse sustancialmente. Ellos reconocen que su trabajo colabora de cierta forma con su economía y la de la población leonesa.

Tomando en cuenta estos resultados y las entrevistas realizadas, se puede afirmar que un 69% de los comerciantes ubicados en los mercados de la ciudad de León, mejoró su nivel de vida, unos más que otros. Algunos plantean que iniciaron con pequeños negocios y con el tiempo fueron creciendo e invirtiendo en nuevos productos y ahora se han convertido en comerciantes mayoritarios y otros tienen grandes módulos y ofertan todo tipo de artículo, hasta electrodomésticos.

Algunos comerciantes también se desempeñan como prestamistas de los mismos mercaderes, lo que les genera aumento de su capital y de la inversión en sus módulos. Así pueden adquirir hasta vehículos y realizar mejoras en sus viviendas.



Los comerciantes del desaparecido Mercado “Cholutequita”, espacio que hoy ocupa el Mercado “Metropolitano” aseguran que hace 10 años solo tenían una mesa con unos pocos productos y actualmente obtienen tramos con variedad de productos, duplicando en un 200% sus ganancias. Por tanto han mejorado su nivel de vida, incluyendo la educación de sus hijos y la infraestructura familiar.

El 20% asegura que el negocio del mercado les ha rentado muchos beneficios, un 49% también se ha beneficiado pero en menor medida y solo un 30% plantea que no han sido beneficiados en nada, únicamente les alcanza, para ayudarse en la alimentación. (Véase anexo, gráfico N° 15).

El 92% de los comerciantes en los mercados son mujeres y muchas consideran el tramo como su fuente de empleo, para llevar el sustento diario a su hogar. La mayoría comparten la satisfacción que con ese trabajo han preparado profesionalmente a sus hijos, aunque sus tramos no hayan mejorado como quisieran.

En los mercados existen jóvenes que conservan tramos ya sean heredados de sus padres o abuelos, donde trabajan toda la semana para pagar sus estudios sabatinos y/o dominicales en educación media, técnica o universitaria.

El 73% de los comerciantes encuestados opina que, el negocio de los mercados les ha contribuido al mejoramiento de su salud y la inversión en la educación. Esta se fundamenta en el planteamiento, que con las ganancias obtenidas en estos sitios han logrado adquirir los medicamentos necesarios en algún caso de enfermedad. Y también han conseguido costear la educación de sus hijos, que en su mayoría se han convertido en profesionales o están en sus carreras universitarias. (Véase anexo, gráfico N° 16).

3.2.2 Consumidores

Los mercados son para los consumidores, fuente importante en el ahorro de la economía familiar. Los productos se obtienen a precios favorables, comparados con los ofertados en las tiendas o supermercados. Al obtener los productos más baratos, les permite rentabilizar el dinero y solventar los gastos establecidos mensualmente. Por tanto, el 49% de los encuestados opina, que siempre frecuentan los mercados de la ciudad y el 47% lo visitan casi siempre y solo un 4% nunca los visitan. (Véase anexo, gráfico N° 12).



Los productos que se ofertan en el mercado son más baratos que en las tiendas, porque están sin impuestos. Además tengo la oportunidad de pedir rebaja y se puede negociar la mercancía.⁹⁸

Los consumidores entrevistados coinciden que, comprar en los mercados de esta ciudad es rentable. Además han calculado que se puede comprar mayor cantidad de productos con una determinada cantidad de dinero en un mercado, que en un centro comercial. Por ejemplo la verdura, la mayoría de los leoneses la compran en el Mercado “La Terminal” por ser fresca y barata. Existe una gran diferencia entre el precio y la calidad si la compra en cualquiera de los supermercados, donde se oferta verdura que a veces no es fresca y es a un alto costo.

También en los mercados donde se ofrece ropa, zapatos y bisutería, se puede obtener una prenda con el 20% menos en comparación con las tiendas. Por esta razón el 89% de los encuestados afirma que la compra de productos en los mercados de la localidad les favorece a su economía. (Véase anexo, gráfico N° 13).

3.3 SITUACIÓN FINANCIERA DE LOS MERCADOS

3.3.1 Ingresos de los Mercados de la ciudad.

En lo referente a las finanzas, no se cuenta con un fondo suficiente, debido a la pequeña diferencia que existe entre los ingresos y egresos, generado por la falta de pago de impuestos de algunos comerciantes.

Se determina que la superficie total de infraestructura de los mercados es de 43, 708.79 m². Cuentan con el personal siguiente: 1 intendente, 4 jefe de secciones, 1 asistente del intendente, 4 auxiliares administrativos, 1 inspector, esto para cada mercado, también 11 colectores y 39 barredores destinados para todos.

Para el pago del personal se necesita C\$ 217,299.24 y en horas extras 8,664 córdobas mensuales. Los gastos básicos giran alrededor de 95, 024,09 córdobas mensuales, solamente para el pago de agua y energía eléctrica y C\$ 7,553.33 para mantenimiento y materiales de limpieza como lavado, fumigación, escobas, cepillos, etc. El gasto total es de 328,540.66 córdobas aproximadamente, los que se asumen con los ingresos generados en los mercados de la municipalidad.

⁹⁸ Entrevista realizada por María Elena Medina a: Rosa Johana Estrada. Consumidora del Mercado Metropolitano. León. 29 de junio del 2011.



En los mercados debería permanecer una ganancia de C\$ 1, 088,820 córdobas anuales aproximadamente. Para el año 2008 solamente se logró recuperar, la cantidad de 431,000 córdobas, generando una mora de 657,850.00 córdobas.

Si cotejamos las cifras del año 2008 brindadas por Alina Rojas, Directora de Servicios Municipales de la Alcaldía Municipal, encontramos un déficit de C\$16,167.000 córdobas.

Tabla N° 07. **Ingresos y egresos de los Mercados de la ciudad de León**

Año	Ingreso en córdobas	Egreso en córdobas
2005	4,461,644.43	3,673,298.23
2006	5,734,182.56	6,096,765.50
2007	4,791,417.83	4,231,475.84

Fuente: Memoria de Gestión 2005-2008. Alcaldía Municipal de León.

Como refleja la tabla N° 07 de ingresos y egresos de los mercados, en el año 2005 haciendo la diferencia entre el ingreso y los gastos obtenidos, se obtiene una ganancia de 778,346.20 córdobas. En cambio en el año 2006, lo que se genera es un déficit de 362,582.94 córdobas y en el año 2007 la ganancia es de 559,941.99 córdobas. Esto demuestra que los mercados generan ingresos a la ciudad, aunque con algunas fluctuaciones. Sin embargo, a partir del año 2010 se establecieron nuevas medidas, para un mayor control de los impuestos. Esto con el objetivo de que se aumente la recolecta y así realizar mayores labores de mantenimiento, remodelación e inversiones sociales en la ciudad.

Una vez al mes la Directora de Servicios Municipales se reúne con los intendentes de cada mercado, los colectores y los auxiliares, para analizar la situación financiera de cada mercado y realizar un balance de lo que se recupera, analizan cuanto es la mora, los gastos básicos, los gastos del personal, el total de gastos y gastos pendientes. Esto se realiza con el objetivo de llevar un control del funcionamiento financiero de cada mercado.

La tasa promedio mensual por tramo es de C\$ 0.50 centavos por m² + 15% impuesto sobre la venta (ISV) + C\$ 1.00 tren de aseo. A partir de esto se generan ingresos mensuales por tasa



Tabla N° 08. **Ingresos de los Mercados. 2007.**

Mercados	Ingresos Mensuales por tasa
Félix Pedro Carrillo	C\$ 18,259.00
Raúl Cabezas Lacayo	C\$ 13,673.00
Metropolitano	C\$ 61,373.00
Santos Bárcenas	C\$ 115,194.00
La Terminal	C\$ 96,294.00
	Total: C\$ 304,793.00

Fuente: Memoria de Gestión 2005-2008. Alcaldía Municipal de León.

En la tabla N° 08, se demuestra los pocos ingresos generados por los mercados a la municipalidad, considerados insuficientes para invertir en la infraestructura de la ciudad. El Mercado “Santos Bárcenas” y el Mercado “La Terminal” son los que aportan mayor ingreso, dado que son los más grandes y albergan mayor número de comerciantes. El Mercado “Central” es un caso especial, porque a pesar de ser uno de los mercados más organizados, con suficiente cantidad de tramos y de comerciantes, el ingreso es poco debido a que el 90% de los comerciantes son mujeres y más de la mitad pasan los 60 años.

El Mercado “Metropolitano” a pesar de ser pequeño, genera un ingreso considerable. El 98% de los comerciantes pagan en tiempo y forma sus impuestos a la municipalidad y asumen el pago del tren de aseo, agua potable, energía eléctrica y el guarda de seguridad.

El Mercado “Félix Pedro Carrillo” es pequeño, la mayoría de los comerciantes ofertan productos perecederos. No existen tramos grandes lo que genera un ingreso bajo. Este mercado es subsidiado por los mercados más grandes de la ciudad.

Existen tres tipos de ingresos al municipio: los ingresos corrientes o propios que son generados por los impuestos recaudados en la localidad, los ingresos de fondos de transferencia aportados por el Ministerio de Hacienda que se asigna a cada municipio y los ingresos de donaciones que llegan del extranjero para financiar proyectos desarrollados en beneficio de la población.

Con el total de estos ingresos se pueden hacer mejoras de infraestructura en los mercados y obras sociales en la municipalidad como: reparación de calles, iglesias y parques, entre otros.



3.3.2 Impuestos de los Mercados

En la ciudad de León existen actualmente cinco mercados representativos, como se ha venido señalando en el presente estudio: Mercado de Sutiaba “Félix Pedro Carrillo”, Mercado Central “Raúl Cabezas Lacayo”, Mercado “Metropolitano”, Mercado La Estación “Santos Bárcenas Centeno” y Mercado “La Terminal”, en los que se atienden alrededor de cinco mil usuarios diariamente.

El producto de la recaudación fiscal mensual, de cada uno de los mercados forma parte de los fondos propios de la municipalidad, los cuales se depositan en una sola cuenta. Con este dinero se solventa el pago del personal, mantenimiento de los mercados como: lavado, fumigación, compra de escobas, cepillos, tuberías, bombillos, entre otros.

Ejemplo Mercado “Santos Bárcenas Centeno”. Datos del mes de Junio 2008.

Comerciantes Fijos	750
Comerciantes Eventuales	345
Cartera Diaria de C\$ 5,407.00 x 30 =	162,210 córdobas
Recuperación C\$ 150,000.00	
Gastos Básicos C\$ 23,285.03	
Gasto de Personal C\$ 114,722.38	
Total de Gastos C\$ 138,007.41	

De los 150,000 córdobas recaudados en ese mes, pagando los gastos queda una diferencia de 11,992.59. Esta ganancia se mantiene en la cuenta de la municipalidad y se utiliza en obras proyectadas con anterioridad.

La Alcaldía Municipal debe asumir los gastos de infraestructura en general, apoyado por financiamientos de países cooperantes. Muchos comerciantes invierten en la restructuración de sus módulos, para brindar mejores condiciones a los consumidores, estas reparaciones deben ser notificadas a la Alcaldía Municipal con el objetivo de llevar un control de las inversiones, aunque no sean reembolsadas.

Los mercados como lugares consuetudinarios necesitan mejoras cada año. Para el 2008 se presentaron necesidades urgentes que debían ser resueltas inmediatamente, como: fumigación de los mercados dos veces al año, lavados mensuales, actualización del sistema eléctrico, cambio de tuberías pluviales, reparación de portones, impermeabilidad del techo del Mercado



“Raúl Cabezas Lacayo”, techado de comida e instalación de láminas del sector de la venta de queso del Mercado “Santos Bárcenas”.

También compra de recipientes para basura, mantenimiento del alcantarillado pluvial en el sector de mariscos, adoquinado en L y elevación del muro perimetral del Mercado “Félix Pedro Carrillo”. Estas y otras necesidades fueron resueltas con ingresos propios de la municipalidad y proyectos gestionados por la Alcaldía Municipal. A su vez se hace una coordinación con la policía para la seguridad de estos sitios.

Los ingresos que se obtienen de los mercados municipales son insuficientes, por lo que se acude a financiamientos externos. Con el producto de los impuestos, no alcanza para solventar necesidades básicas de construcción de los locales, elementos que impiden un buen funcionamiento y una atención de calidad del servicio demandado por los usuarios en el proceso de comercialización.

Desde el establecimiento del primer mercado en la ciudad de León, los impuestos han cimentado un problema en los comerciantes, porque la mayoría se atrasan en el pago y se les acumula concibiendo grandes deudas que muchas veces se les imposibilita pagarla.

En 1960 se reforma el reglamento de los mercados de León, como medida cautelar para controlar mejor los ingresos de estos sitios y prevenir la sensible baja de los ingresos municipales y se acuerda:

Los fondos en efectivo y los valores comerciales de mercados y mesones de León, que forman parte del tesoro municipal, estarán en manos del tesorero municipal.⁹⁹

La recaudación de los impuestos, se hizo por medio de colectores seleccionados por el tesorero y aprobados por la municipalidad. Debían entregar cuentas al tesorero de acuerdo al número de boletas asignadas a cada uno y este le rendiría un balance al contralor de cuentas locales. Sin embargo, esto no funcionó como se esperaba. Aunque en la actualidad las medidas han cambiado para resolver los problemas de los impuestos, todavía existen unos pocos morosos.

⁹⁹ La Gaceta Diario Oficial del Estado. N° 97. Año LXIV, 4 de Mayo 1960.



Actualmente el control de estos ingresos está en manos de la financiera municipal, quien maneja la cuenta bancaria aperturada directamente para controlar los ingresos de los mercados de la ciudad.

Los impuestos establecidos en los diferentes mercados de la ciudad de León no han variado mucho. La tasa se ha mantenido más o menos constante. Desde 1983 las tarifas de prestación de las tasas en el comercio específicamente en los mercados del municipio no han sido modificadas. El arriendo del espacio se mantenía de C\$ 0.50 centavos por m² diario, más el 15% del Impuesto Sobre la Venta (ISV). Aparte se aporta C\$ 1 diario, para el tren de aseo y otro aporte para los demás servicios (agua potable, energía eléctrica y seguridad). Además anualmente se paga la matrícula del negocio.

En el año 2005 el Instituto Nicaragüense de Fomento (INIFOM), propuso una tasa de arriendo del espacio de C\$ 2.50 centavos por m² diario, incluyendo el Impuesto Sobre la Venta (ISV). En el año 2010, el alcalde de León quiso aumentar los impuestos, pero más de 300 comerciantes realizaron marcha por las principales calles de la ciudad y frente a la Alcaldía Municipal protestaron contra esta alza. El alcalde se vio imposibilitado a realizar el aumento de los impuestos.

En el caso del Mercado “Metropolitano”, los impuestos varían desde C\$18.00 diarios, para los que ofertan mercadería en general hasta C\$ 14 para los módulos de chinelas, bisutería, relojería, repuestos de bicicleta, ropa y calzado, entre otros. Para las distribuidoras y almacenes ubicados en este mercado se propone actualmente una tarifa entre C\$ 40.00 a C\$ 120.00 diario, según el tamaño del sitio. En el Mercado “Central” las ventas de las esquinas son las que pagan mayor impuesto estipulado entre C\$ 17.00 a C\$ 35.00.

En total existen 2,819 comerciantes de los cuales 1,776 son comerciantes fijos, los que deberían en su totalidad pagar sus impuestos a la municipalidad. Sin embargo, 1,043 son comerciantes eventuales, que no están legalizados y no pagan sus impuestos completos, lo que perjudica los ingresos de la ciudad, porque los gastos de limpieza son mayores y se debe asumir con los fondos generados por los comerciantes formales.

Por decreto presidencial en el año 2007 se establece que las mujeres mayores de 60 años de los diferentes mercados, están exentas de impuestos, independientemente del tamaño del negocio y los productos que ofrezcan, pero deben asumir los otros gastos establecidos por la Alcaldía Municipal. En el Mercado “Central” casi la mitad sobrepasa esta edad. Por tal razón,



la recaudación es poca y la municipalidad se ve en la obligación de asumir algunos gastos que requiere el mercado.

3.4 DESARROLLO SOCIAL

3.4.1 Construcción de obras comunales, educativas y de salud

Los ingresos generados por los mercados en esta ciudad son manejados por la Alcaldía Municipal, que junto con el presupuesto asignado por el gobierno central para cada municipio y los proyectos con organismos internacionales, se invierten en las mejoras de calles, parques, mercados, cementerios y otros bienes comunes sociales.

Las grandes construcciones, remodelaciones y reparaciones de infraestructuras sociales son costeadas con el presupuesto general de la República.

Las ganancias obtenidas del pago de los impuestos la Alcaldía Municipal las invierte en mejoras de los mercados y reparación de calles.¹⁰⁰

Los mercados no generan mayores ganancias, para invertir en grandes obras sociales, pero si ayudan a la economía de la población leonesa, porque sirven como fuente de empleo y por tanto de ingreso a los comerciantes. Además, permiten a los consumidores ahorrar dinero por la diferencia del costo de los productos comparados con las demás tiendas, lo que genera una mejora en la economía familiar.

De 190 comerciantes encuestados, el 79% considera que los mercados han contribuido al progreso de la ciudad. Este se refleja en las mejoras realizadas en los mercados como: drenaje para aguas negras, construcción de galerones para proteger a los comerciantes de los agentes externos, ubicación de recipientes para basura, ampliación y mejoramiento de algunos tramos, etc. (Véase anexo, gráfico N° 17).

El proyecto más actual es la construcción del Mercado “Metropolitano”, ubicado en el centro histórico de la ciudad. Además es un ejemplo de orden y limpieza para los demás mercados de la ciudad.

Los ingresos propios de la municipalidad, se manejan en un fondo común por la Alcaldía Municipal y puede ser utilizado para cualquier obra social que no exceda gastos por encima

¹⁰⁰ Entrevista realizada por María Elena Medina a: Danelia Moreno. Intendente del Mercado Metropolitano. León. 21 de junio del 2011.



del fondo que maneja la localidad. Para ello, los proyectos de mejoras o construcciones deben ser proyectados con anterioridad.

La construcción de los centros educativos y de salud, están administrados directamente por el gobierno central, coordinado a través del Ministerio de Educación y el Ministerio de Salud (MINSA). El primero proporciona el presupuesto para su debido funcionamiento y logro de objetivos y metas.

La Alcaldía Municipal realiza la gestión acorde con las necesidades de la comunidad y elabora las proyecciones de los ingresos. Luego lo presenta al Estado, a un organismo no gubernamental o países cooperantes, para recibir financiamientos y compartir los gastos de la obra. La Alcaldía asume una parte del gasto con fondos de los ingresos de la municipalidad y el cooperante aporta otra parte. En conjunto se inicia la obra que muchas veces está por encima de los ingresos en dicho municipio, lo que sería imposible asumirlo en su totalidad por la municipalidad.

Esto demuestra, que no podemos deducir con certeza, que el ingreso que se genera directamente en los mercados es utilizado para una obra determinada, porque al existir un fondo común de los ingresos corrientes, o un solo bolsón, es difícil calcular un porcentaje estipulado para cada obra. Pero se puede afirmar que los mercados aportan en la mejora de algunos sitios de la ciudad.

3.4.2 Existencia de centros recreativos

En la ciudad de León existen centros recreativos públicos y privados, que pueden ser naturales o artificiales. La mayoría se encuentran abiertos todo el día y otros tienen un horario determinado para atender al público en general. Existen restaurantes, parques, lugares de juego, playas, cine, plazas, piscinas, etc.

Aproximadamente un 70% de los comerciantes de los mercados afirma que las ganancias obtenidas, les alcanza para visitar y distraerse en centros recreativos principalmente públicos. Sin embargo algunas comerciantas afirman que visitan de vez en cuando algunos lugares como el Club del Recuerdo, que se efectúa una vez por semana. Este sitio está ubicado a la orilla de la carretera en el restaurante mejor conocido como “El Bailongo” donde se escucha y baila música de los años 60 los días sábados. También visitan parques los días domingo, algunas veces la playa o algún sitio que les sea favorable. Sin embargo, el 16 % de los comerciantes plantea que, ahorran todo un año para salir de vacaciones a países



centroamericanos, pero especialmente a Miami. Aprovechan el viaje para visitar familiares o hacer compras y con ello ofertar una mejor calidad de los productos en sus negocios.

La recreación tiene estrecha relación con los mercados, porque significa que la mayoría de los comerciantes les alcanza para recrearse sanamente y salir de la rutina diaria a que se someten en los mercados.

De 190 comerciantes encuestados, el 54% plantea que las ganancias generadas en los mercados, les permite divertirse de vez en cuando en centros recreativos de la ciudad junto con su familia. El 16%, considera que el negocio del mercado les genera muchas ganancias. Son estos los comerciantes que pueden viajar a otros países a comprar productos y ofertar en sus negocios. También aprovechan el viaje para visitar amigos, recrearse y conocer nuevas culturas. (Véase anexo, gráfico N° 18).

Esto demuestra que los mercados, aunque generen pocas ganancias a la municipalidad permiten a los comerciantes divertirse y salir de la rutina lo que ayuda a mantener la salud mental, fundamental para todos los seres humanos.

A su vez, la existencia de los centros recreativos tienen que ver mucho con los mercados, dado que en la medida que estos se van desarrollando y prosperando, demandan de productos y servicios que ofrecen los mercados, de esta forma los mercados favorecen el mantenimiento de estos centros, que también aportan sus pagos de impuestos a la municipalidad. Es una actividad en la que se manifiesta una relación entre los centros recreativos, sus demandas, por la necesidad de las personas que los requieren y sus satisfacciones que les ofrecen los mercados.

3.5 DESARROLLO CULTURAL

3.5.1 Desarrollo educativo de la sociedad

En la ciudad de León se atienden todos los niveles de educación general básica, a través de los diversos programas educativos: educación especial, educación preescolar, educación primaria, educación secundaria, formación docente, educación de adulto, educación técnica y la educación superior estatal y privada.

El aspecto más importante y representativo de la población leonesa, es el desarrollo en la educación. Los hijos de las comerciantes de los diferentes mercados no son la excepción. El



98 % de los comerciantes afirma que el puesto que ocupan en este sitio de una u otra manera les ha favorecido en la preparación profesional de sus hijos.

*A través de este trabajo he podido formar a mis hijos profesionalmente un abogado y otro estudiando informática, es el logro más grande que he alcanzado.*¹⁰¹

Esta opinión y otras, reflejan que la mayor incidencia de los mercados es en la educación. La mayoría de los comerciantes son mujeres, que por su situación económica no tuvieron la oportunidad de prepararse profesionalmente. Por tanto han trabajado con empeño y dedicación con el objetivo de brindar una buena educación a sus hijos, hasta convertirlos en profesionales.

Del total de los comerciantes encuestados el 58%, plantea que la educación de sus hijos ha sido costeadada con el negocio de los mercados. El 40% opina que para cubrir los gastos escolares han buscado otros ingresos, porque este negocio no les aporta lo suficiente para solventarlos en su totalidad. Un 2% no respondió la pregunta. Esto indica que el negocio de los mercados es fundamental para los comerciantes en la preparación profesional de sus hijos, pero está en dependencia del tamaño del tramo y del producto que oferte. (Véase anexo, gráfico N° 19).

En los mercados podemos encontrar muchos jóvenes, que ayudan medio tiempo con las tareas del negocio a su familia y posteriormente se dirigen a sus centros educativos. Otros trabajan en tramos de parientes o amigos los días de semana, para costear sus estudios universitarios, viéndose en la necesidad de asistir a la modalidad sabatina. Ya preparados los hijos buscan una nueva fuente de ingreso, para apoyar a sus padres y mejorar el negocio que les permitió alcanzar su meta propuesta. Algunos les solicitan a sus progenitores abandonar el negocio de los mercados, los que se oponen a estas peticiones ya que lo consideran parte de su vida.

El mercado genera a los comerciantes el sustento diario para las familias, con ello pueden ayudar en la alimentación de sus hijos sanamente y asistir a los centros de estudios. La alimentación es indispensable para el desarrollo intelectual de los educandos.

¹⁰¹ Entrevista realizada por María Elena Medina a: Haydee del Carmen Hernández Tórrez. Comerciante del Mercado Félix Pedro Carrillo. León. 02 de junio del 2011.



Algunos comerciantes hacen pequeños préstamos a financieras con bajos intereses mensuales, para extender su negocio e invertir en la educación de sus hijos, deuda que sufragan en un lapso determinado de tiempo con las ganancias generadas en el módulo.

El 90% de los comerciantes de los mercados de la ciudad de León son mujeres, lo que determina la importancia que tienen estos sitios para las féminas, que a través de esta labor han logrado educar a sus hijos. Además aportar para la salud y los gastos alimenticios de la familia. Este trabajo es digno de admirarse, porque muchas, después de terminar la faena se trasladan a sus hogares a realizar u organizar los quehaceres cotidianos.

El 78% de los comerciantes encuestados afirman que existe una estrecha relación entre los aportes que brindan los mercados con las mejoras en la economía familiar. Esta se refleja en las inversiones que han realizado en sus viviendas y principalmente en la educación de sus hijos. Sin embargo, algunos han alcanzado mayor progreso que otros. Esto se debe a la cantidad de egresos, tamaño de la familia y la administración que haya proporcionado al negocio. (Véase anexo, gráfico N° 20).

3.5.2 Situación ambiental

En el municipio de León, la Dirección de Gestión Ambiental es la encargada del manejo de los desechos sólidos y líquidos. Todavía existen basureros ilegales, que no han sido controlados y no cumplen las condiciones higiénico-sanitarias, porque se encuentran cerca de núcleos poblacionales, caminos y cauces, lo que afecta a la población aledaña.

Los basureros controlados en la ciudad de León, tienen un lugar de acopio y generan 82 toneladas diarias de basura en total. La privada de casas particulares tiene una frecuencia promedio de 1 a 3 veces por semana. En los mercados se realiza diariamente. Del total de la basura recolectada, los mercados generan 32 toneladas diarias aproximadamente como máximo. Los centros de acopio en los mercados están ubicados dentro del radio de influencia del sector, lo que crea focos de contaminación por los malos olores que emanan la basura y las partículas en suspensión.



Las condiciones higiénicas-ambientales en los cinco mercados de la ciudad de León, han mejorado en el transcurso de los años, por gestiones realizadas de las autoridades municipales en la aprobación de nuevos proyectos financiados con ingresos propios, organismos donantes y ciudades hermanadas, como se señala en la ilustración N° 31.

Ilustración N° 31. Contenedor de basura. Ubicado en el costado Este del Mercado Central. 2010.



Tomada por María Elena Medina. Junio 2010.

Con estos ingresos se ha permitido mejorar la infraestructura y adecuar espacios para el acopio de basura, utilizando contenedores que son vigilados por inspectores. Los desechos sólidos son evacuados dos veces al día, pero no se impulsa la clasificación de la basura.

El 77% de los comerciantes encuestados, afirman que las condiciones higiénico-sanitarias que presentan los mercados de la ciudad de León, se corresponde con la infraestructura. Las inversiones en remodelaciones realizadas en los últimos 10 años en cada mercado han permitido tener buenas condiciones de salubridad, tanto para los compradores como vendedores. Esto ha mejorado la afluencia de personas a estos sitios. (Véase anexo, gráfico N° 21).

En la ciudad de León la Alcaldía Municipal, ha creado un Plan que se titula “Mercados Saludables del Municipio de León”, con el propósito de brindar higiene a los productos que ofertan los comerciantes en los mercados. Para cumplir esta meta el Gobierno Municipal adquirió 26 contenedores que ubicaron en los siguientes sitios: Diez en el Mercado “La Terminal”; Siete en el “Mercado Santos Bárcenas”; Seis en el “Mercado Raúl Cabezas Lacayo” y Tres en el Mercado “Félix Pedro Carrillo”. Este proyecto genera limpieza y evita malos olores en estos sitios y sus alrededores. La población circundante, está satisfecha con estas medidas higiénicas.



Antes del año 2,000 algunos mercados carecían de aguas negras. Actualmente todos tienen este servicio y sus respectivos depósitos de basura, ubicados en la parte más aislada del sitio para apaciguar un poco los malos olores y contaminaciones.

Para mantener los mercados siempre limpios, se efectúa una frecuencia de limpieza dos veces al día, para la recolección de residuos sólidos y se realizan fumigaciones dos veces al año. Se recoge en total 89 toneladas de basura a la semana, distribuido de la siguiente manera:

Tabla N° 09. **Recolección de basura semanal en los mercados de la ciudad.**

Mercados	Toneladas de Basura por Semana.
Félix Pedro Carrillo	04 toneladas
Raúl Cabezas Lacayo	11 toneladas
Metropolitano	03 toneladas
Santos Bárcenas	23 toneladas
La Terminal	48 toneladas

Fuente: Memoria de Gestión 2005-2008. Alcaldía Municipal de León.

Como se demuestra en la tabla N° 09, los mercados de la ciudad de León, generan una gran cantidad de basura. Sin embargo, con las medidas establecidas por la Alcaldía Municipal, actualmente se mantienen limpios, porque los comerciantes se encargan de no tirar la basura en el suelo, sino depositarla en los contenedores que están ubicados a la orilla de cada uno de los mercados.

A partir del año 2010, es notorio apreciar la limpieza y aseo en los diferentes mercados de la ciudad, lo que demuestra, que el problema de la basura está controlado hasta el momento. Además se está coordinando con los trabajadores del Campo Agropecuario de la UNAN-León, para la recolecta de las verduras en mal estado, con lo que produce

Fotografía N° 32. Tráiler ubicados en la parte norte del Mercado La Terminal. 2010.



Tomada por María Elena Medina. Junio 2010.



abono orgánico.

El Mercado “La Terminal” Presenta un problema social, porque muchos comerciantes no cuentan con sus respectivos tramos y se han establecido en la orilla de la calle, con sus productos a la intemperie, pero en su mayoría también se ha controlado el problema de la basura. Como se muestra en la ilustración N° 32.

En cambio, el más limpio, es el “Metropolitano”, donde existen depósitos de basuras dentro y fuera del local. Además, sólo se oferta ropa, zapatos, carteras, bisuterías en general y los comerciantes se esfuerzan para mantener limpio y agradable el sitio.

El Mercado “Félix Pedro Carrillo”, se puede considerar actualmente un mercado limpio, pero en el año 2000, era difícil soportar la pestilencia de mariscos en estado de descomposición en los depósitos de basura, ubicados en el frente y dentro del mercado.

En las ordenanzas municipales también se hace referencia al problema de la basura. Al respecto en un documento de la Alcaldía Municipal se señala:

*El local de los mercados deberá permanecer en todo tiempo completamente limpio, aseado, sin basura, ni podredumbres.*¹⁰²

En el inciso 4 de la ordenanza municipal en lo referente a las disposiciones generales de los mercados se prohíbe tirar basura en el suelo y se deben mantener los basureros con tapas cerca del negocio para evitar los malos olores y suciedades. A los que violen las normas establecidas en la ordenanza se le aplicará una multa entre C\$ 500 y C\$ 1,000 córdobas y si reincide perderá el derecho de ocupación.¹⁰³

La Directora de los Servicios Municipales, es la encargada junto con los intendentes de cada mercado y las juntas directivas, que estas normas establecidas por la municipalidad se cumplan. Estos deben suministrar todos los materiales de limpieza para este fin, vigilar la preparación de alimentos elaborados en los mercados y el acopio de carnes, pollos y mariscos. También se encargan por la limpieza de las calles adyacentes, así como de los servicios de agua y sanitarios ubicados en cada mercado, para que todo permanezca en orden y limpieza.

¹⁰² Alcaldía Municipal de León. *Ordenanza Municipal de los Mercados*. Aprobada el 1° de abril del 2003. Pág. 3

¹⁰³ Alcaldía Municipal de León. *Ordenanza Municipal de los Mercados*. Aprobada el 1° de abril del 2003. Pág. 7.



*Existe un buen control de la basura, por la ubicación de los contenedores y de un inspector que supervisa el acopio de la basura. Además se evacúa dos veces al día.*¹⁰⁴

El 65% de los consumidores encuestados afirman, que los mercados de la ciudad presentan las condiciones higiénico-sanitarias, para el desarrollo del comercio. Estos coinciden con los comerciantes, que tienen la misma percepción de los mercados con respecto a la basura, pudiéndose realizar el intercambio comercial en condiciones de salubridad, necesarias para evitar contaminantes en los productos alimenticios.

La Alcaldía Municipal, los intendentes, las Juntas Directivas de cada mercado y algunos comerciantes hacen todo lo posible para mantener limpio los lugares y atraer a los consumidores. Del 100% de los comerciantes encuestados, el 77% considera que los mercados presentan condiciones higiénico-sanitarias para el desarrollo del comercio local y sólo un 23% plantea que las condiciones ambientales en algunos mercados no son aptas para el comercio, pero principalmente en el Mercado La Terminal. (Véase anexo, gráfico N° 22).

3.5.3 Defensa de la cultura en los mercados.

León es una ciudad rica en cultura. Su población y en especial los comerciantes de los mercados, mantienen sus costumbres y tradiciones, principalmente en el sincretismo religioso. La religión predominante es la católica, lo que se demuestra con la presencia de diferentes imágenes religiosas en los corredores de los mercados y en la parte interna de los módulos y tramos, como el sagrado corazón de Jesús, Inmaculada Concepción de María, Virgen de Mercedes y una imagen de Budas, que la mayoría de los comerciantes mantienen según ellos, para atraer a los clientes.

En los cinco mercados, se celebran actividades culturales y artísticas. En el Mercado “Metropolitano”, “Santos Bárcenas” y “Raúl Cabezas Lacayo”, se hace honor al día de la Mujer y de las Madres con actos culturales. En estas actividades son invitados grupos de danzas folklóricas, para amenizar los homenajes. Se realizan serenatas y se lleva a la Virgen de Mercedes, para bendecir la celebración. Algunas panaderías de León colaboran con pan y

¹⁰⁴ Entrevista realizada por María Elena Medina a: María Elena Maradiaga. Intendente del Mercado Raúl Cabezas Lacayo. León. 07 de Octubre del 2010.



gaseosas. También se realizan celebraciones menores como el día del Niño, en el cual se hacen intercambios de regalos.

Cada año, una semana antes del 24 de Septiembre, la patrona de León la Virgen de Mercedes, recorre en procesión todos los sectores de los mercados “La Estación” y “La Terminal”, acompañada de filarmónicos (chicheros). Los comerciantes acompañan con fervor esta actividad, para bendecir sus tramos y dar gracias a Dios por los beneficios recibidos.

En los cinco mercados se celebra la novena de la “Gritería Chiquita” o de “Penitencia”, el 14 de agosto. Es una devoción de la población leonesa. Se realiza a las 12 del mediodía, porque los comerciantes posteriormente se trasladan a sus casas a celebrar en familia dicha festividad religiosa, como se indica en la ilustración N° 33.

Ilustración N° 33. Imágenes de la Virgen María y el Sagrado Corazón de Jesús, ubicados en el Mercado Central. 2011.



El 95% de los comerciantes de los mercados de la ciudad, celebran el 07 de Diciembre la “Gritería” de la Purísima Concepción de María a las 12:00 M, en un sitio establecido por ellos. Después de la festividad cierran sus módulos y se trasladan a sus casas. El Mercado “Central” recibe a la “Virgen Peregrina”, que recorre los tramos en una pequeña tarima por todo el mercado y los comerciantes entonan cantos relacionados con la Purísima.

Tomada por María Elena Medina. 20/11/11.

Las actividades culturales celebradas en los mercados, en el transcurso del año son muy pocas y se enmarcan principalmente en festividades religiosas. En el Mercadito de Sutiaba “Félix Pedro Carrillo”, solamente celebran las “Griterías” el 14 de Agosto y el 07 de Diciembre, pero no participan en ellas todos los comerciantes, solamente un 57%. Este es el mercado que menos actividades culturales celebra.

De los 190 comerciantes encuestados en los diferentes mercados el 48% opina que nunca celebran actividades culturales en el año, 40% plantea que algunas veces y solamente un 12% afirma que siempre. Estas diferencias se deben a que muchos de los comerciantes no



participan en las actividades organizadas por el intendente de cada mercado. La razón de la ausencia es porque pertenecen a otra religión, por la edad o por enfermedad. Sólo el 52% organiza, arregla y celebra las festividades, pero todos cooperan con dinero para los arreglos. (Véase anexo, gráfico N° 23).

3.5.4 Participación comunitaria

La participación de la comunidad de los mercados, es reflejada en las juntas directivas que se forman en cada uno de los mercados de la ciudad. Existen representantes por sector en cada una de ellas, incluyendo la organización de los CPC, con quienes coordinan tareas específicas para los mercados.

Los comerciantes de los mercados de la ciudad de León, trabajan de manera coordinada desde la uniformidad de los precios de los productos hasta la celebración de festividades artísticas y culturales. La participación es reflejada en la cooperación de actividades como se señaló anteriormente, en el día de la madre, de la mujer, del niño y principalmente en celebraciones religiosas como la Purísima y la visita de la Virgen de Mercedes.

*Se celebran muchas actividades en el mes de diciembre, principalmente religiosas, pero también el día de la madre, del niño y para navidad se realizan intercambios de regalos y piñatas para los hijos y familiares de los comerciantes.*¹⁰⁵

Esto demuestra, que en los diversos mercados se realizan actividades comunitarias, con el objetivo de mantener las buenas relaciones y armonía entre los comerciantes. Pero también como una forma de distracción para salir de la rutina a la que se someten a diario.

Para realizar actividades culturales se hace una colecta entre los comerciantes del mercado. Estos siempre están dispuestos a colaborar de diferentes maneras ya sea monetaria, con adornos o participando en el arreglo del sitio, donde se efectúa el evento.

Los comerciantes se reúnen cada año para elegir sus representantes y conformar las juntas directiva, integrada por seis personas, dentro de ellos, un presidente/a, un vicepresidente/a, un secretario/a, un tesorero/a, un fiscal y un vocal. Estas personas son las encargadas de velar por el buen funcionamiento de cada mercado, reflejándose la participación masiva en la elección.

¹⁰⁵ Entrevista realizada por María Elena Medina a: Tomaza Jeannette Mendoza. Intendente del Mercado La Terminal. León. 28 de Junio del 2011.



Esto lo hacen con el objetivo de cuidar el bienestar de los vendedores y coordinar las tareas específicas de cada uno de estos sitios.

El Intendente es la máxima autoridad en cada mercado y ocupa el cargo de presidente. Esta recibe orientaciones de la Directora de Servicios Municipales. También es la persona encargada de organizar y autorizar las actividades festivas que se realizan en cada sitio.

Las juntas directivas en coordinación con los intendentes, elaboran proyectos de mejoras en infraestructura para cada uno de los mercados. Estos los presentan a la alcaldía municipal para su debida revisión, la que posteriormente se encarga de gestionar con financiamientos externos y llevar a cabo la obra que amerite pronta remodelación.

Entre los comerciantes existe una buena relación. Esta se manifiesta, en la forma amena en que guían al consumidor hacia otro módulo o tramo, cuando se carece del producto que este, desea adquirir. Asimismo se percibe armonía y sociabilidad entre los comerciantes. Se refleja, en las visitas acostumbradas en los negocios, para conversar de sus experiencias diarias o planificar actividades del mercado o también, acordar visitas a algunos lugares de diversión, ya sean públicos o privados, dependiendo del dinero con que se cuente.

Los mercados son espacios públicos, donde se realiza el intercambio comercial y se propician las condiciones para la interacción social. Estos sitios en la ciudad de León juegan un papel fundamental, para satisfacer las necesidades básicas individuales de la población circundante.

Los mercados son lugares accesibles, para personas de cualquier estatus económico. Representan un mecanismo fundamental para la socialización de la vida urbana, ya que son importantes puntos de convergencia. Se puede apreciar en el transcurso del día a la mayoría de la población leonesa de diferentes niveles sociales, realizando las compras en estos sitios.

La compra en los mercados de la ciudad de León es parte de la vida cotidiana, donde participan comerciantes y consumidores. Estos establecen una estrecha relación comercial, para lograr la transacción. Ambas partes se benefician, unos logran vender el producto y obtener una ganancia, a los otros, les permite el ahorro al comprar la mercancía.

Los comerciantes de los mercados de la ciudad de León, venden productos al por mayor con precios más accesibles, a algunos dueños de pulperías, ubicadas en los barrios más aislados de la localidad o de comunidades vecinas. Estos revenden la mercancía a un precio mayor del que se ofrece en los mercados para obtener ganancias.



Los precios y la calidad de los productos ofertados en los mercados están regulados, son estables. La mercancía la adquiere en cualquiera de los tramos al mismo costo. Sin embargo, cuando se cotiza el producto le ofrecen rebaja, pero esta no sobrepasa el 5% del valor establecido.

Los comerciantes que adquieren módulos en los mercados de la ciudad de León, es muy irrisorio que vendan el tramo a otras personas, por lo general se lo heredan a sus hijos, nietos u otro familiar. Esto ha acarreado serios problema en el Mercado “Raúl Cabezas Lacayo”, porque el 60% de los tramos están a nombre de personas mayores de 60 años, las cuales están exentas de impuestos.



CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

En correspondencia a los objetivos generales y específicos, se analizaron los principales aportes de los mercados de la ciudad de León en el desarrollo económico y social de sus pobladores desde mediados del S. XX a inicios del S. XXI. A partir del contexto histórico en que se desarrollaron los mercados de la ciudad de León, se lograron interpretar los principales aportes de estos mercados en el desarrollo económico de los comerciantes dedicados a esta actividad, lo mismo que los efectos sociales a la población leonesa en general a partir de su relación con el desarrollo de los mismos. En base a estos elementos y a las directrices concretas del trabajo, se llegó a las siguientes conclusiones valorativas.

El surgimiento y evolución de los primeros mercados de la ciudad de León, se desarrollaron en diferentes contextos históricos, principalmente en la segunda mitad del siglo XX. Fue posible por el crecimiento poblacional, el desarrollo el comercio y las migraciones nacionales e internacionales.

Desde sus orígenes, los primeros mercados en la ciudad de León, se constituyeron y evolucionaron como espacios históricos y consuetudinarios, ubicándose en puntos estratégicos de la localidad. Estos han contribuido a la constitución del entorno circundante, el desarrollo urbanístico y comercial de la ciudad.

Las relaciones económicas que tuvieron los mercados con el resto del país o a nivel internacional a lo largo de la historia ha existido, se han manifestado en una estrecha vinculación entre los comerciantes de los mercados de la ciudad de León, con otros del país y a nivel internacional. Esto se fundamenta por las relaciones comerciales antes de la fundación de los mercados hasta la actualidad. Las principales proyecciones de estos mercados de la ciudad de León a nivel local y extra local han sido desde dentro y fuera de la localidad, por medio de la afluencia de consumidores que consideran a estos sitios aptos y favorables para adquirir sus productos.

El papel que desempeñaron los mercados para el desarrollo de los medios de transportes y comunicación ha sido decisivo, puesto que se da una intersección entre el mercado y su existencia y la demanda de los transportes, para el movimiento de los productos y esto a su vez incide en el progreso comercial de los mercados de la ciudad de León en beneficio de las necesidades de la población, tanto del mercado como del transporte. Por tanto se han venido



mejorando los caminos y carreteras que permitan el fácil acceso de vehículos hasta lugares más alejados del casco urbano. Por tal razón, se establecieron los mercados como las principales paradas de autobuses. Algunos de ellos sirven como terminales de buses que trasladan pasajeros hacia zonas rurales, balnearios y otros departamentos.

En los últimos sesenta años, desde mediados del S. XX a inicios del S XX, los mercados han aportado en el desarrollo socioeconómico, de la población leonesa en relación a la infraestructura y las condiciones externas e internas de los mercados, han mejorado, supliendo las necesidades inmediatas de la población. Esto brinda viabilidad para el intercambio comercial, entre comerciantes y consumidores.

La coherencia entre el progreso de León con el desarrollo de los mercados, se manifiesta en los beneficios de la mayoría de la población leonesa, por la vinculación que existe entre la compra y venta de productos adquiridos a menor costo, si se compara con los que ofrecen las tiendas y supermercados. Los egresos de los diferentes mercados municipales han contribuido en algunas expresiones de progreso en la ciudad de León, principalmente en reparaciones de infraestructuras de los mismos mercados y en pequeñas obras sociales construidas en la localidad. A su vez, los mercados de la ciudad de León han aportado al desarrollo socioeconómico de la población, porque se consideran como principal fuente de ingreso para los comerciantes que se les hizo irrealizable ubicarse en otro tipo de trabajo y que han sobrevivido con este negocio.

La relación que existe entre el desarrollo económico y social en cuanto a la educación, la salud y la cultura con los mercados, se manifiesta en el aporte de los mercados a la municipalidad, y en la forma particular de sufragar los gastos educativos de los hijos de los comerciantes. Aunque las ganancias obtenidas no son suficientes para costear todas las necesidades económicas surgidas en el ámbito familiar. Sin embargo, les ha permitido solventar los gastos generados en la educación y salud de sus hijos. Son importantes para resolver necesidades básicas del quehacer cotidiano.

En términos de la salud y la protección del medio ambiente, la saturación de mercados ubicados dentro del perímetro urbano, ha ocasionado algunos problemas ambientales, pero en la ciudad de León los mercados se mantienen relativamente limpios. En la actualidad con la ubicación de container, se ha resuelto el problema de contaminación del ambiente.



Los mercados de la ciudad de León han sido de mucha importancia en la vida cotidiana de la población leonesa, como medio de subsistencia y desarrollo económico de algunas familias con mayores posibilidades y perspectivas de cambio en su vida económica y social. Se manifiestan en los mercados elementos que tienen que ver con la sociabilidad, la solidaridad familiar, y de trabajadores de los mercados en su relación como vendedor y de los consumidores como compradores, es una riqueza de la vida social y de la vida cotidiana que reflexiona los esfuerzos de los actores sociales de este estudio para salir adelante en medio de diferentes vicisitudes.

De esta forma, se confirma la hipótesis que explica que los mercados locales de la ciudad de León, surgieron y se desarrollaron en correspondencia al contexto histórico-social de León y Nicaragua en general, de manera que han incidido con expresiones particulares en el desarrollo económico y social de la población. Dado que se comprobó que esto se manifiesta a través de las diversas formas de desarrollo urbano y las condiciones económico-sociales en diferentes esferas de la vida cotidiana de los ciudadanos, en relación a los mercados, desde mediados del siglo XX hasta inicios del Siglo XXI.



BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES



BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

1. ALIA Miranda, Francisco. *Técnicas de investigación para historiadores. Las fuentes de la historia*. Editorial síntesis S.A. 2005. Madrid, España.
2. BARRANTES Echavarría, Rodrigo. *Investigación un camino al conocimiento. Enfoque Cuantitativo y Cualitativo*. 1ª Edición. Editorial Universidad a distancia UNED. 1999. San José. Costa Rica.
3. BOZA Gutiérrez, Francisco. *Memorias de un soldado*. 2ª edición. PAVSA. 2007. Managua- Nicaragua.
4. BUITRAGO Matus, Nicolás. *León: La Sombra de Pedrarias*. Tomo II. Fundación Ortiz Gurdíán. 1998. Managua- Nicaragua.
5. CABEZAS, Horacio. *Metodología de la Investigación*. Editorial Piedra Santa. 2000. Guatemala.
6. Constitución Política de la República de Nicaragua. 1ª edición. Arto 10. Bitecsa. 2004. Managua.
7. GISPERT, Carlos. *Enciclopedia de Nicaragua*. Volumen I. Editorial Océano. Barcelona- España.
8. GISPERT, Carlos. *Enciclopedia Universal de Ciencias Sociales*. Editorial Océano. 1999. Barcelona- España.
9. GUIDO Martínez, Clemente. *Nueva Historia de Nicaragua*. Alba editores. 2008. Managua- Nicaragua.
10. HERNÁNDEZ Sampieri, Roberto. et al. *Metodología de la Investigación*. 1ª edición. Mcgraw- Hill interamericana. 1991. México, S.A.
11. INCER Barquero, Jaime. *Geografía Dinámica de Nicaragua*. Editorial Hispamer. 1998. Managua- Nicaragua.
12. KARATAEV. Et. al. *Historia de las Doctrinas Económicas*. Tomo I. Editorial Pueblo y Educación. 1964. Cuba.



13. Knut, Walter. *El Régimen de Anastasio Somoza. 1936-1956*. Instituto de Historia de Nicaragua y Centroamérica. IHNCA- UCA. Sexto Capítulo. 2004. Managua- Nicaragua.
14. MILLET, Richard. *Guardianes de la Dinastía*. Primera edición. Lea grupo, Editorial. 2006. Managua.
15. MOCHÓN, Francisco. *Economía*. Editorial Mc GRAW- HILL / INTERAMERICANA de España. 1º edición. 2000. España.
16. PARKIN, Michael. *Economía*. Editorial Pearson Educación. Sexta edición. 2004. México.
17. PÉREZ Valle, Eduardo. *Un siglo sobre rieles. El Ferrocarril de Nicaragua*. 1997. Nicaragua.
18. ROMERO Arrechavala, Jilma. *León y Chinandega desde el enfoque de la Historia Regional*. Complejo Gráfico TMC. 2011. Managua-Nicaragua.
19. ROMERO Vargas, Germán. *Historia de Nicaragua*. Tomo I. Editorial rei. 1ª edición. 1991. México.
20. ROMERO Vargas, Germán. *Historia de Nicaragua. Gobierno de la familia Somoza (1937-1979)*. 1ª edición. Hispamer. 2003. Managua – Nicaragua.
21. ROLL, Eric. *Historia de las Doctrinas Económicas*. Editorial: Fondo de la cultura económica. 1942. México D.F
22. TOUS Mata, Meritxell. *De protagonistas a Desaparecidos*. Las sociedades indígenas de la Gran Nicoya siglos XIV a XVII. 1ª edición. Editorial Lea. 2008. Managua-Nicaragua.
23. VARGAS, Oscar René. *Historia del siglo XX. Nicaragua 1893-1909. La Revolución Liberal*. Tomo I. Imprimatur. 2001. Nicaragua.
24. VARGAS, Oscar René. *Pobreza en Nicaragua un abismo que se agranda*. Segunda edición. 1999. Nicaragua.
25. WHEELLOCK Román, Jaime. *Imperialismo y Dictadura*. Editorial Nueva Nicaragua. 1985. Nicaragua.



26. WHEELLOCK, Jaime; CARRIÓN, Luis. *El Desarrollo Económico y Social de Nicaragua*. Editorial Departamento de Propaganda y Educación Política del FSLN. Febrero 1981. Managua.
27. CONSTANTINI, Greta. *Atlas del patrimonio local material e inmaterial de la ciudad de León*. Asociación Medina. Hermanamiento Toscana, Italia y Alcaldía de León. 2006. Florencia.

FUENTES HEMEROGRÁFICAS

REVISTAS

1. AVENDAÑO Rojas, Xiomara. “Evolución económica en el occidente de Nicaragua 1860-1940.” *Revista de Historia y Ciencias Sociales*. N° 5. UNAN- Managua. II semestre 2004.
2. BARZUNA, Guillermo. “El Mercado y la Pulpería Rural. Espacios que desaparecen”. *Revista Herencia*. Volumen 2. N° 2. Costa Rica. 1990.
3. FRANCO, Freddy. “Economía y Sociedad una sinopsis de su evolución en la segunda mitad del siglo XX.” *Revista de Historia y Ciencias Sociales*. N° 5. II semestre 2004.
4. GONZÁLEZ, Victoria. “Del Feminismo al Somocismo: Mujeres, Sexualidad y Política antes de la Revolución Sandinista”. *Revista de Historia*. N° 11-12. IHNCA, Universidad Centroamericana (UCA).1998.
5. MOLINA Arguello, Carlos. “Transporte Primitivo en Nicaragua”. *Revista Conservadora*. Volumen 2. N° 11. Nicaragua. Agosto 1960.
6. NARANJO, Consuelo. “Cultura y Comunicación.” *Revista Santiago*. N° 55. Santiago de Cuba. Septiembre 1984.
7. UMAÑA, José Otilio. “El Mercado de Orotina. Historias de un sitio fresco en un pueblo caluroso.” *Revista Herencia*. Volumen 6. N° 1-2. Costa Rica. 1994.

DIARIOS

1. El Nuevo Diario. 05 de enero del 2009.
2. El Nuevo Diario. 14 de Abril del 2010



3. La Gaceta Diario Oficial del Estado. N° 17. Año XLVI, 26 de Enero 1942.
4. La Gaceta Diario Oficial del Estado. N° 97. Año LXIV, 4 de Mayo 1960.
5. La Prensa. 16 de Abril del 2010.
6. La Prensa. 20 de enero del 2011.

FUENTES ARCHIVÍSTICAS

1. Alcaldía Municipal de León. *Ordenanza Municipal de los Mercados*. Aprobada el 1° de abril del 2003.
2. Alcaldía Municipal de León. *Memoria de Gestión Municipal 2005- 2008*. Documento original. Servicios Municipales. Gobierno Municipal de León.
3. Alcaldía Municipal de León. *Plan Estratégico de León*. Secretaría técnica.1995-2000. León-Nicaragua.
4. Alcaldía Municipal de León. *Proyecto Centro Comercial Metropolitano I y II fase*. 2003-2007. León-Nicaragua.
5. Archivo General de la Nación. *Construcción del Mercado de León*. Sección Gobernación. Fondo Presidencial. Caja número 29. 1953. Expediente 63.
6. Archivo General de la Nación. Fondo Gobernación. Caja número 21. León 1955-1956. Expediente 8.
7. Alcaldía Municipal de León. *Plan Maestro Estructural*. Alcaldía Municipal de Utrecht. Enero 1996. León, Nicaragua.
8. Escuela Taller de León. *Proyecto: Mejoramiento del Mercado Central*. Septiembre 1998. León, Nicaragua.
9. Memoria Municipal. 1928. IHNCA- UCA. León- Nicaragua.
10. Romero, Ernesto. *Evolución histórica de la ciudad de León*. Alcaldía Municipal 1999. León, Nicaragua.
11. Censos Nacionales. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC. Abril, 1995. Nicaragua.



FUENTES ELECTRÓNICAS

1. <http://monografías.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>.DEFINIC
2. <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/side/municipal/consideracionesconceptuales.htm>
3. http://es.wikipedia.org/wiki/teor%C3%ADa_econ%C3%B3mica
4. http://rincondelvago.com/teorías-económicas_3.html
5. <http://es.wikipedia.org/wiki/Macroeconom%C3%ADa>
6. <http://es.wikipedia.org/wiki/Microeconom%C3%ADa>
7. <http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa>
8. <http://translate.google.com.ni/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Socioeconomics>
9. <http://es.wikipedia.org/wiki/Nicaragua>
10. <http://www.monografías.com/trabajos55/pensamiento-macroeconomico/pensamiento-macroeconomico.shtml>
11. http://www.ejercito.mil.ni/contenido/ejercito/historia/docs/historia_militar_32-60.pdf
12. <http://www.inifom.gob.ni/municipios/documentos/LEON/leon.pdf>
13. <http://www.cuentadelmilenio.org.ni/cedoc/negrural/03%20Agricola/01%20Documentos%20Normativo/15>
14. <http://www.inide.gob.ni/censos2005/ResumenCensal/Resumen2.pdf>
15. http://www.inide.gob.ni/bibliotecavirtual/publicacion09/Sieg_final.pdf
16. http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/economicas_anuales/nicaragua_en_cifras/2010/Nicaragua_en_cifras2010.pdf
17. <http://www.eurosur.org/FLACSO/mujeres/nicaragua/demo-1.htm>
18. <http://www.eumed.net/cursecon/dic/M.htm#macroeconomía>.
19. http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_mundial.



20. http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_nacional.
21. <http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090614095027AAuAcYI>.
22. <http://www.unfpa.org.ni/publidoc/PobyDesarrolloEstudiosinvestigaciones/CensoPob:CifrasOficiales.pdf>.
23. <http://pdba.georgetown.edu/Elecdata/Nica/nica06.html>.
24. <http://www.lavozdelsandinismo.com/nicaragua/2011-01-08/crecio-el-flujo-migratorio-durante-el-2010/>.

FUENTES ORALES

1. Entrevista por María Elena Medina a: Inés Velázquez. Intendente del Mercado Félix Pedro Carrillo. León. 21 de junio del 2011.
2. Entrevista por María Elena Medina a: María Elena Maradiaga Malta. Intendente del Mercado Raúl Cabezas Lacayo. León. 07 de octubre del 2010.
3. Entrevista por María Elena Medina a: Danelia Isabel Moreno Munguía. Intendente del Mercado Metropolitano. León. 21 de junio del 2011.
4. Entrevista por María Elena Medina a: Socorro Dávila. Intendente del Mercado Santos Bárcenas. León. 06 de junio del 2011.
5. Entrevista por María Elena Medina a: Tomaza Jeannette Mendoza Rojas. Intendente del Mercado La Terminal. León. 28 de junio del 2011.
6. Entrevista por María Elena Medina a: Haydee del Carmen Hernández Torres. Comerciante del Mercado Félix Pedro Carrillo. León. 02 de junio del 2011.
7. Entrevista por María Elena Medina a: Jaime Muñoz. Comerciante del Mercado Félix Pedro Carrillo. León. 06 de junio del 2011.
8. Entrevista por María Elena Medina a: Rodolfo Villanueva. Comerciante del Mercado Raúl Cabezas Lacayo. León. 07 de junio del 2011.
9. Entrevista por María Elena Medina a: Martha Ida Amaya. Comerciante del Mercado Raúl Cabezas Lacayo. León. 07 de junio del 2011.



10. Entrevista por María Elena Medina a: María Isabel García. Comerciante del Mercado Metropolitano. León. 21 de junio del 2011.
11. Entrevista por María Elena Medina a: Enrique Muñoz López. Comerciante del Mercado Metropolitano. León. 21 de junio del 2011.
12. Entrevista por María Elena Medina a: Benito Everardo Quintana. Comerciante del Mercado Santos Bárcenas. León. 10 de junio del 2011.
13. Entrevista por María Elena Medina a: Paula Ramona Palacio. Comerciante del Mercado Santos Bárcenas. León. 13 de junio del 2011.
14. Entrevista por María Elena Medina a: Ana María Parajón. Comerciante del Mercado La Terminal. León. 27 de junio del 2011.
15. Entrevista por María Elena Medina a: Carmen Blandón. Comerciante del Mercado La Terminal. León. 27 de junio del 2011.
16. Entrevista por María Elena Medina a: María Elizabeth Picado Escoto. Consumidora del Mercado Félix Pedro Carrillo. León. 20 de junio del 2011.
17. Entrevista por María Elena Medina a: Carmen Mercado. Consumidora del Mercado Félix Pedro Carrillo. León. 20 de junio del 2011.
18. Entrevista por María Elena Medina a: Luz Marina Aguirre Tórrez. Consumidora del Mercado Raúl Cabezas Lacayo. León. 15 de junio del 2011.
19. Entrevista por María Elena Medina a: Silvia Modesta Pérez. Consumidora del Mercado Raúl Cabezas Lacayo. León. 15 de junio del 2011.
20. Entrevista por María Elena Medina a: Rosa Johanna Estrada Guerrero. Consumidora del Mercado Metropolitano. León. 29 de junio del 2011.
21. Entrevista por María Elena Medina a: Martha María Berrios Ramos. Consumidora del Mercado Metropolitano. León. 30 de junio del 2011.
22. Entrevista por María Elena Medina a: Milton José Lebrón. Consumidor del Mercado Santos Bárcenas. León. 22 de junio del 2011.



23. Entrevista por María Elena Medina a: Victoriana Magdalena. Consumidora del Mercado Santos Bárcenas. León. 06 de junio del 2011.
24. Entrevista por María Elena Medina a: Josefa Portocarrero. Consumidora del Mercado La Terminal. León. 27 de junio del 2011.
25. Entrevista por María Elena Medina a: Pastora Yolanda Peñalba Salazar. Consumidora del Mercado La Terminal. León. 27 de junio del 2011.
26. Entrevista por María Elena Medina a: Marvin Hernández. Excombatiente Histórico. León. 28 Agosto del 2012.
27. Entrevista por María Elena Medina a: Mauricio Orlando Vásquez. Excombatiente Histórico. León. 30 de Agosto del 2012.
28. Entrevista por María Elena Medina a: Roger Jerez Lacayo. Excombatiente Histórico. León. 30 de Agosto del 2012.

Encuestas a comerciantes y consumidores de los Mercados de León. 2010.

Mercados	Encuestas	Porcentaje
Mercado Félix Pedro Carrillo	50	18.8%
Mercado Central	55	20.7%
Mercado Metropolitano	50	18.8%
Mercado Santos Bárcenas	55	20.7%
Mercado La Terminal	55	20.7%
Total	265	100%

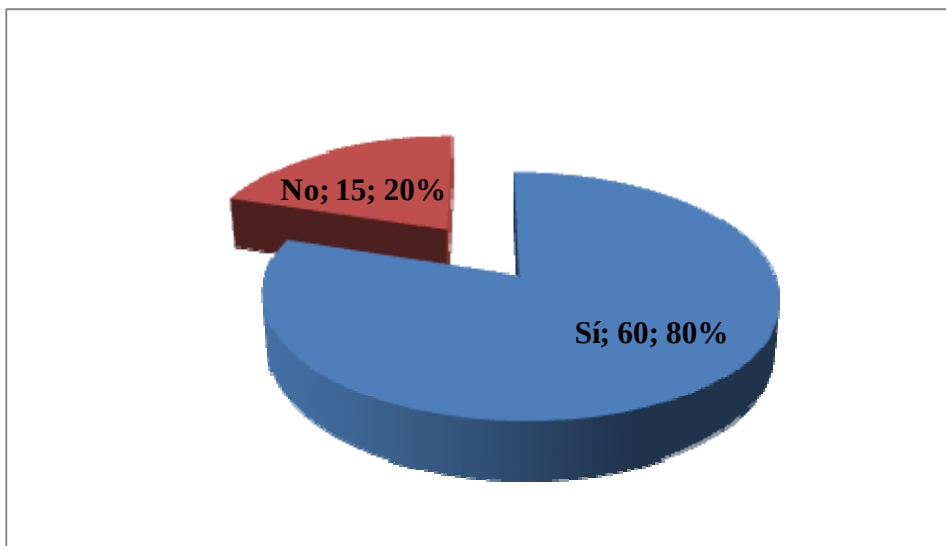


ANEXOS



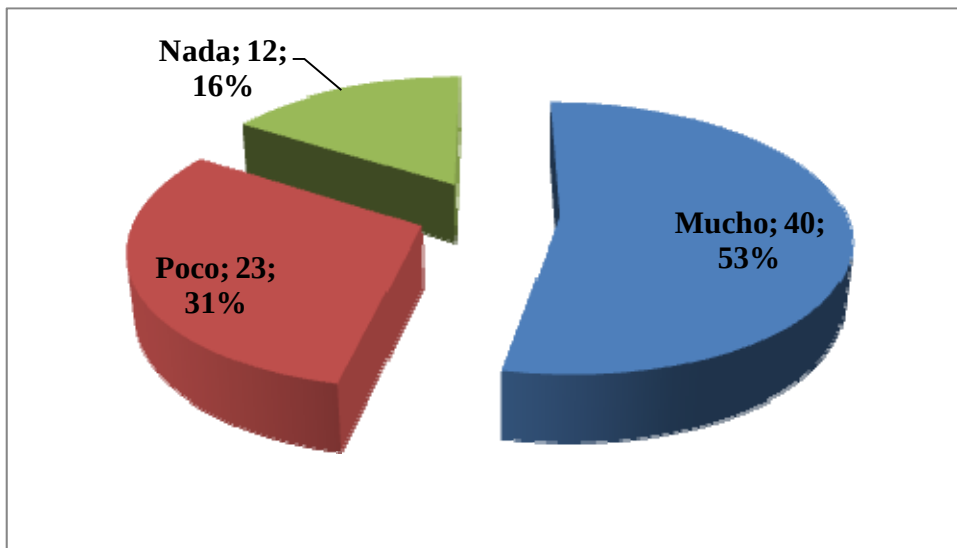
GRÁFICOS

Gráfico N° 01. ¿Cree que los mercados han contribuido al ordenamiento territorial de esta ciudad?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

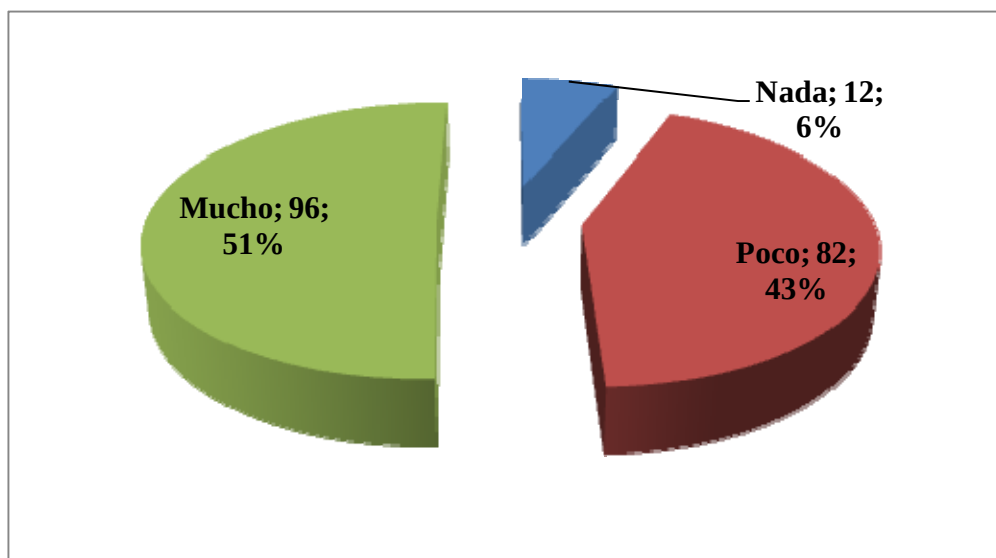
Gráfico N° 02. ¿Considera que el desarrollo de los mercados de la ciudad de León ha contribuido al crecimiento de la población?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

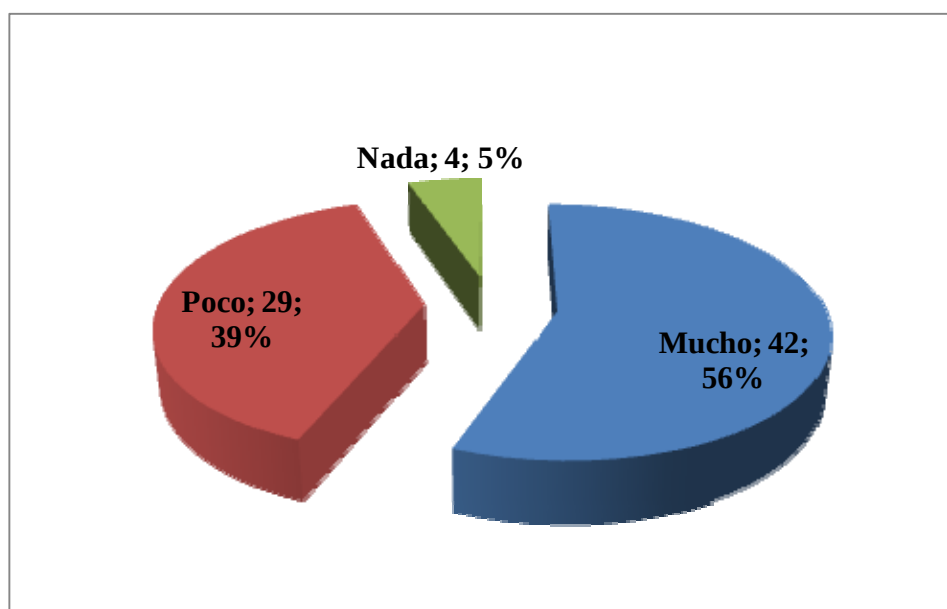


Gráfico N° 03. ¿Considera que la mejoría de los mercados ha conllevado al desarrollo de los medios de transporte local y nacional?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

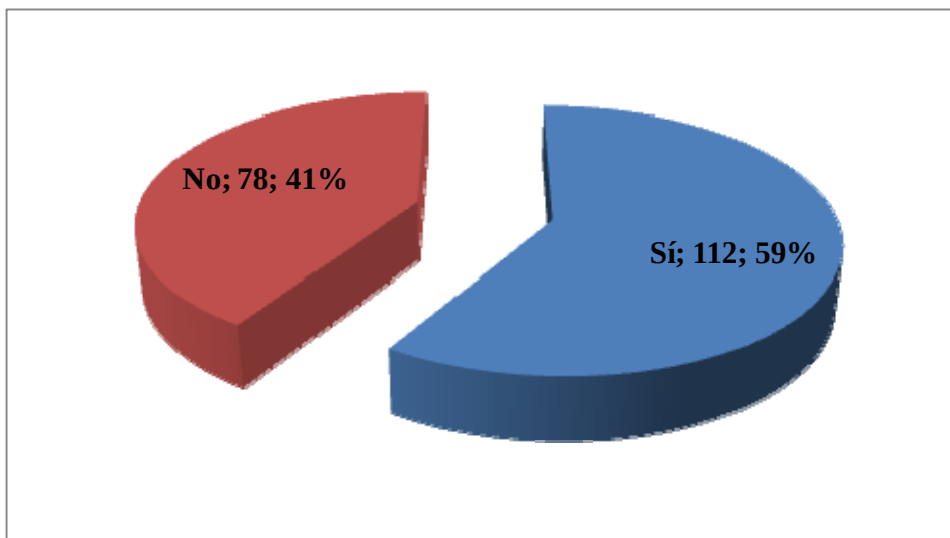
Gráfico N° 04. ¿Considera que la mejoría de los mercados ha conllevado al desarrollo de los medios de transporte?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

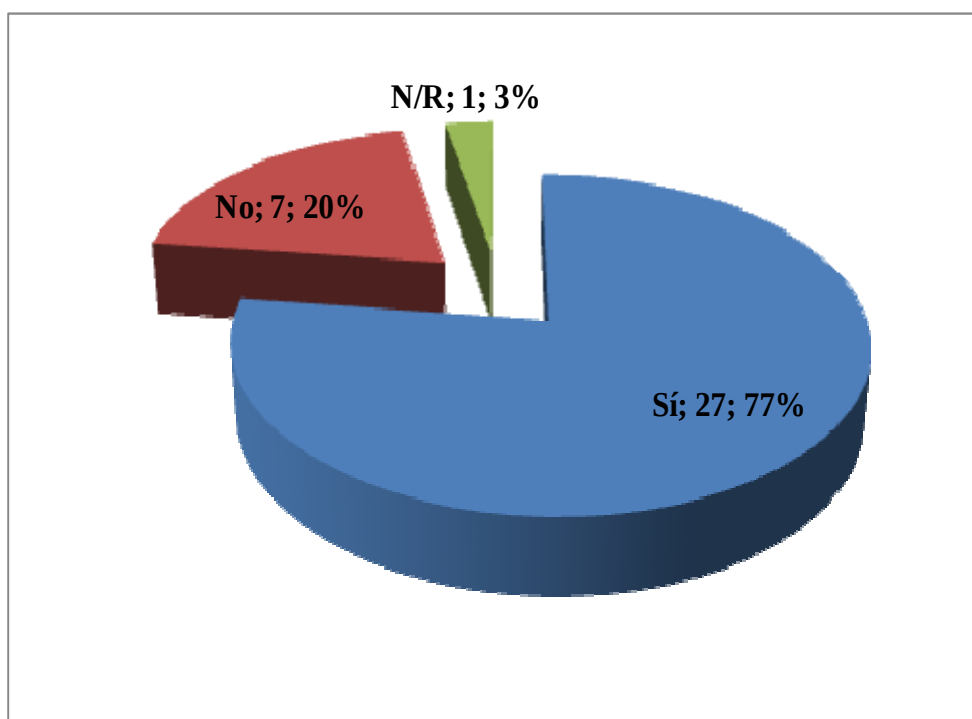


Gráfico N° 05. ¿Han contribuido los inmigrantes que se ubican en este mercado en el desarrollo comercial?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

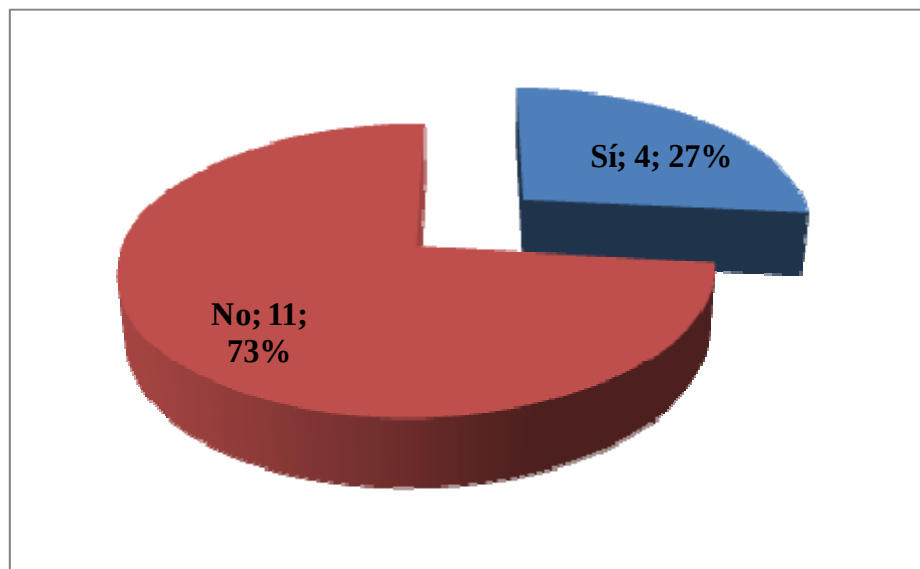
Gráfico N° 06. ¿La infraestructura de este mercado, presta condiciones para realizar el comercio?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

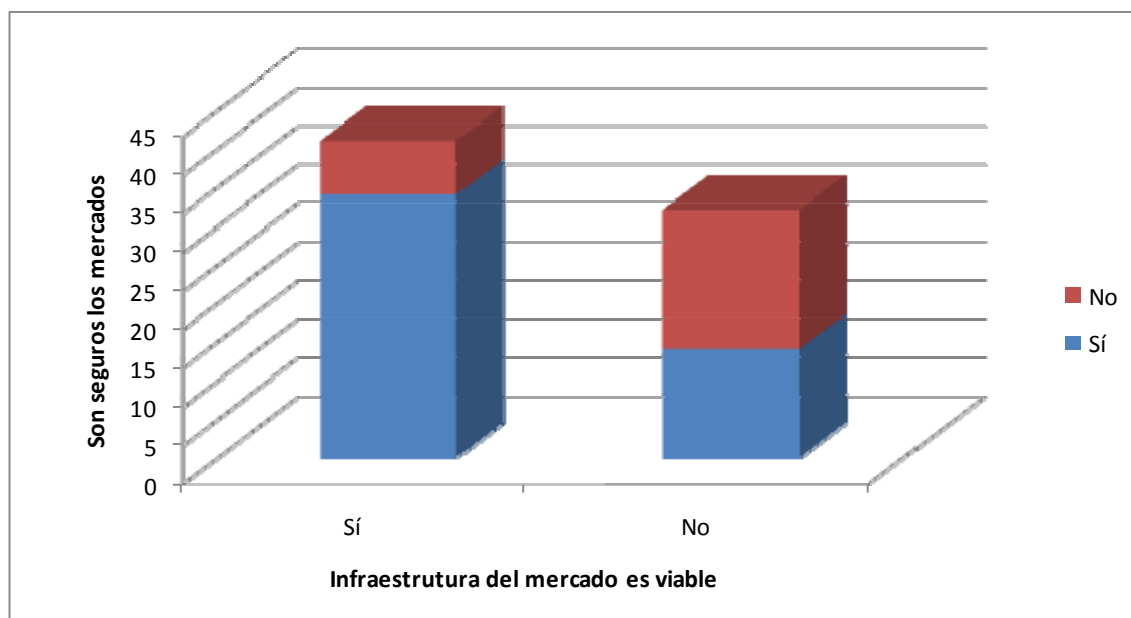


Gráfico N° 07. ¿La infraestructura de los mercados de esta ciudad es viable para realizar el comercio?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

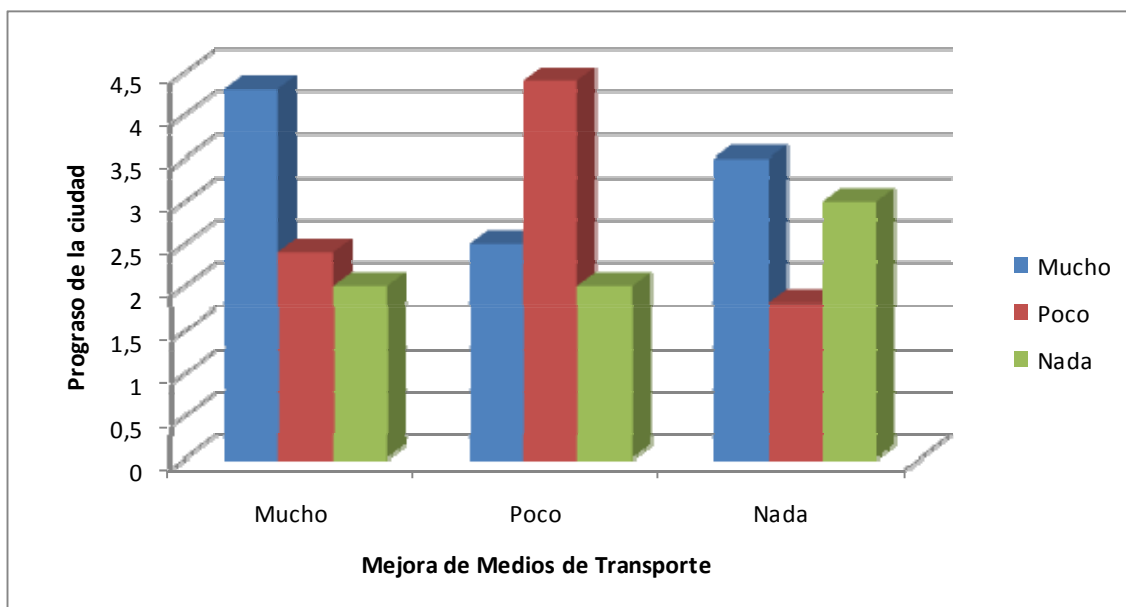
Gráfico N° 08. Relación entre viabilidad de infraestructura de los mercados y la seguridad.



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

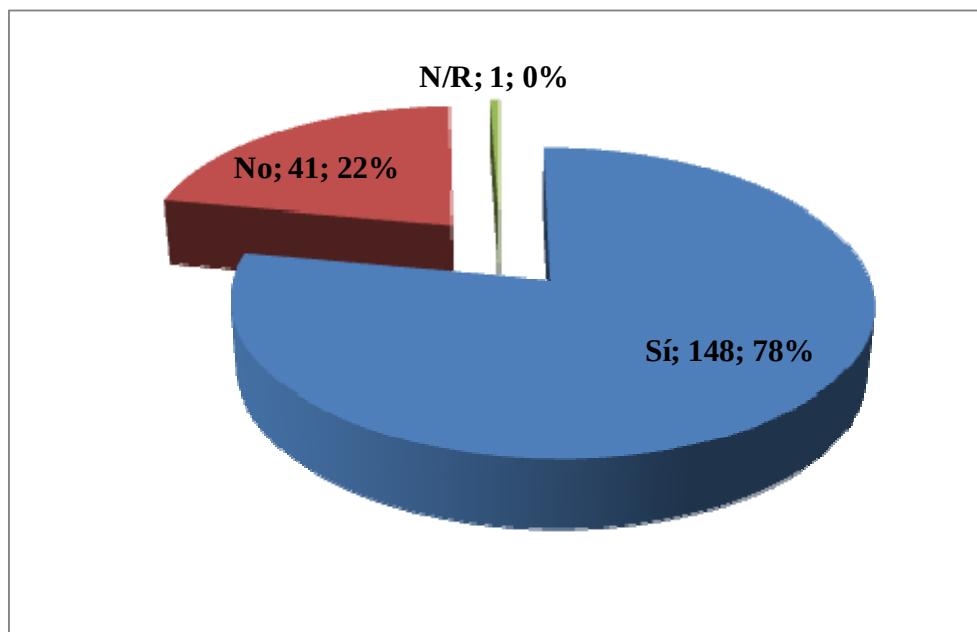


Gráfico N° 09. Relación entre el progreso de la ciudad por contribución de mercados con mejora de medios de transporte.



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010

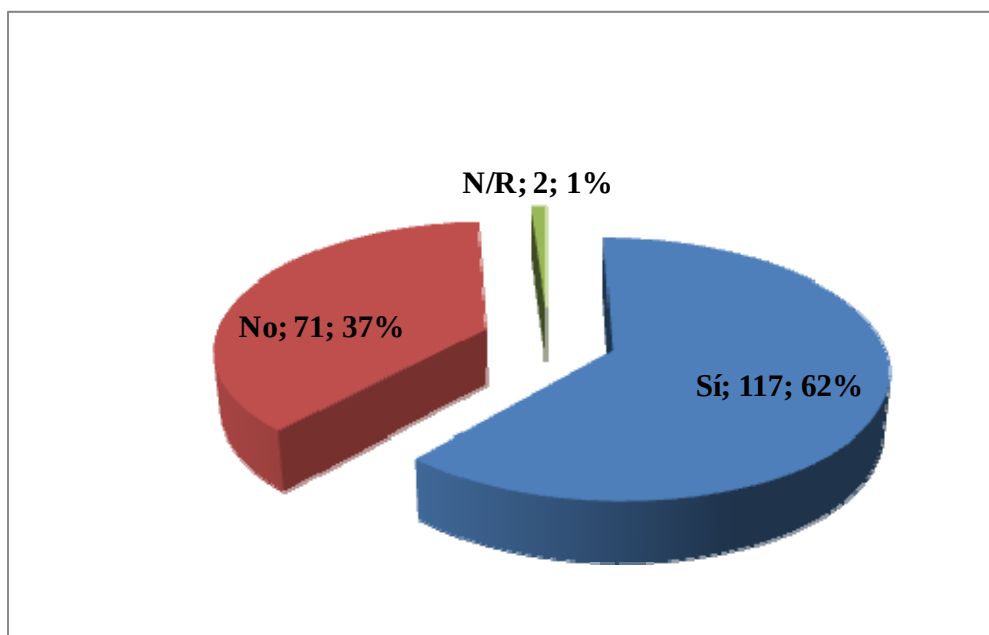
Gráfico N° 10. ¿Considera que los mercados han aportado en las mejoras económicas de las familias leonesas?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

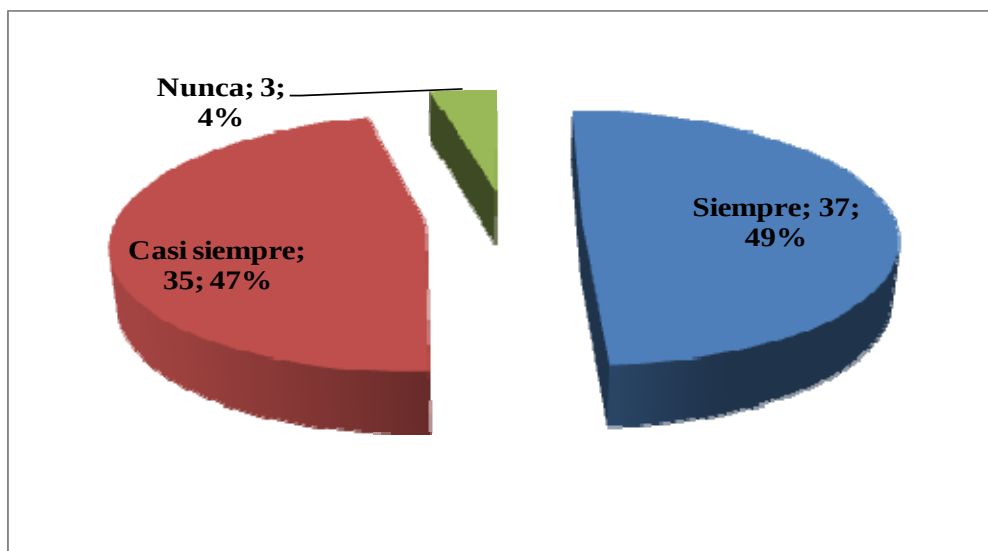


Gráfico N° 11. ¿Este negocio le es suficiente para mejorar su economía?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

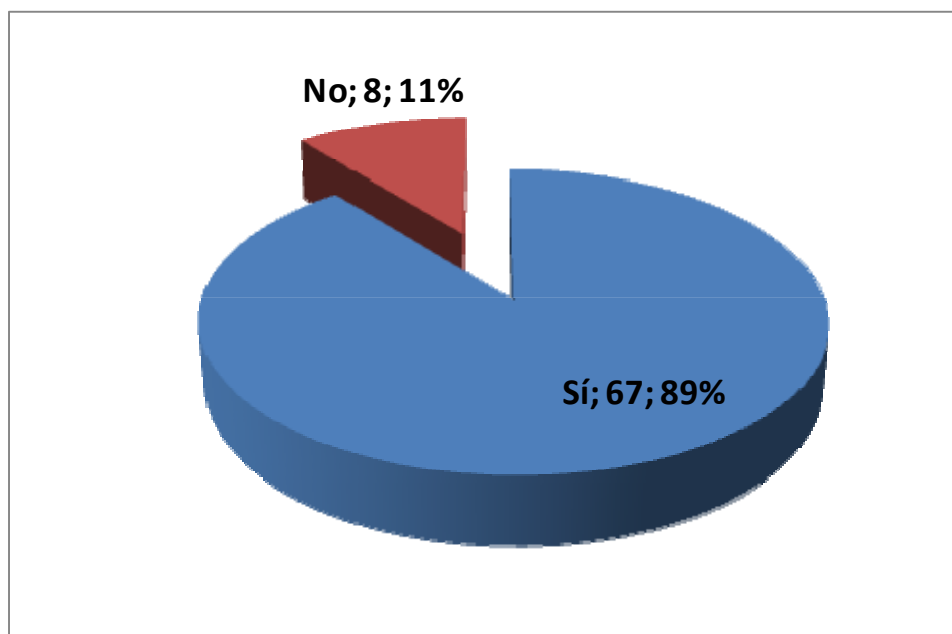
Gráfico N° 12. ¿Frecuenta los mercados de la ciudad de León?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

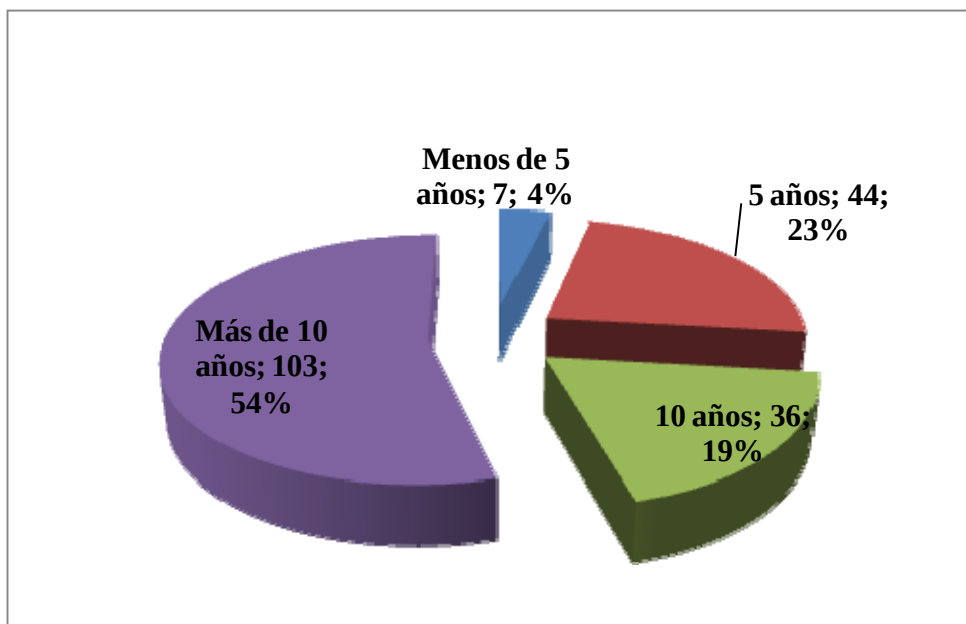


Gráfico N° 13. ¿Favorece la compra de productos en los mercados municipales a su economía familiar?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

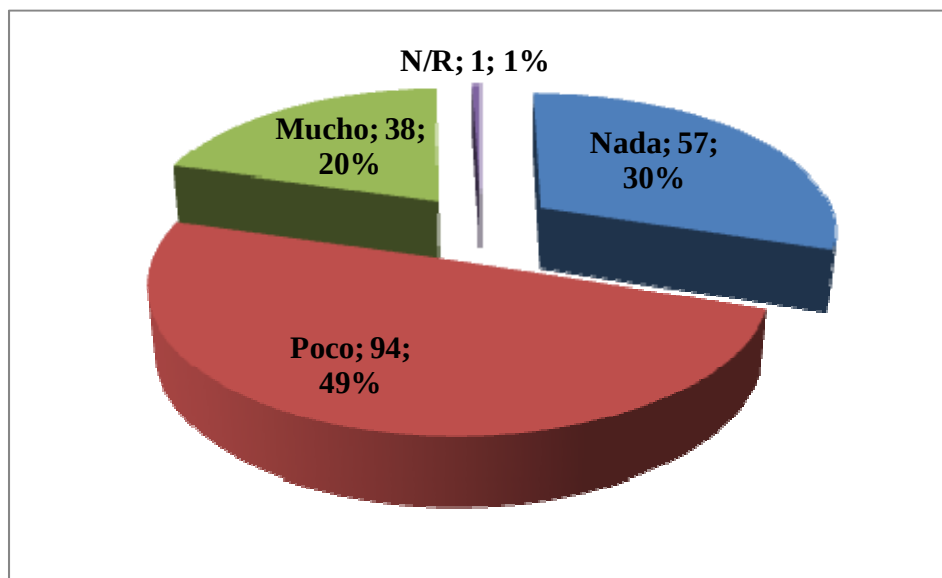
Gráfico N° 14. ¿Cuánto tiempo tiene de vender en el Mercado?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

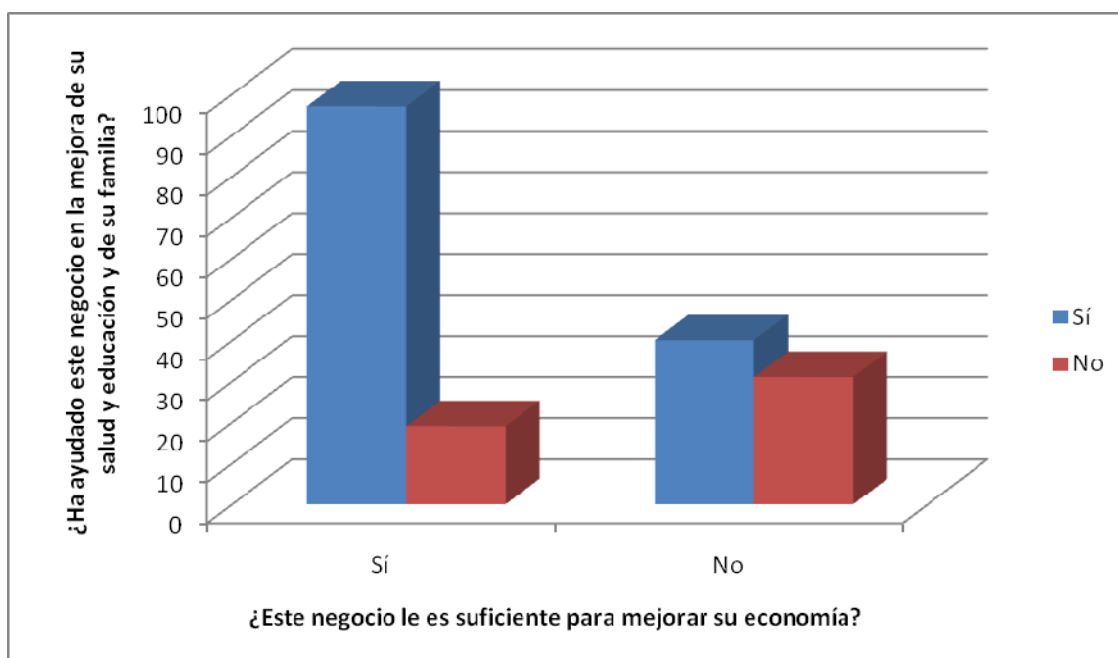


Gráfico N° 15. ¿Ha realizado mejoras en infraestructuras familiares con las ganancias de este negocio?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

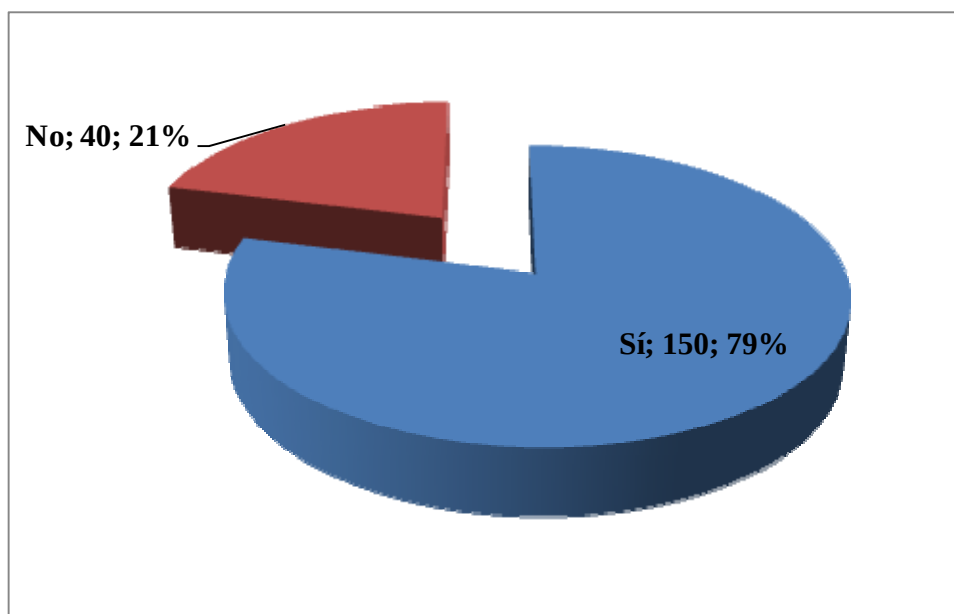
Gráfico N° 16. Relación del aporte del negocio a la economía familiar y su contribución a la salud y educación de su familia.



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

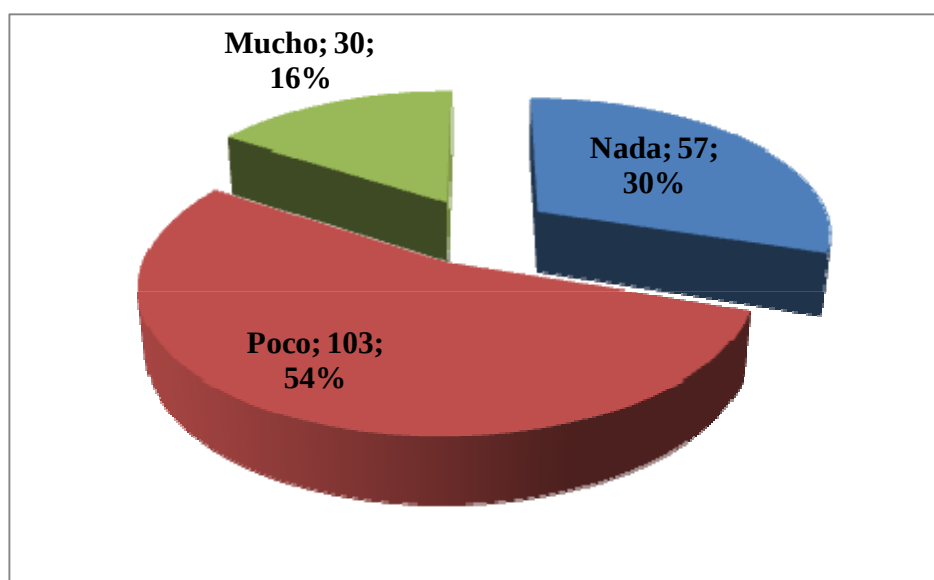


Gráfico N° 17. ¿Usted como vendedora, considera que los mercados han contribuido al progreso de la ciudad?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

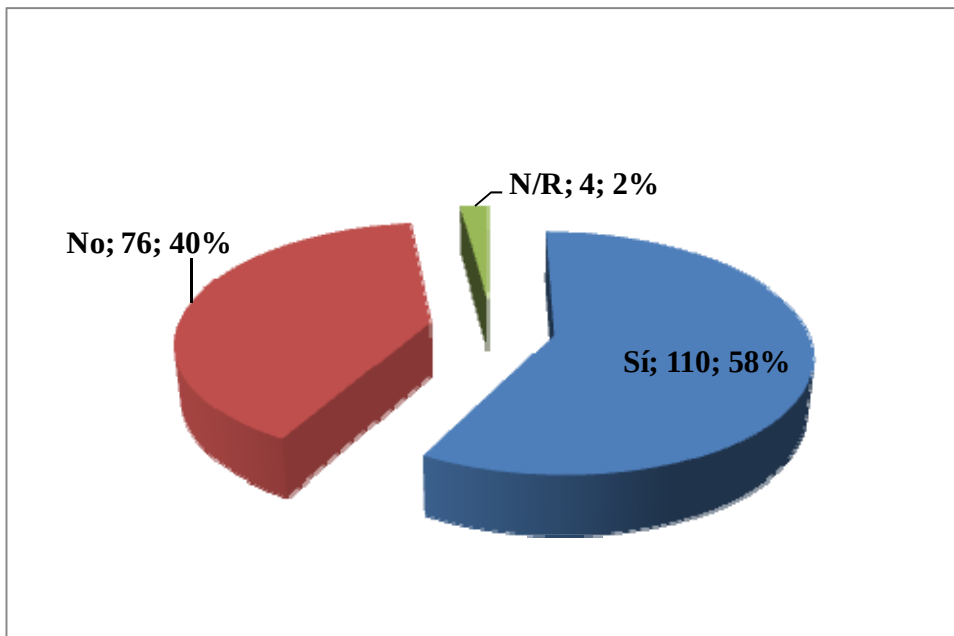
Gráfico N° 18. ¿Las ganancias obtenidas son suficientes para recrearse con su familia?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

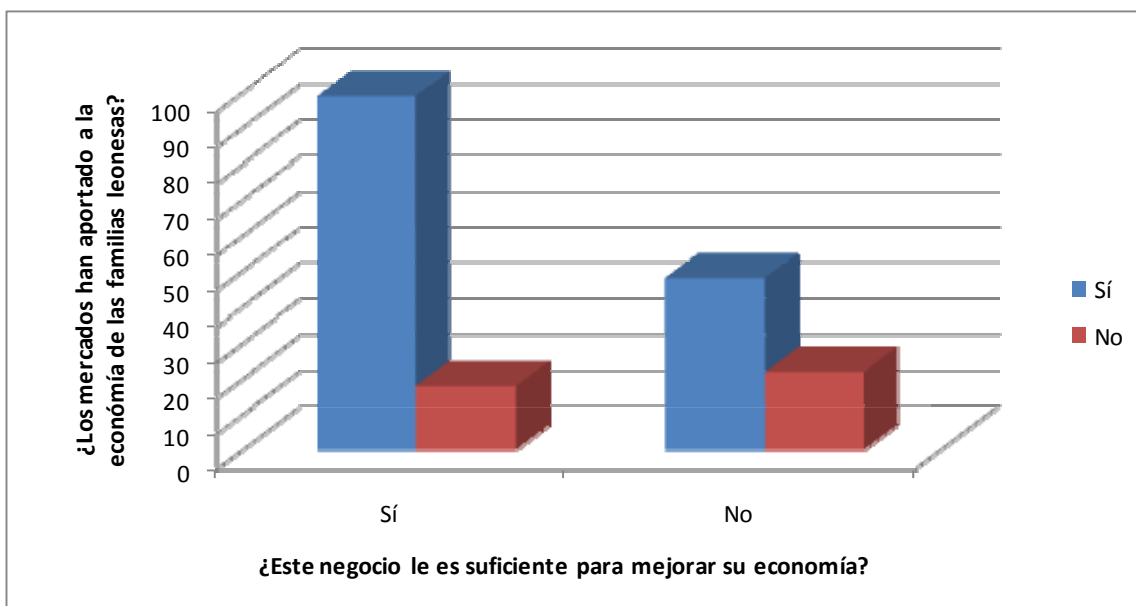


Gráfico N° 19. ¿La educación de sus hijos ha sido únicamente sustentada con este negocio?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

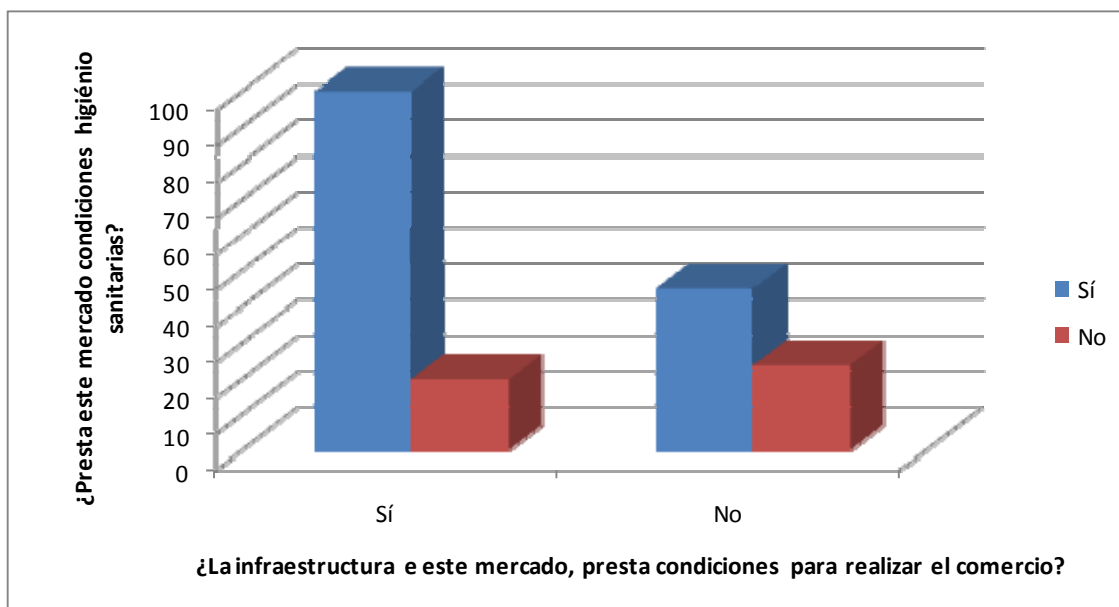
Gráfico N° 20. Relación del aporte de los mercados a la economía leonesa con su aporte en la economía familiar.



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

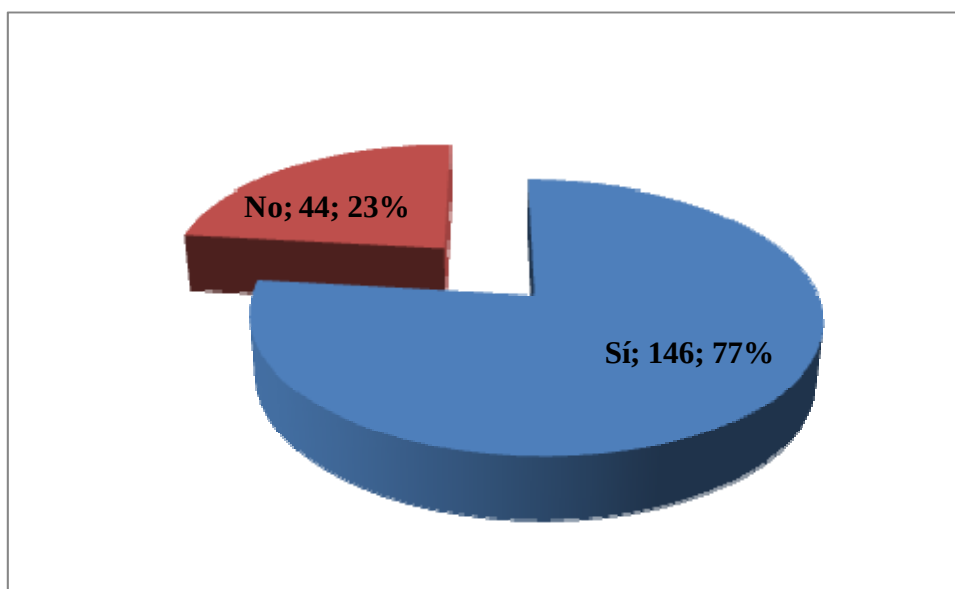


Gráfico N° 21. Relación entre la infraestructura de los mercados y sus condiciones higiénico-sanitarias.



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.

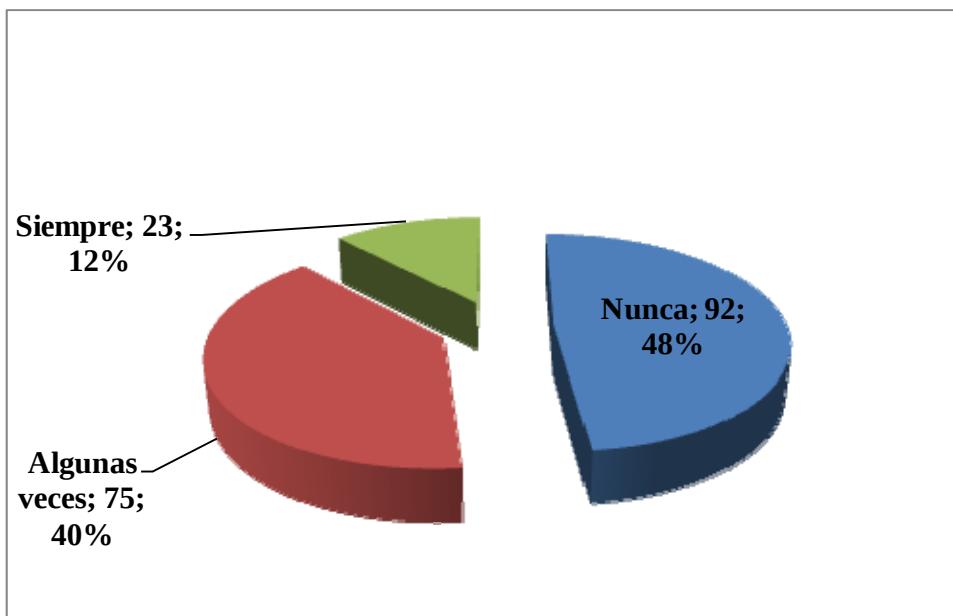
Gráfico N° 22. ¿Presta este mercado condiciones higiénico- sanitarias para el desarrollo del comercio local?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.



Gráfico N° 23. ¿Realizan actividades culturales en el año en este mercado?



Fuente: Producto de la aplicación de encuestas. 2010.



DOCUMENTOS

Documento N° 01. Escritura Pública del Mercado Central.

León, La Sombra de Pedrarias

1860

EL MERCADO CENTRAL

El Solar en que fue edificado.

En el Protocolo que llevó el Escribano Público y de Cabildo el Sr. Don Silvestre Prado, correspondiente al año de 1781 en esta ciudad de León, se halla la Escritura Pública que literalmente dice: *"Notorio sea a todos los que la presentte cartta vieren, como Yo Dn. Fernando Chamorro Sotomayor, Tente. Coronel del Battallón de Milicianos de la Ciud. de Granada, vecino de ella, ottorgo por mí en nombre de mis herederos y subsesores: que vendo y doy en ventta real ahora para siempre jamás, al Ilmo. Señor Obispo de esta Diócesis Dr. Estévan Lorenzo de Tristán, es a saver, la CASSA principal que heredé y dejó por sus bienes el Sr. Deán Dr. Don Pedro Josef Chamorro Sotomayor mi hermano, la cual linda: por el Oriente, con cassa que dexó el mismo Sr. Dean. y tamvién me tocó de herencia: por el Nortte, con cassa de Don Francº. Quiroz, Calle Real en medio: por el Poniente, con la nueva Santº Iº Catedral; y por el Zur, con cassa de Don Josef Prado; cuya CASSA deslindada se la vendo como dicho és, en precio y quantía de dies mil y quinientos pesos, en ésta manera: dos mil y quinientos pesos de tres principales de Capellanías, (1) que sobre ella tiene cargadas; los dos mil pesos para selebridad de San Juan Nepomuseno: los quinientos para la selebridad de San Felipe Neri; y los cien pesos faltantes, de otra suma de que es Capellán el Presbítero Don Felis Galarza. - Otros dos mil y quinientos pesos que como heredero de dicha CASSA impongo sobre ella, para que por sus réditos de ciento veinticinco pesos, pueda entrar una Niña parienta mía dentro del quarto grado que séa hermana, hixa o nieta hasta dho quarto grado por la lignea recta de Chamorro, empezando en dos hermanitas q. tengo, y Yo nombraré mientras viva; y por mi falta la nombrará el Sr. Juez Eclesiástico que governase el Niñado de Niñas nobles educandas, Colegio Veaterio q. dho. Ilmo. Sr. Obispo estableciere o fundare en dha. Cassa, para cuyo efecto me ha expresado la compra (2); y en caso de no haver*

(1) - Capellanía era la fundación hecha por cualquier persona con la carga u obligación de celebrar Misas anualmente en cierta Iglesia, Capilla o Altar.



Niña parienta mía hasta el cuarto grado, quedará esta imposición a Beneficio del referido Niñado o Beaterío; cuya imposición en los términos q. van referidos, la establezco y fundo desde ahora para siempre jamás, para el efecto que llevo expresado, sobre cuya subsistencia, y permanencia, cuidarán los SSs. Jueces Eclesiásticos q. governaren dho. Niñado o Beaterío, sobre que les encargo la conveniencia, sirviendo para el efecto y la mente de la expresión q. llevo referida, que se tendrá por tal Institución y Fundación, como si aquí fueran expresadas, todas las firmesas y amarras que llevan y tienen las demás imposiciones, cuyas cláusulas las doy aquí por expresadas y repetidas con las mismas firmezas q. por Derº. se requieren y sean necesarias, porque Yo las doy aquí por expresadas. I los otros cinco mil y quinientos pesos, para el cumplimiento de los dies mil y quinientos de esta venta confieso que me los ha entregado y Yo recibido de su S.Sº. Ilma. en Libramiento que ha tirado contra sus rentas Episcopales; cuya entrega por no se de presente, Renuncio a la Excepción y Leyes de la Non numeratta pecunia prueba y paga de el

(2) - Como puede verse en esta escritura pública, la propiedad objeto de ella, fue comprada por el Ilmo. Señor Obispo Tristán para fundar en esa misma casa, "una Beatería de niñas nobles educandas"; como la hubo en Belém de Guatemala, para las niñas de clase acomodada. Hubo también para doncellas indígenas a las que se les enseñaba como dice Remesal, "virtud cristiana y buenas Costumbres". Generalmente estas casas las regentaban Beatas traídas de Castilla, y se les daba el nombre de Beaterío, cuando eran para doncellas; y el de Niñado cuando eran exclusivas para niñas.

Fue en México en donde primeramente fueron establecidas estas casas por el eminente Obispo Fray Juan de Zumárraga, de donde pasaron a Guatemala, como los centros en los que se desenvolvía la deficiente cultura de la mujer en la época de la colonia.

En Nicaragua, en la época en que se otorgó esta escritura, "se despertaba en las poblaciones principales el deseo de fundar institutos de pública utilidad"; y en esta meritoria labor encontramos siempre al ilustre Obispo Lorenzo de Tristán, infatigable pionero de la cultura de su Diócesis: dirige personalmente misiones a la Costa Atlántica a su llegada al Obispado en 1777 y convierte a la fe, caribes y moscos; contribuye con sus propios fondos a mantener el Hospital "San Juan de Dios" de Granada; se dedica con tesón y abnegado interés en los trabajos de la Catedral de León, hasta ponerla en servicio de los fieles en 1780; y, en 1781 lo vemos en este instrumento notarial, adquiriendo una Casa frontera hacia el Oriente de Catedral, para la educación de la mujer.

Desgraciadamente por la falta de datos históricos, de otros documentos y de relatos de tradición, no se sabe si efectivamente se realizó tan meritoria obra; y más bien se puede creer que no se haya establecido, dado que, antes de dos años de esta compra, fue trasladado el admirable Obispo Tristán a la diócesis de Durango.



recibo como en ellas se contiene (3); y declaro Yo como entregado a mi voluntad, otorgo recibo en forma: Y declaro, q. la cantidad referida es el justo valor de la nominada CASSA y no vale más, y caso q. más valga, de la demasía en cualquier cantidad que sea, le hago gracia y Donación a su Señoría Ilustrísima, buena, pura, mera, perfecta e irrevocable q. el Derecho llama "intervivos", a cerca de la cual renuncia la Ley de el Ordenamiento Real hecha en las Cortes de Alcalá de Enares que trata sobre lo que se compra o vende en más o menos de la mitad de su justo precio, y el término de los quatro años que havía y tenía para repetir la Leci3n o Engaño, mayor o menor, enorme y enormísima. (4)- I desde esta fecha en adelante, me desapodero, quito, desisto y aparto de el Derecho de propiedad y posesi3n y seño3o que en dha. casa havía y tenía y todo ello como el de Patronato real, y otro cualesquiera que me pertenezca, lo zedo, renuncio y traspaso en su SS^o. Ilma. para que como cosa suya propia havida y adquirida con justo y legítimo título, como éste lo és, disponga de la nominada CASSA lo que por vien tuviere, Y en seña de posesi3n consiente se le dé, testimonio de esta escritura con que se entienda haverla adquirido; y como real tenedor que Soy, me obligo a la evicci3n, seguridad y saneamiento de esta venta, en tal manera que le será a su SS^o. Ilma. cierta y segura y a la qual no se le pondrá pleito, embaraso ni contraposici3n por persona alguna, y si se le pusiere y moviere, luego que de ello me conste saldré a la voz y defensa del juicio, y a mi costa lo seguiré hasta dejarle en quieta y pacífica posesi3n de esta venta; y si saneársela no pudiere, le volveré el precio de ella con mas las costas que se le causaren y me volveré a obligar y reconocer los cinco mil pesos de Capellanías fincadas en ella. A cuyo cumplimiento obligo mis Bienes havidos o por haver, y doy poder a los Jueces y Justicias de su Majestad que de mis causas puedan y devan conocer, a cuyo Fuero y Real jurisdicci3n me someto; y renuncio mi domicilio y vecindad la Ley que dice: "El actor deve seguir el Fuero de el Reo", para que a lo dicho és, me executen, compétan y apremien por todo rigor de Derecho y sea executiva como por sentencia pasada en autoridad de cosa juzgada; sobre que renuncio todas las Leyes, Fueros y Derechos de mi favor y la general en forma que lo prohíbe. E Nos Estevan Lorenzo de Tristán, por la Gracia de Dios y de la Sant^a. Sede Apostólica, Obispo de esta Diócesis, haviendo oído el tenor de esta Escritura de "verbo adverbum" otorgo: que la acepto a mi favor con en ella se contiene, y de dha.



CASA su vondad, balor y precio me doy por contento a mi voluntad, cuya compra hemos hecho para formar en ella una CASSA o Beaterio de Niñas nobles Educandas, por la necesidad que ay en esta CASSA Pya en esta Provincia - Igualmente reconocemos las pensiones que en sí tiene dha. CASSA de las principales de Capellanías q. en ellas están fincadas cuyos réditos pagaremos prontamente a los plazos cumplidos, para lo que obligamos nuestras rentas Episcopales - En cuyo testimonio otorgamos la presente ante el Escrivano Público y de Cavildo de esta ciudad de León, a treinta de Octubre de mil setesientos ochenta y un años. I yo el infrascrito Escrivano que presente Soy, doy Fee, conozco a su SS^o Ilma. y al otorgante, y de que así lo dixeron, otorgaron y Firman; siendo testigos Casimiro Briceño, Don Pedro Antonio de Figueroa y Benito de los Santos Gómez, vecinos, de que doy Fee. - Entre reg. - Sotm^o. - Ante mí - Silvestre Prado - Escñ^o. Pub^o. y de Cavd^o. - " (Arch. Municipio de León).

(3) - La Ley de la Non Numerata Pecunia, la establece el Código de las Siete Partidas, N^o 9 del Tit. I. Part. 5; como una de las tantas obligaciones que establecía en los contratos.

Consistía en la excepción que daba lugar al vendedor para entablar la acción de venta, entregada por el comprador y recibido por el vendedor, en su presencia y de los testigos del instrumento, como la manera de formalizarse a favor del comprador la más firme y eficaz carta de pago que a su seguridad conduzca. Por esta razón cuando el dinero no aparecía haber sido entregado antes en la forma en que aparece en la escritura de que se trata, se hacía obligatorio que el vendedor confesara haber recibido el dinero, e hiciese constar además su renuncia expresa a la "excepción que le daba la ley".

(4) - La Ley del Ordenamiento Real de las Cortes de Alcalá de Henares permitía en el Título XVII, la rescisión del Contrato de la venta y de otros onerosos, en que hubiere intervenido lesión en más de la mitad del justo precio, y concedía el término de cuatro años para entablar la acción correspondiente; de aquí que, se hacía necesario para evitar ese peligro, que se hiciera constar, que el justo precio y verdadero valor de la cosa vendida era el que aparecía recibido por el vendedor y que si más valía o pudiese valer, del exceso en poco o en mucho se hacía a favor del comprador gracia y donación perfecta e irrevocable, o sea, "inter vivos", y se renunciaba expresamente a los efectos de esa Ley. Novísima Rec. Ley 2 Tit. 1-Libro 10.



Documento N° 02. Telegrama. Mercado Central. 1956.

León 21 de Abril de 1956.

El Mercado Central puesto al servicio el primero de mayo de 1956.

En el mesón cada una de ellas colocaba y manejaban 20 canastos diariamente, lo que representaba una venta de 500.00 córdobas a 1000.00 córdobas.

Las más gritonas y malcriadas han tratado siempre de ocupar el espacio de otras. Esto debe terminarse y debe ocupar estrictamente el local que pagó.

Carlos Argüello Cervantes

Alcalde municipal.

Fuente: Archivo General de la Nación. Fondo Gobernación. Caja número 21. León 1955-1956. Expediente 8.



Documento N° 03.

Ordenanza Municipal de León. Aprobada el 1° de abril del 2003.



Departamento de Mercado y Comercio
ALCALDÍA MUNICIPAL DE LEÓN

Ordenanza Municipal de los Mercados.

CER-036-03

El Sucrito del Consejo Municipal de la Alcaldía Municipal de León, República de Nicaragua,
CERTIFICA:

Que el Consejo Municipal de León, en su SESIÓN INTERNA del día Diez de Abril del Dos Mil Tres,
adoptó la RESOLUCIÓN, que en sus partes conducentes literalmente expresa:

**CM-LEÓN-2003
07-04-03
RESUELVE:**

El Consejo Municipal de León resolvió de forma UNANIME Aprobar "LA ORDENANZA MUNICIPAL DE LOS MERCADOS".

El Consejo Municipal de la ciudad de León, en uso de las facultades que le confiere el Arto. No. 177 de la Constitución Política de la República y la Ley de Municipios en sus Arto. No. 7, inciso No. 2 y el Arto. No. 28 inciso 4.

CONSIDERANDO:

PRIMERO: que es voluntad del Gobierno Municipal buscar alternativas que conlleven a la excelente administración de los Mercados de León y un adecuado control de los mismos.

SEGUNDO: Que es necesario crear un Reglamento que Ordene y regule el Servicio de los Mercados, en provecho de los Comerciantes y Pobladores en general.

POR TANTO:

Para un mayor ordenamiento y control efectivo en los Mercados del Municipio de León.

ACUERDA:

La siguiente Ordenanza Municipal.

Arto. No. 1 OBJETO:

El Presente Reglamento tiene por objeto precisar las condiciones y normas que regirán a las personas, sean Naturales y Jurídicas, arrendatarios de Módulos, Tramos y Espacios en todos y cada uno de los Mercados de la ciudad de León, bajo la Administración de la Municipalidad de León.

Arto. No. 2 DE LOS ARREDANTARIOS:

De un mercado, para ejercer actividades comerciales o prestación de Servicios debidamente autorizados.



Departamento de Mercado y Comercio

Arto. No.3 ADJUDICACIÓN Y CONTRATOS:

La adjudicación de módulos, tramos o espacios se hará a través de la intendencia de cada Mercado, previa consulta con el Departamento de Mercados y basándose en el ordenamiento particular de cada Mercado y con la presentación de los requisitos SIGUIENTES:

- a) Ser Nicaragüenses, en el caso de extranjeros, deberá presentar constancia de ser residente.
- b) Presentación de su matrícula.
- c) Presentar solicitud acompañada de fotocopia de su Cédula de Identidad.
- d) Suscribir contrato de arriendo.
- e) Certificado de salud actualizado, en caso que el producto a expender sea relacionado con alimentos de consumo.
- f) Pagar importe de derecho de adjudicación.
- g) Presentación de solvencia municipal y Record de Policía.
- h) El contrato de arriendo que se suscriba no podrá ser mayor del período de Gobierno Municipal y es de carácter nominal, por consiguiente los arrendatarios no podrán ceder o vender, traspasar los derechos a terceras personas. La infracción a esta disposición será causa suficiente de anulación y pérdida del derecho de la ocupación de un módulo, tramo o espacio. En caso de fallecimiento del arrendatario, La Alcaldía Municipal de León, dará prioridad de arriendo si así lo solicitan, a los familiares que se encuentren en el primer grado de consanguinidad, de lo contrario el módulo, tramo o espacio, los dispondrá la Municipalidad para su asignación conforme solicitudes recibidas.
- i) Es entendido que los comerciantes establecidos a la fecha de la promulgación de esta Ordenanza, gozarán del derecho de adjudicación por período de un año y nueve meses, pero con la obligación rellenar todos los trámites que expresan en el Arto. No. 3
- j) El canon de arrendamiento será pagado al colector diariamente, de forma semanal, quincenal o mensual y por falta de pago de 45 días consecutivos y/o 90 días acumulados, perderá el derecho a seguir ocupando el módulo, tramo o espacio. El comerciante podrá suscribir acuerdo de pago mediante documento legal, el que suscribirá ante Asesoría Legal de la Municipalidad, si faltare a este acuerdo, LA PÉRDIDA DEL DERECHO SERÁ DEFINITIVA.

Arto. No. 4 MEJORAS:

En los casos que los comerciantes posean alguna mejora debidamente autorizada por Urbanismo y comprobada por el departamento de Mercado, y las que reubican en el Mercado Terminal de Buses, en la primera, segunda, tercera y cuarta calle, en el caso del Mercado Santos Bárcenas, en la Plazoleta del antiguo F.F. C.C. y el anexo del Mercado Raúl Cabezas Lacayo. El comerciante podrá ceder sus derechos de mejoras, conforme el siguiente procedimiento:

- a) El comerciante notificará a la intendencia de mercado, el retiro de su actividad comercial.
- b) Estar solvente con la Municipalidad.
- c) El nuevo arrendatario será seleccionado de lista de solicitudes que tenga la Municipalidad y podrá recibir propuestas de las Juntas Directivas de Mercados, siempre y cuando el comerciante no posea más de un tramo. En cualquiera de los casos el derecho de adjudicación le corresponde a la Municipalidad.



Departamento de Mercado y Comercio

- d) El valor de cancelación de las mejoras por parte del nuevo arrendatario será de acuerdo peritaje de común acuerdo, en el entendido que lo traspasa o cede en sus mejoras efectuadas y no el espacio que por derecho le corresponde a la Municipalidad.
- e) En todos estos casos se deberá elaborar un adendum al contrato general que regirá a todos los mercados.
- f) Toda mejora que los comerciantes soliciten efectuar en su módulo, tramo o espacio, deberá ser debidamente autorizada por Urbanismo y las mismas deberán ser de material factible de poder ser removida, para que facilite que el comerciante pueda desmontarla una vez se retire del Mercado, ya sea por voluntad propia o por pérdida de derecho de ocupación del módulo, tramo o espacio.

Arto. No. 5 SEGURIDAD Y SALUBRIDAD:

- a) El local de los Mercados de León, deberá permanecer en todo tiempo completamente limpio, aseado, sin basura, desperdicios ni podredumbres. Para este efecto el Administrador General de los Mercados de León y el Intendente deberá velar por el cumplimiento de todo lo dispuesto en la Ordenanza Municipal sobre Limpieza, Manejo y Control de todo tipo de desechos. Arto. Nos. 6, 8, 9, 10, 27, 28 y 29. Y todas las disposiciones o reformas que posteriormente se dicten, la intendencia de cada Mercado tiene la responsabilidad de suministrar todos los materiales de limpieza necesarios para asegurar la limpieza de cada Mercado.
- b) El Responsable de Mercado y el Intendente de cada Mercado, deberá así mismo vigilar porque se cumplan todas las disposiciones y ordenes que emanen del Código Sanitario, relativa a la buena higiene del Local de los Mercados, preparación y expendió de alimentos y todos aquellos productos que se utilicen en la preparación de los mismos, asimismo en el acopio de carnes, pollos y mariscos.
- c) La limpieza general de los Mercados y sus calles adyacentes deberá efectuarse de forma constante, debiendo ejercerse estrecha vigilancia para que los servicios de agua y sanitarios ubicados en los Mercados permanezcan en buen orden y limpieza.
- d) El responsable del Departamento de Mercado y Comercio y el Intendente de cada Mercado, vigilará especialmente por la seguridad de los bienes y por la conservación de cualquier propiedad que este dentro del local de dichos Mercados. A este propósito se dispone que el público tendrá acceso al interior de los Mercados, desde las seis y media de la mañana hasta las cinco de la tarde. Los días domingos y feriados se cerrará a las dos de la tarde a excepción de los días 7, 24 y 31 de Diciembre para lo cual la hora de cierre será hasta las 7 de la noche. En caso de noches de compra que se planifiquen el horario de cierre podrá extenderse a las 10 de la noche. Dejando constancia escrita del acuerdo. Los días primero de Enero, Viernes Santos y 24 de septiembre los mercados permanecerán cerrados y por algún acuerdo debidamente firmado entre la intendencia del Mercado y los representantes de la junta directiva se decida que el Mercado funcione en los días antes señalados, las juntas directivas asumirán el pago del personal respectivo. Exceptúa de esta disposición el Mercado La Terminal y la parte externa del Mercado Santos Bárcenas y Anexo del Mercado Raúl Cabezas Lacayo.



Departamento de Mercado y Comercio

En los casos de encontrar a cualquier persona en el interior de los mercados fuera del horario dispuesto antes dicho, se procederá a poner a la orden de las autoridades correspondientes, para lo que éstas juzguen oportuno. Se exceptúa de esta medida a los locales que de forma específica se señalen para el Mercado. La Terminal y en casos de necesidad grave que se presente por parte de algún comerciante. Lo cual debe ser debidamente autorizado por el intendente y dejar constancia escrita en el libro de incidencias.

- e) Los arrendatarios de módulos exteriores que no tienen ninguna puerta de acceso al interior del mercado, podrán cerrar a las 7 de la NOCHE o antes según lo estimen conveniente.

A los infractores de estas disposiciones se les hará saber por escrito y el llamado de atención correspondiente se les acumulará en SU EXPEDIENTE PARTICULAR.

- f) Todos los módulos y tramos que necesiten de los servicios de energía eléctrica, deberán de solicitar su servicio a la Empresa correspondiente y de igual manera deberán presentar el Certificado de la dirección General de bomberos que certifique que su instalación eléctrica cumple con todas las normas Técnicas. En caso de que un comerciante no cumpla con las normas Técnicas requeridas. La intendencia deberá notificarles para su corrección inmediata y en caso de incumplimiento será causal para prescindir del CONTRATO.
- g) Los comerciantes deberán mantener en su modulo y/o tramo un extinguidor como medida de precaución en la prevención de cualquier incendio, así mismo la intendencia de cada Mercado deberá contar con equipo de extinguidores.
- h) Las joyerías y otro tipo de negocio que funcione con material inflamable, deberá presentar ante la intendencia informe de inspección de la Dirección General de Bomberos.

Arto. No.6 DERCHOS DE LOS COMERCIANTES:

- a) Mientras un arrendatario cumpla con sus obligaciones de pagar cumplidamente el canos de arriendo y todas aquellas otras obligaciones consignada en está Ordenanza, tendrá derecho durante el lapso de cada periodo del gobierno Municipal de Ocupar el modulo, tramo o espacio.
- b) Si después de diez de haberse vencido el contrato, si el arrendatario esta cumpliendo con sus obligaciones, el contrato se renueva por el periodo correspondiente.
- c) Todo arrendatario tiene derecho de recurrir a revisión y apelación de cualquier aplicación incorrecta de la presente apelación incorrecta de la presente Ordenanza de acuerdo al Arto. 40 de La Ley de Municipios.
- d) Deberá mantenerse el respeto mutuo entre los Intendentes y Comerciantes, para tal efecto se establece.
- 1) Cuando el Intendente faltare al respecto a un comerciante o se aplicará erróneamente está ordenanza, el comerciante elevará por escrito su queja ante el Departamento de Mercado y Comercio, quien en un término de 3 días de proceso de investigación determinará sobre el caso.
- 2) Cuando el comerciante incurriere en falta de respeto al Intendente, éste informará del caso al Departamento de Mercados, quien en un término de 3 días de proceso de investigación determinara sobre el caso.



Departamento de Mercado y Comercio

- 3) En ambos casos LAS SANCIONES serán las siguientes:
Para Comerciantes: Si la falta es leve, se hará llamado de atención por escrito, si es falta grave se suspenderá al comerciante por un período de 3 días, si es muy grave perderá el derecho de ocupación.
Para Intendentes: Si la falta es leve, grave o muy grave, se procederá conforme lo determina el Manual de Control Interno.
- 4) Los resultados de todos los procedimientos se harán por escrito y de Conocimiento de la Junta Directiva de los Comerciantes.

Arto. No.7 PÉRDIDA DE DERECHOS:

No obstante lo dispuesto en los artículos Anteriores, perderá el derecho de ocupar el módulo, tramo o espacio por cualquiera de los MOTIVOS SIGUIENTES:

1. Por dedicar el módulo, tramo o espacio para habitación y otro uso diferente del comercio.
2. Por establecer cantina o venta de licores y dedicar el módulo, tramo o espacio a juegos de azahar.
3. Por conducta notoriamente viciosa acompañada de escándalo en el lugar que ocupare, debiendo ser necesario tener un expediente con 3 llamados de atención por parte de la Intendencia del Mercado.
4. Por sentencia Judicial.
5. Por traspaso o subarriendo.
6. Por incumplimiento de las normas de seguridad.
7. Por no haberse matriculado en el período correspondiente.
8. Por incumplimiento de pago de acuerdo al Inciso "j" del Arto. No.3

Arto. No.8 DISPOSICIONES GENERALES

1. ningún arrendatario podrá hacer habitación de su pieza, ni dentro del Mercado y en consecuencia, al que se encontrare adentro del Mercado fuera de las horas hábiles será apremiado de conformidad con el Arto. No. 5, inciso "d", de la presente Ordenanza salvo cuando autorice la presencia del dueño o representante del tramo para protección de su mercadería, pero por ningún motivo podrá utilizarlo como vivienda de uso permanente.
2. Al hacer la limpieza de las paredes del edificio se tendrá especial cuidado en la uniformidad del color que ha de usarse, tanto en las paredes exteriores como interiores.
3. Todos los artículos o mercaderías deberán estar puesto sobre estantes, bancos o polines, suficientemente altos para permitir el aseo, los artículos de pasta harinosa, dulce, pan, azúcar y comestibles en general deben permanecer cubiertos, de manera que estén libre del contacto de agentes externos contaminantes.
4. Queda absolutamente prohibido botar cáscaras, hojas, desperdicios o cualquier otra basura en ninguna parte del edificio, lo mismo en las calles. A los contraventores se le aplicará lo dispuesto en la Ordenanza de Limpieza.
5. Todo arrendatario deberá proveerse de cajones o recipientes apropiados con sus tapas, las que permanecerán a orillas del módulo, tramo o espacio para que el operario de limpieza o el mismo comerciante según sea el caso, la traslade al depósito general de basura.
6. Las refresquerías mantendrán sus depósitos de agua limpia y sucia debidamente tapada, evitando la formación de charcas, así como los desperdicios en el suelo, semillas, cáscaras, etc.



Departamento de Mercado y Comercio

7. Se prohíbe la venta de todo artículo en estado de descomposición; frutas, mariscos, carnes contaminadas con cisticercosis, queso, etc. Estos artículos serán puestos a la orden del Ministerio de Salud, para que se proceda de acuerdo al código Sanitario y a la Ordenanza del Rastro Municipal.
8. Queda terminantemente prohibido dentro de los Mercados todo acto que directa o indirectamente ofenda el pudor y la moralidad, así como proferir palabras indecorosas o incidentes, la infracción de este Artículo será acumulado al expediente del comerciante y será tomado muy en cuenta para tomar decisiones sobre el derecho de ocupación.
9. Para la seguridad de los arrendatarios no se permitirá en los mercados de León depósitos de gasolina, kerosén, pólvora, tanques de gas propano y ninguna clase de materias inflamables.
Los contraventores a este artículo serán multados en sumas que van de los C\$ 500.00 a C\$ 1,000.00 y si reinciden, perderán el derecho de ocupación. Los fósforos que se expendan en los mercados deben estar debidamente protegidos y en cantidades pequeñas a fin de evitar cualquier riesgo que afecte los bienes de la Municipalidad y del resto de Comerciantes.
10. La Administración General de los Mercados deberá señalar un lugar adecuado que preste las seguridades del caso, donde estará el depósito general de basura. El Intendente del Mercado será responsable de mantener este depósito en condiciones aceptables a fin de evitar criaderos de agentes contaminantes.
11. Se prohíbe el deterioro de los edificios, así como abrir puertas, ventanas o modificar los mismos, si no cuentan con la debida autorización de URBANISMO.
12. Se prohíben discusiones políticas o de cualquier orden que puedan promover pleitos o choques personales dentro de los Mercados. Toda actividad política o religiosa se deberá canalizar con la intendencia del Mercado para su autorización.
13. La Dirección de Policía siempre que fuese posible mantendrá un puesto fijo en el Mercado.
14. Queda terminantemente prohibido el subarriendo y ningún arrendatario podrá dar alojamiento a otro arrendatario o particular, si lo hiciere perderá el derecho de ocupación automáticamente.
15. Todo arrendatario sin excepción, deberá conservar en su poder las boletas que comprueben su pago durante los últimos 3 meses. Al efecto habrá supervisores que podrán presentarse en cualquier momento a revisar las boletas a fin de efectuar las debidas comparaciones con los controles que debe llevar la administración general.
16. Todo arrendatario debe exigir del colector o de la tesorería el respectivo recibo de pago, debiendo tener el cuidado que dicha boleta o comprobante este debidamente firmada, con el código, fecha y los valores correctos.
17. Para garantía de los arrendatarios de los Mercados, se prohíbe terminantemente las ventas ambulantes en el interior del Mercado, así como también se prohíbe el bloqueo de las puertas de los vendedores eventuales, pues debe quedar libre el tránsito para el público y la seguridad del Mercado. De igual manera, esta prohibición abarcará a los comerciantes que teniendo su espacio asignado dispongan de vendedores ambulantes.
18. En períodos especiales, la Municipalidad de León, podrá autorizar permisos especiales a comerciantes tradicionales. Siempre y cuando se cuente con la disponibilidad de espacios y procurando que la ubicación de estos comerciantes no interrumpa el libre tránsito peatonal y vehicular, el comerciante pagará por aporte de permiso.
19. Queda terminantemente prohibido establecer ventas fijas o transitorias en las aceras de los Mercados. Las que actualmente existen se buscarán alternativas de acuerdo al ordenamiento particular de cada Mercado.
20. La Intendencia de los Mercados no podrá aglomerar puestos de ventas en los lugares destinados al tránsito, debiendo dejarse libres las calles de obstáculos a fin de favorecer el tránsito del público y vehicular.

Fuente: Alcaldía Municipal de León. Aprobada el 1° de abril del 2003.



Documento N° 04.

Carta Construcción Mercado central de León. 1953.

León 11 de diciembre de 1953.

Dr. Modesto Salmerón
Ministro de gobernación.

Señor ministro no estoy de acuerdo con la construcción de los tramos del mercado de León ya que los considero pequeños, poca luz, ventilación, cielo raso bajo que se podría tocar con la mano. La altura de las piezas es de 2.80 metros, se producirán malos olores porque la gente no es aseada. Las marquesinas demasiado bajas.

Considera: Que el mercado es un lugar público en donde hay gran aglomeración de persona, tomando en cuenta nuestro clima y que la generación por personas en el trópico es alta. La tendencia de bajar los techos y marquesinas no es adecuado, más bien se necesitan construcciones espaciosas para sentirse confortable. Los pasillos son angostos. La parte norte-sur del edificio esta inclinada en una pendiente del 3% se extraña no haber encontrado una solución adecuada al problema.

Propone: Que la parte que se está construyendo se revisen los planos y si necesitan ayuda este departamento está a la orden. El edificio dará su rendimiento, pero no es eficaz en el servicio de la ciudad tan grande como León, cuyo movimiento comercial requiere un mercado en mejores condiciones.

Muy atento.

Señor Arnoldo Ramírez Eva.

Ingeniero jefe de construcciones nacionales.

CC: - Señor Presidente de la República.

- Señor Ministro de fomento

Fuente: Archivo General de la Nación. Sección Gobernación. Fondo Presidencial. Caja Número 29. 1953. Expediente 63.



Documento N° 05

Carta de las representantes de la directiva del Mercado Central. 1970.

León 12 de julio de 1970

Sr. Ministro de Gobernación
Dr. Mariano Buitrago.

Las suscritas representantes directivas de las locatorias internas del mercado central, se quejan sobre la competencia que hacen las vendedoras de las aceras a las que están adentro. Además que hay que trabajar contra la insalubridad. Además hay una emergencia nacional por la gastroenteritis que diezma a la población de todas las edades y el mercado se mantiene subocupado en sus interiores, pero las 15 vendedoras se declaran en rebeldías y están en las aceras otras salen hacia afuera sembrándose el desorden y la insalubridad.

Emelina Morales
Presidenta.

María del C. Romero
Vice presidenta.

Julia Bojorque
Tesorera

Estela Narváez
Secretaria

Ernestina Centeno
Fiscal

Martha Rojas.
Primer Vocal

Fuente: Archivo General de la Nación. Fondo Gobernación. Caja número 21. León 1955-1956. Expediente 8.



INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Departamento de Historia

CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA

A Gerentes de los Mercados de la Ciudad de León

Estimado Gerente:

Mi nombre es María Elena Medina Salinas, soy estudiante de la Maestría de Estudios Históricos Latinoamericanos y del Caribe, estoy realizando mi Tesis de Maestría que titula” **Los Mercados de la Ciudad de León, Nicaragua y su aporte en el desarrollo Socioeconómico de la población. 1950 al 2009**”. Dada su experiencia en este campo de trabajo solicito su valiosa colaboración brindándome insumos de información que permitan fortalecer mi trabajo a través de la presente entrevista. Agradeciendo de antemano todo su apoyo en el esfuerzo de este proyecto.

No. de Entrevista /___/ Fecha: /___/___/___/ Hora: /___/

Mercado: _____

Datos del entrevistado:

Nombre y Apellidos. _____

Edad _____

Nivel de escolaridad _____

Cargo que desempeña _____

Años de experiencia en el puesto de trabajo _____

Preguntas.

1. ¿Cuáles son sus principales funciones como Gerente del Mercado?
2. ¿En qué contexto se realiza la fundación de este Mercado?



3. ¿Cuál ha sido el proceso de desarrollo e infraestructura del Mercado?
4. ¿Cuáles son los principales productos que se ofertan en este Mercado, y de donde proceden?
5. ¿Considera los mercados municipales de León, como centros importantes para el crecimiento económico de los comerciantes que ofertan sus productos al consumidor?
6. ¿Qué relación existe entre el desarrollo de los medios de comunicación y el desarrollo de los mercados municipales?
7. ¿Especifique quienes son los principales fundadores o actores sociales de este Mercado
8. ¿En qué se invierte las ganancias obtenidas del pago de impuesto de los comerciantes?
¿Alcanza para realizar mejoras en este mercado y construcciones recreativas en la ciudad?
9. ¿Cree usted que el desarrollo de los mercados han incidido en el desarrollo urbanístico de algunos barrios o de la ciudad?
10. ¿Han incidido las migraciones en el desarrollo de los mercados? ¿De qué manera?
11. ¿Considera que han habido expresiones de progreso en la ciudad de León con la fundación de los mercados municipales?
12. ¿Ha tenido mejorías el mercado actualmente, en relación con años anteriores? ¿En qué forma?
13. ¿Qué actividades culturales se realizan en este mercado? ¿Cómo lo celebran?
14. ¿Desea agregar algo que no le haya preguntado sobre este mercado?

Muchas Gracias.



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua)

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Departamento de Historia



CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA

A Comerciantes de los Mercados de la Ciudad de León

Estimado Comerciante:

Mi nombre es María Elena Medina Salinas, soy estudiante de la Maestría de Estudios Históricos Latinoamericanos y del Caribe, estoy realizando mi Tesis de Maestría que titula” **Los Mercados de la Ciudad de León, Nicaragua y su aporte en el desarrollo Socioeconómico de la población. 1950 al 2009**”. Dada su experiencia en este campo de trabajo solicito su valiosa colaboración brindándome insumos de información que permitan fortalecer mi trabajo a través de la presente entrevista. Agradeciendo de antemano todo su apoyo en el esfuerzo de este proyecto.

No. de Entrevista /___/ Fecha: /___/___/___/ Hora: /___/

Mercado: _____

Datos del entrevistado:

Nombre y Apellidos. _____

Edad _____

Nivel de escolaridad _____

Estado civil _____

Años de trabajo en el mercado _____

Personas dependientes _____

Preguntas:

1. ¿Cómo se relacionó con el trabajo del mercado municipal?
2. ¿Cuál ha sido la evolución del cobro de los impuestos municipales en este mercado?



3. ¿Cuáles son los principales productos que se oferta en el mercado y en su tramo? ¿cuáles son los de mayor demanda por los consumidores? ¿De dónde proceden estos productos?
4. ¿Cuál ha sido el desarrollo de la infraestructura de este mercado desde que usted vende en este lugar?
5. ¿En relación a los años anteriores, ha mejorado la afluencia de consumidores nacionales y extranjeros en este mercado?
6. ¿Ha mejorado su situación económica desde que usted vende en este mercado? ¿De cuánto es aproximadamente la ganancia diaria y en qué la invierte?
7. ¿Considera que son importantes los mercados en esta ciudad de León?
8. ¿Cómo se han desarrollado los medios de transporte en el desarrollo del comercio interno de este mercado?
9. ¿Qué tipo de relaciones comerciales existen entre los comerciantes de este mercado con otros mercados del país?
10. ¿Considera que los mercados tienen relación, con el progreso que ha tenido la ciudad?
11. ¿Considera que las migraciones han influido en el desarrollo de este mercado?
12. ¿Cómo considera las condiciones higiénicas sanitarias de este mercado?
13. ¿Desea agregar algo que no le haya preguntado sobre este mercado?

Muchas Gracias.



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua)

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Departamento de Historia



CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA

A Consumidores de los Mercados de la Ciudad de León

Estimado Consumidor(a):

Mi nombre es María Elena Medina Salinas, soy estudiante de la Maestría de Estudios Históricos Latinoamericanos y del Caribe, estoy realizando mi Tesis de Maestría que titula” **Los Mercados de la Ciudad de León, Nicaragua y su aporte en el desarrollo Socioeconómico de la población. 1950 al 2009**”. Dada su experiencia en esta actividad comercial solicito su valiosa colaboración brindándome insumos de información que permitan fortalecer mi trabajo a través de la presente entrevista. Agradeciendo de antemano todo su apoyo en el esfuerzo de este proyecto.

No. de Entrevista /___/ Fecha: /___/___/___/ Hora: /___/

Mercado: _____

Datos del entrevistado:

Nombre y Apellidos. _____

Edad _____

Nivel de escolaridad _____

Estado civil _____

Frecuencia de visita de compras al mercado _____

Mercados que visita _____

Promedio de gastos en compras _____



Preguntas:

1. ¿Por qué tiene preferencia de compras en el mercado municipal en relación con tiendas y supermercados de León?
2. ¿Cuáles son los principales beneficios económicos en la compra de productos en los mercados de la ciudad de León?
3. ¿Considera que las condiciones de los mercados de la ciudad de León son viables para la seguridad de los consumidores?
4. ¿Qué mejoras ha visto usted en la infraestructura de los mercados desde que los frecuenta?
5. ¿Cree que el desarrollo de los mercados ha contribuido al mejoramiento económico y social de los pobladores de esta ciudad? ¿De qué manera?
6. ¿Cree que exista relación entre el desarrollo de los mercados y las expresiones de progreso de esta ciudad?
7. ¿Considera que el desarrollo de los mercados tiene relación con el nivel educativo de la población leonesa?
8. ¿Han influido los mercados en las condiciones higiénico sanitarias de la ciudad? ¿De qué manera?
9. ¿Qué relación existe entre los medios de transporte y el desarrollo de los mercados municipales?
10. ¿Quiere agregar algo más que no le haya preguntado sobre los mercados?

Muchas Gracias



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua)

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas
Departamento de Historia



CUESTIONARIO PARA ENCUESTA

A Consumidores de los Mercados de la Ciudad de León

Estimado/a usuario se le solicita su colaboración, para dar respuestas a todas y cada una de las interrogantes aquí planteadas. Con el objetivo de realizar un estudio que lleva por nombre **“Los Mercados de la Ciudad de León, Nicaragua y su aporte en el desarrollo Socioeconómico de la población. 1950 al 2009”**. Lo cual será de gran ayuda, para culminar con éxito esta investigación. Agradeciéndole su valiosa cooperación.

Marca con una **X** la respuesta que usted considere correcta y argumente donde sea necesario.

No. de Encuesta /___/ Fecha: /___/___/___/ Hora: /___/

1. ¿Frecuenta los mercados de la ciudad de León?

_____ Siempre
_____ Casi siempre
_____ Nunca

2. ¿Considera importante la existencia de Mercados en la ciudad de León?

Si _____ No _____

3. ¿Cree que los mercados han contribuido al ordenamiento territorial de esta ciudad?

Si _____ No _____

4. ¿Las expresiones de progreso que presenta la ciudad tiene relación con el desarrollo de los mercados?

_____ Mucho
_____ Poco
_____ Nada

5. ¿El desarrollo de los mercados municipales ha influido en el aumento de la educación en León?

Si _____ No _____



6. ¿Considera que los Mercados han incidido en las mejoras económicas de las familias leonesas?

Si_____ No_____

7. ¿Favorece la compra de productos en los mercados municipales a su economía familiar?

Si_____ No_____

8. ¿La infraestructura de los mercados de esta ciudad, es viable para realizar el comercio?

Si_____ No_____

9. ¿Prestan condiciones de seguridad los mercados de esta ciudad, para la afluencia de personas?

Si_____ No_____

10. ¿Presentan los mercados condiciones higiénico sanitarias para el desarrollo del comercio Local?

Si_____ No_____

11. ¿Considera que la mejoría de los mercados ha conllevado al desarrollo de los medios de transporte?

_____ Mucho

_____ Poco

_____ Nada

12. ¿Considera que el desarrollo de los mercados en la ciudad de León han contribuido al crecimiento de la población?

_____ Mucho

_____ Poco

_____ Nada

13. ¿Existe relación entre los mercados y las diversas inmigraciones en la ciudad de León?

Si_____ No_____

Muchas Gracias.



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua.

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Departamento de Historia



CUESTIONARIO PARA ENCUESTA

A Comerciantes de los Mercados de la Ciudad de León

Estimado/a usuario se le solicita su colaboración, para dar respuestas a todas y cada una de las interrogantes aquí planteadas. Con el objetivo de realizar un estudio que lleva por nombre **“Los Mercados de la Ciudad de León, Nicaragua y su aporte en el desarrollo Socioeconómico de la población. 1950 al 2009”**. Lo cual será de gran ayuda, para culminar con éxito esta investigación. Agradeciéndole su valiosa cooperación.

Marca con una **X** la respuesta que usted considere correcta y argumente donde sea necesario.

No. de Encuesta /___/ Fecha: /___/___/___/ Hora: /___/

Mercado: _____

1. ¿Cuánto tiempo tiene de vender en este Mercado?

_____ 5 años

_____ 10 años

_____ Más de 10 años

2. ¿Este negocio le es suficiente para mejorar su economía?

Si _____ No _____

3. ¿Usted como vendedora, considera que los mercados han contribuido al progreso de la ciudad?

Si _____ No _____

4. ¿La educación de sus hijos ha sido únicamente sustentada con este negocio?

Si _____ No _____

5. ¿Ha realizado mejoras en infraestructura familiar con las ganancias de este negocio?

Nada _____

Poco _____

Mucho _____



6. ¿Considera que los Mercados han aportado en las mejoras económicas de las familias leonesas? Si_____ No_____

7. ¿Las ganancias obtenidas le son suficientes para recrearse con su familia?

Nada_____

Poco_____

Mucho_____

8. ¿La infraestructura de este mercado, presta condiciones para realizar el comercio?

Si_____ No_____

9. ¿Existen condiciones de seguridad en este mercado?

Si_____ No_____

10. ¿Presenta este mercado condiciones higiénico sanitarias para el desarrollo del comercio Local?

Si_____ No_____

11. ¿Considera que la mejoría de los mercados ha conllevado al desarrollo de los medios de transporte local y nacional?

_____ Mucho

_____ Poco

_____ Nada

12. ¿Considera que el desarrollo de los mercados en la ciudad de León han contribuido al crecimiento de la población?

_____ Mucho

_____ Poco

_____ Nada

13. ¿Han contribuido los inmigrantes que se ubican en este mercado en el desarrollo comercial?

Si_____ No_____

14. ¿Ha ayudado este negocio en la mejora de su salud, educación y de su familia?

Si_____ No _____

15. ¿Realizan actividades culturales en el año en este mercado?

_____ Nunca

_____ Algunas veces

_____ Siempre.

Muchas Gracias.



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua.
Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas
Departamento de Historia

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Cinco Mercados de la ciudad de León.

No. /___/ Fecha: /___/___/___/ Hora: /___/

Mercado: _____

1. Condiciones de Infraestructura de los Mercados
2. Forma de organización de los Tramos en los Mercados
3. Condiciones interna de los tramos
4. Condiciones higiénico sanitarias de los Mercados.
5. Afluencia de consumidores en el Mercado.
6. Relaciones interna entre Vendedores y consumidores del Mercado
7. Tipos de productos que se ofertan en el Mercado
8. Condiciones de seguridad de los Mercados
9. Imágenes religiosas en cada uno de los Mercados.
10. Cantidad de extranjeros consumidores en el mercado.
11. Tramos de extranjeros ubicados en cada uno de los Mercados.



FORMATO DE AUTORIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Yo: _____

Por este medio autorizo y cedo todos los derechos sobre las grabaciones, filmaciones, transcripciones y contenidos de esta entrevista para cualquier finalidad académica o educativa.

A: _____

Notas, observaciones y restricciones: _____

Firma de la entrevistada

Firma de la entrevistadora

Nombre y Apellidos

Nombre y Apellidos

Dado en la ciudad de _____ a los _____ del mes de _____ del año _____



Ficha de entrevista

Proyecto: _____

Nombre y Apellidos del entrevistado: _____

Lugar y Fecha: _____

Tipo de entrevista: _____

Duración: _____

Número de sesión: _____

Número de cintas grabadas: _____

Nombre del entrevistador: _____