

Cartagena, 10 de Mayo de 1.984.

Señores
COMITE DE GRADUACION,
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Cartagena,
E. S. D.

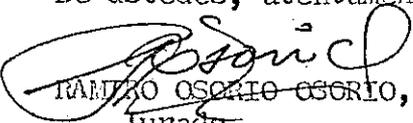
Apreciados señores:

De la manera más cordial me dirijo a ustedes, con el propósito de rendirles mi concepto sobre la tesis de grado intitulada "PROPUESTAS DE SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS EN EL MERCADO DE BAZURTO", presentada por los egresados José Francisco Mercado y Roberto Jiménez Urueta, para obtener su título de Economista.

Los planteamientos que se hacen durante el estudio, son propuestas de soluciones viables y muy correctas desde el punto de vista de sus aplicaciones. Estas pueden sintetizarse, como prioritarias, como la sectorización del Mercado Central y la construcción de la Central de Abastos. Otra, como los ya existentes mercados móviles del IDEMA y CORABASTOS, con mucho éxito en el interior de la República. Además se considera de mucha importancia, las políticas y toma de decisiones por parte de las Empresas Públicas y su Administrador, con la colaboración y coordinación de instituciones policivas de vigilancia y orden público.

Por todo lo anterior y considerarlo como un aporte al crecimiento de la ciudad, doy mi voto positivo; llena los requisitos que exige la Facultad, para optar su título, con una nota de aprobada para su trabajo, deseando-les éxitos futuros en el desarrollo de su Carrera.

De ustedes, atentamente,


RAMIRO OSORIO OSORIO,
Jurado.

Cartagena, de Febrero de 1.984.-

Señores
MIEMBROS DEL COMITE DE GRADUACION,
Facultad de Ciencias Económicas,
La ciudad.-

Apreciados señores:

Por medio de la presente, sometemos a su consideración nuestra tesis de grado que se titula "PROPUESTA DE SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS EN EL MERCADO DE BAZURTO", como requisito para optar el título de Economista.-

Agradeciéndo de antemano la atención prestada, nos suscribimos.

Atentamente,

JOSE FRANCISCO MERCADO

ROBERTO JIMENEZ URUETA.

Cartagena, 10 de Mayo de 1.984.

Señores
MIEMBROS COMITE DE GRADUACION
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Cartagena,
E. S. D.

Apreciados señores:

En la memoria de grado "PROPUESTA DE SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS EN EL MERCADO DE BAZURTO", de José Francisco Mercado y Roberto Jiménez Urueta, se hace un somero análisis de la situación existente en esa área comercial de la ciudad, en la que intervienen consumidores, expendedores al mayor y al detal hasta el personal adscrito a esa dependencia administrada por las Empresas Públicas Municipales, así como los diferentes productos y mercaderías que se negocian.

Una vez hecha la evaluación del caso, los mencionados egresados presentan propuestas de solución al problema que se presenta pertinente a la desorganización, desaseo y congestión vehicular y peatonal, dada la multiplicidad de factores que intervienen y que inciden en el funcionamiento de esta plaza de mercado.

Por ser este un estudio serio, objetivo, de mucha importancia para todos los sectores de opinión y de interés para las entidades municipales, además por estar bien documentado y presentado, es un trabajo que merece destacarse entre otros por ser una investigación actualizada, en el que se deja entrever el esfuerzo hecho por los interesados, tocando el problema a fondo y conforme se presenta en la realidad.

Por todo lo anterior, solicito al Honorable Comité, sea aprobado este estudio para poder optar al título de Economistas, los señores susodichos.

Atentamente,

MARIO PUELO CHAMIE,
Jurado Examinador.

Cartagena, 10 de Mayo de 1984

Señores
MIEMBROS COMITE DE GRADUACION
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Cartagena
E. S. D.

Distinguidos señores:

Cumplo con el compromiso de presentar ante ustedes mi concepto como Presidente de Tesis sobre el trabajo "Propuesta de Soluciones a los Problemas en el Mercado de Bazurto" que ha sido elaborado por los egresados José Francisco Mercado y Roberto Jiménez Urueta para optar el título de Economistas.

Desde hace algún tiempo, dichos egresados han venido interesados en analizar este problema de gran trascendencia para el desenvolvimiento de la ciudad. Es así como se han preocupado por consultar todos los documentos relacionados con el problema, básicamente los estudios elaborados por el CEIMA relacionados con el mercadeo agrícola de la ciudad y con la implantación del sistema de mercado para la misma. Han investigado en fuentes primarias en el mismo sitio del mercado y han elaborado un trabajo que vale la pena - para tener en cuenta puesto que este problema constituye gran preocupación para las autoridades civiles y militares de la ciudad.

Ojalá se tenga en cuenta el estudio realizado, se busque de alguna manera su promulgación para que sirva a las autoridades como elemento que contribuye a la solución del grave problema a que nos venimos refiriendo.

Por todo lo anterior, considero que el trabajo debe aprovecharse como Tesis de Grado y a los señores Mercado y Jiménez debe otorgárseles el título de Economistas.

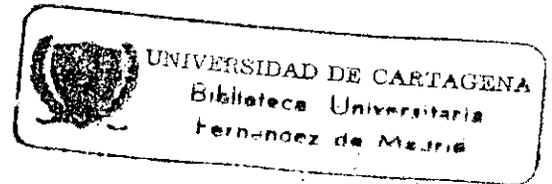
Sin otro particular, me repito de ustedes.

ARGEMIRO BERMUDEZ VILLADIEGO
Presidente de Tesis

T
658.1
M553

S C I B

5



PROPUESTA DE SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS EN EL MERCADO DE BAZURTO

AUTORES:

JOSE FRANCISCO MERCADO.

ROBERTO JIMENEZ URUETA.

S C I B
00019755

PRESIDENTE:

ARGEMIRO BERMUDEZ VILLADIEGO.

ASESOR:

CLAUDIO OSORIO LENTINO.

47972

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA: ECONOMIA

CARTAGENA, FEBRERO DE 1.984.

6

CONTENIDO

	Página.
0. MARCO DE REFERENCIA ✓ ²⁰	1
0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ²⁰	6
0.2 DELIMITACION 3	9
0.2.1 Formal	9
0.2.2 Material	9
0.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.	10
0.3.1 Generales	10
0.3.2 Específicos	11
0.4 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACION.	12
0.5 FORMULACION DE HIPOTESIS	13
0.5.1 General	13
0.5.2 De Trabajo	13
0.6 OPERACIONALIZACION	13
0.6.1 Definiciones Conceptuales	14
0.6.2 Definiciones Operacionales	15
0.7 MARCO TEORICO 	17
0.8 METODOLOGIA	22
1. RESEÑA HISTORICA DE CARTAGENA.	24

	Página
1.1 ASPECTOS GENERALES	26
1.1.1 Demográficos	26
1.1.2 Empleo	31
1.1.3 Salarios	35
1.1.4 Precios	38
1.1.5 Turismo	41
2. EMPRESAS PUBLICAS MUNICIPALES	45
2.1 ORIGEN	45
2.2 FACULTADES	46
2.3 OBJETIVOS	46
2.4 PATRIMONIO	46
2.5 ESTRUCTURA ORGANICA	48
2.5.1 Administración	50
3. MERCADO DE BAZURTO	52
3.1 ANTECEDENTES	52
3.2 OBJETIVOS	56
3.3 FUNCIONES	57
3.4 INGRESOS Y GASTOS POR ADMINISTRACION DE BAZURTO	58
3.5 COMPRAS EN EL MERCADO DE BAZURTO	61
3.5.1 Días de Mayor frecuencia en las compras	62
3.5.2 Jornada de mayor frecuencia en las compras	62

	Página.
3.5.3 Orden de las Compras	65
3.5.4 Proporción de compra según el lugar.	67
4. EVALUACION	69
4.1 CAPACIDAD Y EXTENSION	69
4.1.1 Capacidad	69
4.1.2 Extensión	70
4.2 TAMAÑO Y LOCALIZACION	71
4.2.1 Tamaño	71
4.2.2 Localización	72
4.3 PLANTA DE PERSONAL Y ADMINISTRACION	73
4.4 INFRAESTRUCTURA FISICA	80
4.4.1 Areas de Venta.	80
4.4.2 Areas de Expansión	86
4.4.3 Vías de comunicación	87
4.4.4 Zonificación	98
4.4.5 Zonas de descárgue y de parqueo.	103
4.4.6 Servicios	104
4.4.7 Seguridad	112
4.4.8 Comodidad	112
4.4.9 Rapidez en la compra	113

	Página
5. PROPUESTA DE SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS EN EL MERCADO DE BAZURTO	115
5.1 CAPACIDAD Y EXTENSIÓN	116
5.1.1 Capacidad	116
5.1.2 Extensión	117
5.2 TAMAÑO Y LOCALIZACION	118
5.2.1 Tamaño	118
5.2.2 Localización	119
5.3 PLANTA DE PERSONAL Y ADMINISTRACION.	120
5.4 INFRAESTRUCTURA FISICA	122
5.4.1 Areas de Venta	122
5.4.2 Areas de Expansión	130
5.4.3 Vías de comunicación	130
5.4.4 Zonificación	134
5.4.5 Zona de descargue y de parqueo	136
5.4.6 Servicios	137
5.4.7 Seguridad y Comodidad.	143
5.4.8 Rapidez en la compra	143
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

PROPUESTA DE SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS EN EL MERCADO DE BAZURTO

JOSÉ FRANCISCO MERCADO.

ROBERTO JIMENEZ URUETA.

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

PROGRAMA: ECONOMIA

CARTAGENA, FEBRERO DE 1.984

DEDICATORIA

A mis padres quienes con su esfuerzo constante y buenos consejos me indujeron por los senderos del estudio y el saber.

ROBERTO.

A mis padres y todos aquellos que me encauzaron por el sendero del conocimiento y saber; los cuales hicieron posible la realización de este trabajo.

JOSE.

AGRADECIMIENTO

A nuestros profesores, y de manera especial a nuestro asesor de tesis, y funcionarios de Empresas Públicas, Alcaldía Municipal, Gobernación de Bolívar y Universidad de Cartagena quienes colaboraron y abrieron paso a la información y documentación.

0. MARCO DE REFERENCIA.

El concepto de mercado público no es nuevo, tampoco se sabe la fecha exacta en que se construyó el primero de ellos. La existencia de centros de reunión en donde se ejercía el comercio de los artículos más indispensables para la vida debe ser contemporáneo de las primeras civilizaciones.-

Entre los egipcios servían de centros de comercio los alrededores de los templos en donde se congregaba la multitud para la celebración de fiestas religiosas.- También existían mercados en las plazas de cada pueblo y en los espacios libres de éstos.- Es antigua la institución de los mercados en Jerusalen, más conocidos como MARKOLET, siendo muy famosos los de Pascua.- En Grecia el mercado sirvió a la vez de centro de reunión para las asambleas populares y de mercado propiamente dichos; siendo actividades de los señores las primeras y de las señoras las segundas; más conocidos como AGORA (plazas públicas de las ciudades griegas).- Pero la extensión gradual de los mercados hizo que se afectase el AGORA primitiva y dejara de reunirse la asamblea del pueblo, reduciéndose únicamente a las actividades comerciales.- Durante la Edad Media y el Renaci-

miento, los mercados conservaron las características de la organización romana.- Es apenas a partir del siglo XVIII cuando comienzan las reformas modernas de los mercados; pasando a manos de las autoridades municipales.-

La experiencia en los mercados ha demostrado que en la construcción de los mismos debe tenerse en cuenta ante todo la población de la ciudad para darles la extensión conveniente; en cuanto al emplazamiento; depende de las condiciones generales de la ciudad respecto a población y tráfico.- Se calcula que por cada 20.000 o 30.000 habitantes se requiere de un mercado; de modo que el aumento de la población cuando rebasa ciertos límites, trae aparejada la necesidad de nuevos mercados.-

Cartagena como centro de atracción turística, es una ciudad de gran importancia en su aspecto comercial, educativo, cultural e industrial. Las costumbres e idiosincracia de su gente le han imprimido a su sistema de mercados, características muy especiales y variadas, además de un tratamiento extraordinariamente cuidadoso; es en 1.968 cuando se piensa desconcentrar el sistema de mercados y alejarlo del centro amurallado, haciendo uso de recomendaciones contempladas en el Plan de Desarrollo de Cartagena, propuesto por el Instituto Agustín Codazzi, que contiene seis soluciones de mercados

para descentralización del mismo.- Estas soluciones estaban programadas en tres etapas; solo nos ocuparemos de la primera, ya que de allí no pasó; contemplaba los emplazamientos de los mercados satélites de Bazaruto, Blas de Lezo y Santa Rita.-

Después de sectorizar la ciudad, se consideró como punto estratégico para el emplazamiento del mercado de Bazaruto (Gustavo Lemaitre Román), el área comprendida por la Avenida Pedro de Heredia por el Norte; el caño de Bazaruto y la Ciénaga de las quintas por el Sur; el Barrio Martínez Martelo y la vía de acceso al mercado de por medio por el Oriente; y la carrera 25 de por medio con el Barrio Chino por el Occidente.- Se escogió este lugar por gozar de las ventajas de abastecerse por vía terrestre y acuática; ocuparía un área de 10.36 Hs. y albergaría a 800 puesteros minoristas, con un costo de cinco millones (\$5'000.000.00) de pesos.-

La construcción del mercado de Bazaruto terminó en 1.978. Actualmente el mismo alberga aproximadamente a tres mil (3.000) puesteros, incluyendo mayoristas y minoristas, según datos arrojados en el último censo de las Empresas Públicas Municipales de Cartagena.

El sistema de comercialización de la ciudad se manifiesta a través de la composición del consumo y hábitos de compra, se caracteriza por el transporte de alimentos en canoas, vendedores ambulantes,

ventorros, carretilleros, cargadores, braceros, palenqueras, etc.-

El rápido crecimiento de la ciudad y el índice de desocupación resultado de los movimientos migratorios campo-ciudad, atraídos por el desarrollo industrial de mamonal y la zona franca, trajo consigo la aparición de comercios no organizados en el centro de la ciudad, vendedores ambulantes, invasión de las zonas peatonales en el mercado público y calles principales y gran congestión en el flujo de transporte, deterioro de zonas de gran valor histórico, actividades delictivas y de prostitución en el sector de Getsemaní; le restaba importancia a la ciudad en su condición de monumento histórico.- Lo anterior motivó a las autoridades municipales a alejar del centro de la ciudad su sistema de mercado de alimentos y abrir nuevos puntos de atracción para las actividades comerciales e institucionales.- Una vez trasladados los vendedores y otras actividades del antiguo mercado de Getsemaní al mercado de Bazurto y parte de la Avenida Pedro de Heredia, se procedió a darle vida a la zona donde se hallaba ubicado el antiguo mercado, quedando hoy completamente restaurada con la construcción de uno de los más modernos y funcionales Centros de Convenciones Internacionales de Latinoamérica.-

La sectorización de la ciudad según el Plan de Desarrollo de Cartagena es la siguiente: (Ver Plano 0-1).-

SECTOR 1: Conformado por toda el área central amurallada de la ciudad (Barrios: Centro, San Diego y Getsemaní) y los barrios del Pié del Cerro, Espinal, Papaya, El Cabrero y parte de Manga.-

SECTOR 2: Compuesto por Bocagrande, Castillogrande y El Laguito.

SECTOR 3: Comprendido por todos los barrios del Norte del Sector 1 hasta el aeropuerto de Crespo, bordeando la parte superior de la cienaga de la Virgen hasta Santa Maria.-

SECTOR 4: Incluye todos los barrios del Oriente del Sector 1 a todo lo ancho de la ciudad hasta los barrios de Tesca, Andalucía y Bosquecito.-

SECTOR 5: Comprende todo el sector construido entre el Sector 4 y el límite actual de la ciudad hasta la altura de los barrios Concepción y el Socorro.-

SECTOR 6: Constituido por Ternera, que a su vez constituye una zona de desarrollo futuro hacia el Oriente de la ciudad.-



SECTORIZACION	Plano n.º 0-1	ESTUDIO DEL MERCADERO DE ALIMENTOS EN CARTAGENA	CEIMA UNIVERSIDAD JORGE TASSO LOZANO
---------------	---------------	---	---

0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Todo proyecto exige una serie de pasos lógicos para su realización; Bazurto como proyecto concebido para solucionar un problema apremiante como la erradicación del antiguo mercado central, sufrió un gran viraje en sus objetivos, es decir, para lo que fué construido y para lo que es utilizado hoy.-

El traslado del mercado central de Getsemaní al mercado sectorial de Bazurto ha engendrado un problema de magnas características, si se tiene en cuenta el área limitada de este último, así como también el arraigado sentimiento costumbrista de la gente.- Se pretendió entonces, trasladar el todo a una parte, no se tuvo en cuenta la mayor cantidad de usuarios que este último debía servir, las limitaciones de áreas de expansión, vías de penetración amplias y expeditas para albergar el tráfico y el tránsito, organización lógica de las áreas de venta para hacer más fácil y rápidas las compras; tampoco se tuvo en cuenta la adecuada asignación de los canales de distribución, ya que Bazurto fué diseñado exclusivamente para vendedores minoristas; quienes debían abastecerse en una gran central mayorista construida en las afueras de la ciudad; cosa que

quedó en el papel. Luego era indispensable atender el problema apremiante de los mayoristas que quedaron en Getsemaní y se procedió entonces a asignar varios locales minoristas para que agrupados conformaran uno mayorista, fenómeno que ha traído problemas entre una y otra función.-

La falta de control y vigilancia de la fuerza pública y de una estricta reglamentación que impida la proliferación de ventas ambulantes en las zonas peatonales, de parqueo y descargue de productos, que causan serias dificultades al usuario del servicio, demora e incomodidad, traduciéndose en la apatía de las amas de casa a frecuentar el mercado público de Bazurto.-

La promiscuidad existente en las actividades hasta el punto de encontrarse al lado de un puesto destinado a la venta de prendas de vestir, uno donde se expenden productos alimenticios; lo anterior desemboca en la desorientación del consumidor por la no continuidad en la compra, olvidando adquirir algunos productos y rehusando adquirir otros.-

La no zonificación lógica de puestos según el tipo y características del producto, ha causado la merma en las ventas de muchos adjudicatarios que se encuentran dentro del mercado porque los clientes encuentran una miscelánea de productos a la entrada y en las

afueras del mercado, que muchas veces satisfacen su necesidad de compra y no es necesario que llegue hasta su interior.-

Después de inaugurado el mercado de Bazurto, los buses urbanos por reglamentación del Instituto de Tránsito y Transporte de Bolívar,¹/₂ debían hacer su recorrido por el interior del mercado, pero la no existencia de vías adecuadas de acceso y en su interior, hacía difícil esta labor; con sobrada razón los conductores de buses se fueron al paro y no entraron más al mercado público; perjudicando de esta manera tanto a usuarios como a adjudicatarios, por la merma en sus ventas, imposibilidad de cancelar impuestos y como consecuencia lógica menores ingresos para las Empresas Públicas, colocandola en situación de déficit por concepto de administración del mercado público.-

Conociendo en forma sucinta los problemas que a diario agravan la situación en nuestro mercado de alimentos, formulamos el siguiente interrogante:

¿ REUNE EL MERCADO DE BAZURTO LAS CONDICIONES MINIMAS CONTEMPLADAS EN EL PLAN INICIAL DE DISEÑO Y SATISFACE LAS NECESIDADES DE COMPRA DE LA POBLACION EN CARTAGENA DESDE EL PUNTO DE VISTA DE VIAS DE PENETRACION AMPLIAS Y EXPEDITAS PARA HACER MAS FACIL LA ENTRADA A COMPRADORES Y VEHICULOS, ZONAS PEATONALES Y DE PARQUEO SUFICIENTES,

CONTROL Y VIGILANCIA DE LAS AUTORIDADES POLICIVAS, ZONIFICACION LOGICA POR PRODUCTO Y DISTRIBUCION LOGICA DE LAS AREAS DE VENTA, SANAS POLITICAS PARA EVITAR LA PROLIFERACION DE VENTAS FUERA DE LAS ZONAS AUTORIZADAS Y EL ESTABLECIMIENTO DE NEGOCIOS: QUE DISTAN MUCHO DE LAS VERDADERAS ACTIVIDADES DE UN MERCADO DE ALIMENTOS ?

0.2 DELIMITACION.

0.2.1 Formal.

0.2.1.1 Tiempo:

Este estudio estará comprendido entre los años de 1.968 y 1.983, haciendo énfasis en los últimos cinco (5) años - .

0.2.1.2 Espacio:

Se llevará a cabo en el mercado de Bazurto (Gustavo Lemaitre Román).-

0.2.2 Material.

0.2.2.1 Variables dependientes.

Problemas que afrontan actualmente los usuarios y adjudicatarios.-

0.2.2.2 Variables Independientes.

Obedece a las diferencias en su manejo por ausencia de políticas definidas al respecto, de controles, coordinación con Alcaldía Municipal y Empresas Públicas Municipales de Cartagena e incompetencia administrativa.

0.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.

0.3.1 Generales.

El propósito del presente estudio es evaluar el subsistema de mercados (Gustavo Lemaitre Román-Bazurto), con base en el desarrollo de las actividades comerciales en el mercado de Bazurto en los últimos cinco (5) años; así como proponer soluciones alternativas tendientes a darle solución a los problemas que afronta actualmente, acercándolo más a sus objetivos iniciales, contemplados en el Plan de Implantación del sistema de mercados en Cartagena.-

Este también ha de servir de referencia para adelantar otros estudios que busquen implantar un mejor sistema de mercados no solo a nivel de Cartagena, sino del departamento en general.-

0.3.2 Específicos.

- 0.3.2.1 Proponer soluciones alternativas para hacer más atractivas las actividades en el mercado público de alimentos (Gustavo Lemaitre Román).-
- 0.3.2.2 Formular alternativas que conduzcan a la reubicación de vendedores que se encuentran actualmente ubicados en lugares o zonas no destinadas para tal fin.-
- 0.3.2.3 Proponer soluciones a la promiscuidad de actividades, para lograr una mejor orientación del consumidor en las diferentes zonas.-
- 0.3.2.4 Formular medidas para mejorar los servicios de agua, energía, alcantarillado, vigilancia y aseo.-
- 0.3.2.5 Proponer un mejor sistema de recaudo de impuestos para disminuir el número de deudores en mora y lograr mejores resultados por ingresos y egresos.-
- 0.3.2.6 Formular medidas para acabar con la proliferación de ventas no legalizadas y que no contribuyen con el impuesto a las Empresas Públicas Municipales y que solo son una traba al normal desa-

rrollo de las actividades de carácter primordial en el mercado de alimentos.-

0.4 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACION.

La situación del mercado central de alimentos en Cartagena es muy controvertida y de gran interés para los elementos integrantes de su población.- No sólo afecta a quienes derivan en él su sustento diario, sino que influye en el comportamiento del consumo de la población Cartagenera y de otras poblaciones circunvecinas que lo ubican como la mayor fuente de abastecimiento de la ciudad y del Departamento.-

Siendo el polo de atracción más importante del Departamento y de la costa Atlántica, Cartagena ha tenido un gran despliegue urbanístico en los últimos años y exige cada vez, más y mejores fuentes de abastecimiento de productos alimenticios que guarden las relaciones Población-Tamaño o número de expendios y las distancias relativas hogar-mercado, mercado-hogar; no debemos olvidar en ningún momento la responsabilidad que tiene a cargo el gobierno municipal y Departamental de velar porque el crecimiento de la ciudad marche acorde con sus planes de desarrollo, mantener cada día con mayor interés las fuentes de abastecimiento que prestan gran ayuda a sectores de la economía que no pueden absorber el alto índice de mano

de obra desocupada, que acude a nuestra urbe en busca de mejores condiciones de vida; se debe procurar no dejar esta actividad en ningún momento bajo la potestad de manos privadas.-

0.5 FORMULACION DE HIPOTESIS. (7)

0.5.1 General. (7-1)

Solo implantando la red de mercados satélites contemplada en el plan de mercadeo de alimentos para Cartagena, además de la construcción de la central de abastos y acercamiento del mercado de Bazurto a sus objetivos iniciales, es posible solucionar los problemas que actualmente afronta.-

0.5.2 De Trabajo. (7-2)

Los problemas que actualmente afrontan tanto usuarios como adjudicatarios, obedece a las deficiencias en su manejo por ausencia de políticas definidas al respecto, de controles, coordinación con Alcaldía Municipal y Empresas Públicas de Cartagena, e incompetencia administrativa.-

0.6 OPERACIONALIZACION. → (8)

0.6.1 Definiciones Conceptuales. (8.1)

Ausencia de políticas definidas:

No existencia de normas y criterios a seguir ante las situaciones que se presenten, para obtener así los resultados esperados.

Controles:

Herramienta de la administración que consiste en comparar lo planeado con los resultados obtenidos con el fin de corregir las posibles desviaciones.-

Incompetencia Administrativa:

Incapacidad del administrador para hacer cumplir las políticas por parte de sus subalternos.

Además de la pasividad ante los problemas que se presenten.

0.6.2 Definiciones Operacionales.

(8-2)

0.6.2.1 Variables Dependientes

(8-2-1)

Indicadores

0.6.2.1.1 Deficiencias en su manejo:

(8-2-1-1)

Condiciones del mercado antes y las de hoy.

(8-2-1-2)
0.6.2.1.2 Ausencia de políticas defi

nidas.

Políticas administrativas respecto del manejo del mercado en cada área y zona.

(8-2-1-3)
0.6.2.1.3 Incompetencia administrati

va.

Conocimiento en materia de mercados públicos de los administradores y logros en su administración.

0.6.2.2 Variables Independientes.

(8-2-2)

Problemas que afrontan usuarios y adjudicatarios.

✓ (8-2020-1)

0.6.2.2.1 Desorganización en las áreas de venta.

Características de los puestos en cada área.

✓ (8-2020-2)

0.6.2.2.2 Inadecuado plan de vías.

Número y condiciones de las vías.

✓ (8-2020-3)

0.6.2.2.3 Invasión de zonas peatonales y de parqueo.

Espacios disponibles para el tráfico de personas y para parqueo de vehículos.

✓ (8-2020-4)

0.6.2.2.4 Insuficientes áreas de expansión.

Espacios disponibles para futuras ampliaciones.

0.6.2.2.5 Insuficiencia en la prestación de los servicios.

Calidad de los servicios y número de usuarios que se benefician.

0.6.2.2.6 Apatía de las amas de casa a frecuentarlo.

Comodidad en la compra, seguridad en la compra y demora en la compra.

0.6.2.2.7 Abandono de zonas dentro del mercado.

Número y ubicación de puestos abandonados, condiciones de las zonas abandonadas.-

0.7 MARCO TEORICO.

En las grandes ciudades se requiere de la construcción de mercados que pongan las mercancías, los vendedores y el público a salvo de la intemperie.- Este sistema presenta mayores facilidades de aprovisionamiento y de buena vigilancia. Cuando se trata de grandes mercados se requiere que su emplazamiento se halle cercano a las estaciones ferroviarias o a los muelles de desembarque.

En cuanto a las condiciones de su construcción, pueden sintetizarse de la siguiente manera:

- 0.7.1 Luz abundante.
- 0.7.2 Ventilación suficiente, sea inferior o en la parte superior.
- 0.7.3 Protección por paredes que guarden los extremos de temperatura.
- 0.7.4 Espacios anchos para el tráfico y el tránsito.
- 0.7.5 Vías de comunicación amplias y expeditas.-

La ornamentación no debe ser costosa y complicada, ya que los mercados se destinan únicamente a fines de utilidad práctica.-

Una cuestión capital en los mercados es la de las puertas de acceso, que deben ser todo lo amplias y numerosas posibles a fin de facilitar el tránsito.- En la mayor parte de los mercados deben existir por lo menos cuatro (4) puertas, cuyas anchuras deben guardarse por la intensidad del tráfico, calculandose como mínimo de 3.5 Mts. En los mercados pequeños bastará disponer las cosas de modo que los carros y carretones puedan estacionarse ante las puertas.- En cambio en los grandes mercados es preciso que los vehículos puedan entrar en el local para ser descargados.-

La forma de la sala de los mercados es indiferente y sólo ha de ajustarse al principio de que asegure espacio suficiente para la venta de los diferentes artículos; por lo demás, la disposición interior no es igual en los mercados pequeños que en los grandes.- En los pequeños se destina la parte central a la venta de verduras, frutas y legumbres; en cambio los laterales a las mesas de carnes y pescados.-

En lo referente a los espacios para las mesas, difiere entre los mercados; es así como en París para la venta de carne se destinan puestos de 5 a 9 metros cuadrados, para las frutas es de 4 metros y para las hortalizas es de 2 metros.- En Bruselas las di-

— mensionen son de 15 metros cuadrados para cada puesto.—

Respecto a las proporciones que deben reservarse para los diferentes artículos de venta, teniendo en cuenta el área del mercado, se representan en el siguiente cuadro:

VENTA DE PESCADO.....	5%
CARNES, VOLATERIA Y CAZA...	25%
HORTALIZAS, FRUTAS Y LEGUM- BRES.....	70%

Fuente: Enciclopedia Universal Ilustrada, Europeo-Americana, Tomo XXXIV, pág.

La experiencia ha enseñado además que la venta de pescado debe instalarse en las partes laterales y nunca en el centro del local. Para el pavimento de ello se han recomendado diferentes materiales, dándose preferencia al asfalto en los países del Norte por su solidez, baratura, impermeabilidad y elasticidad.—

Como material irreprochable pueden adoptarse las baldosas y baldosines de piedras artificiales, con estrías y canales para evitar el deslizamiento; el grueso de las baldosas será de tres (3) centímetros en los pasos de transeuntes y de cinco (5) centímetros en los pasos de circulación rodada.— Como sostén del pavi-

mento debe existir una capa de concreto o de piedra de ocho (8) centímetros de espesor.-

Los puestos de venta se instalarán a mayor altura que el paso común (de 5 a 12 cms.), debe existir también en los mercados, fosos en donde se pueda depositar las basuras, de modo que sea fácil recogerlas y alejarlas después.-

Debe encontrarse también en los mercados de una a dos salas para la administración, para guardar ropa, para instrumental y otras para la inspección de policía e inspección de calidad de las carnes y oficina de pesos y medidas.-

El servicio de agua debe ser de primer orden, por lo necesario que resulta el lavado y demás necesidades para los puestos de venta; el sistema que se sigue es el circular sectorizado, para evitar que cualquier interrupción en el servicio afecte a la totalidad del mercado.- El servicio de alcantarillado debe ser ayudado por gruesas mangueras para evacuar las aguas sucias.-

Además de lo anterior para los puestos de legumbres se debe recurrir a cajas de madera sólidas con compartimientos separados por tela metálica; así como para las de pescado, debe usarse armazón metálico y con grifos para el lavado y tubería de desagüe

— para la alcantarilla.-

Realmente en investigación de mercados no existe una teoría específica que marque derroteros en trabajos de esta índole, es por eso que tomamos las experiencias de mercados vividas en otros países para compararla con las nuestras.- Observamos que la forma de los mercados depende directamente de quien se encarga de su diseño y no de patrones establecidos.- Es así como encontramos mercados de diversas formas: triangular como el de Madrid, cuadrangular como el de Viena, semicircular como el de París, abovedado como el de Ansburgo y redondo como el de Cartagena (Bazurto).-

El sistema de mercados depende en gran parte de las costumbres de la gente, hábitos de compra y otros, es así como en algunos lugares de Colombia ha dado resultado el sistema de mercados sectoriales, en otras se ha implantado con grandes dificultades; en el caso particular de Cartagena, en Blas de Lezo y Santa Rita no se han obtenido los resultados esperados y parece que las costumbres e idiosincrasia de la gente tiende a comprar y a situarse en el mercado central de Bazurto.-

{ La experiencia ha demostrado en los países desarrollados que a medida que las ciudades crecen considerablemente, su consumo-

res tienden a ser mas sofisticados en la compra y prefieren los lugares comodos, seguros y tranquilos, es decir, a medida que las ciudades intermedias pasan a ser grandes urbes, se tiende hacia los centros comerciales y supermercados; siendo los centros comerciales una nueva forma de comercialización en donde se pueden encontrar toda clase de artículos en un área relativamente reducida.-

0.8 METODOLOGIA. (9)

Para la elaboración de este estudio se tendrá en cuenta el modelo inicial ideado para la construcción del mercado de Bazurto, comparandolo con la realidad actual existente y los requerimientos exigidos por la comunidad acorde con sus necesidades de consumo.-

Para la recolección de la información haremos uso de la observación exploratoria, encuestas a las amas de casa y a los adjudicatarios en el mercado de alimentos Bazurto, además de entrevistas no estructuradas a los directivos de las Empresas Públicas y los directamente vinculados con la administración del mercado; complementando esa información con la de funcionarios de otras entidades como: Alcaldía Mayor de Cartagena, Planeación Municipal, Instituto Agustín Codazzi, INTRA y asociaciones de comerciantes en el mercado; fuentes bibliográficas comprendidas por estudios realizados

por el CEIMA, Empresas Públicas Municipales de Cartagena, Instituto Agustín Codazzi y otros.-

no

Para la selección del tamaño adecuado de la muestra tenemos un universo de 3.000 adjudicatarios, confiando en los datos arrojados por el último censo de población de Bazarro realizado por las Empresas Públicas Municipales de Cartagena entre Diciembre y Enero de 1.982 y 1.983 respectivamente.- Escogeremos la muestra adecuada aplicando métodos estadísticos de muestreo, tanto para las amas de casa como para los adjudicatarios en el mercado de Bazarro.-

La fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

n = Tamaño de la muestra.

N = Población - universo.

Z = Nivel de confianza bajo la curva normalizada.

PQ= Proporciones establecidas.

E = Error estimado.

Además utilizaremos fórmulas de proyección para la población.

$$N_t = N_0 (1 + rg)^t$$

1. RESEÑA HISTORICA DE CARTAGENA.

Cartagena hoy por hoy es símbolo de progreso y desarrollo.- Fundada a orillas de la bahía que lleva su nombre, descubierta por Don Rodrigo de Bastidas durante una de sus expediciones y confundiéndola con un golfo, la denominó "Golfo de Barú"; la fundación oficial de la ciudad se efectuó 32 años después, es decir, en Junio de 1.533, y le correspondió el honor a Don Pedro de Heredia.-

En la época colonial, Cartagena se erguía como sector prominente en el país, no sólo por sus hermosas construcciones, sino por sus aristocráticas costumbres; además de los hechos históricos como la institución de la inquisición, la trata de negros y los continuos enfrentamientos bélicos con piratas e invasores de otros países, que le valió el título de "CIUDAD HEROICA"; tal fué la importancia de esos hechos, que el 11 de Noviembre, fecha de su independencia, fué señalado como fiesta nacional.-

Después de la época republicana, con honor Cartagena fué sede del gobierno nacional durante la administración del Dr. Rafael Núñez, pero después de estos tiempos de esplendor, vinieron otros de deca-

dencia; en 1.940 después de la guerra civil se inicia una etapa de crisis social y económica que le resta importancia a Cartagena, debido a desordenes en la industria y altos impuestos, muchas de estas industrias se trasladaron a Barranquilla, surgiendo de esta manera otro polo de desarrollo comercial e industrial en la costa Atlántica.- Esta situación se presentó hasta bien entrado el siglo XX.-

En la primera mitad de esta centuria, Cartagena presentaba un deplorable aspecto de estancamiento, es así como obras de importancia capital como la construcción de un puerto para el oleoducto de Barrancabermeja, en Mamonal y el muelle en Manga, no se concluyeron; por otra parte la navegación se realiza en forma rústica y era exclusivamente para el uso local.-

Vemos como en la segunda mitad del presente siglo se inicia la reconquista del terreno perdido, con la puesta en servicio del canal del Dique en 1.951, haciendo posible la navegación por el río Magdalena; la instalación de la refinería de Cartagena en 1.957 y las industrias petroquímicas del sector de Mamonal; lo anterior unido a la facilitación de las comunicaciones marítimas, aéreas y terrestres con los demás sectores del país y con el exterior, hicieron posible la reivindicación de la ciudad. (1).-

(1) ANDI, Directorio Industrial, 1.982.-

1.1 ASPECTOS GENERALES.

A groso modo al iniciar el presente capítulo hicimos una breve reseña histórica de la ciudad de Cartagena, desde el momento en que fué descubierta por Don Rodrigo de Bastidas, hasta cuando le correspondió el honor a Don Pedro de Heredia de erigir la ciudad que por sus gestas heroicas y emancipación se ganó el galardón de "CIUDAD HEROICA".- Además tocaremos aspectos generales de la ciudad como: Demográficos, Empleo, Salarios, Precios y Turismo, que influyen en el sistema de abastecimiento alimenticio de la ciudad y en el comportamiento de los consumidores.

1.1.1 Demográficos.

El conocimiento de la situación actual de la población urbana, desde el punto de vista demográfico y socioeconómico es de necesaria referencia por cuanto es la población el objeto final de un sistema de distribución de alimentos.

El crecimiento demográfico de las ciudades colombianas está determinada por dos tipos de proceso. Los sucesos vitales; natalidad y mortalidad y los movimientos migratorios.- Estos dos factores han contribuido en magnitudes similares al incremento poblacional de las principales ciudades del país.

1.1.1.1 Crecimiento Vegetativo.

Es el originado por la diferencia entre la mortalidad y la natalidad.- Este fenómeno deja ver el rápido crecimiento a que viene sometido el municipio de Cartagena, con una tasa de crecimiento aproximadamente del 5% (incluida migración), arrojando una población de 516.548 habitantes para finales del año 1.983. (2).- Se estima que la población de Cartagena se duplicará para el año 1.997 (Ver cuadro No.1-1).-

Cartagena muestra una estructura piramidal eminentemente joven, el 42% está constituido por menores de 15 años y su distribución por sexo muestra sólo el 42% de hombres; propio de los países subdesarrollados en la cual la estructura piramidal es amplia en su base y se hace más delgada a medida que asciende en relación directa con la edad de la población. (Ver gráfico 1-1).-

1.1.1.2 Crecimiento migratorio.

Anualmente llegan a la ciudad cientos de inmigrantes, en su

(2) CEIMA, Estudio de mercadeo de alimentos en Cartagena, Tomo 1, pág.

8.-

CUADRO No.1-1

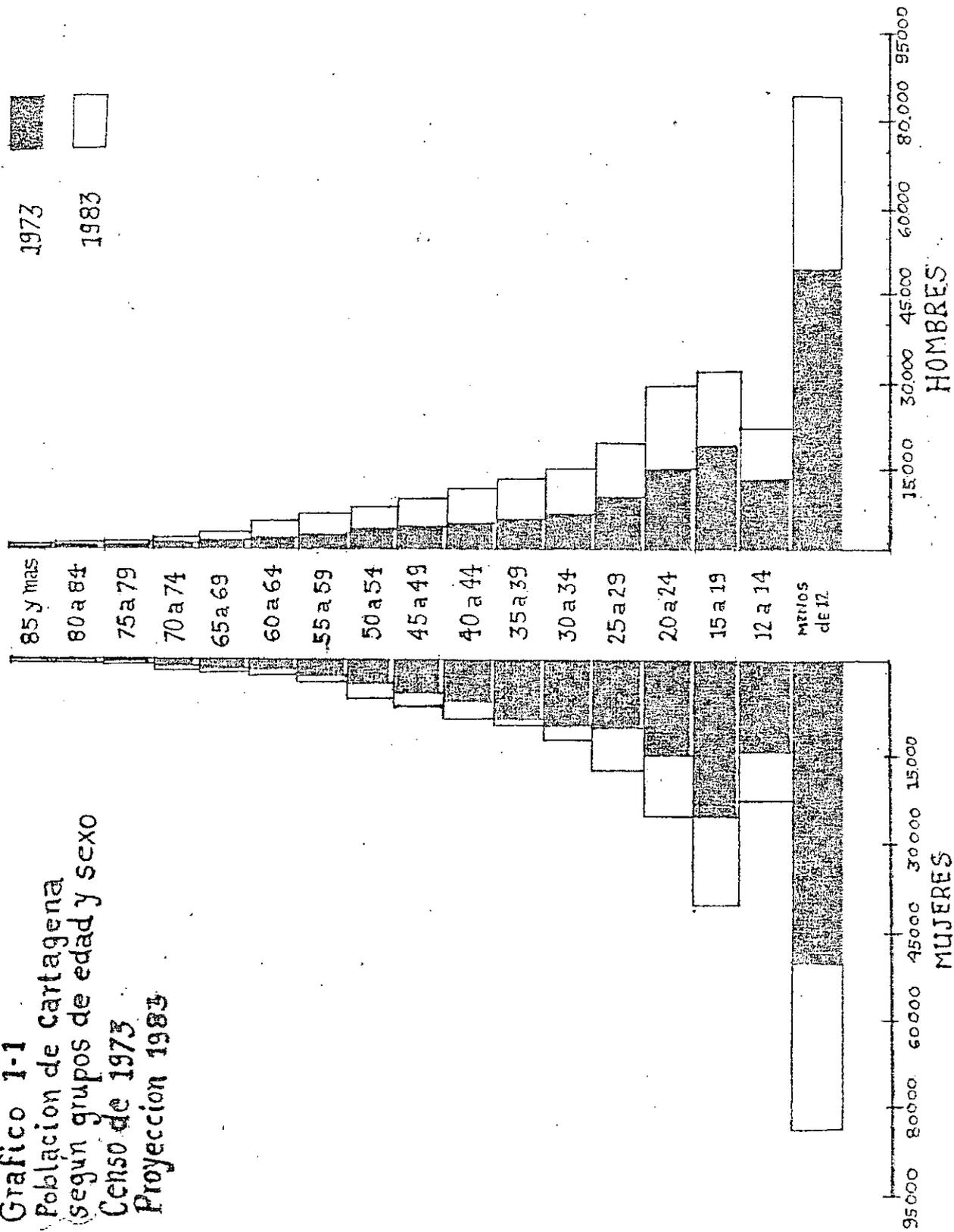
PROYECCION DE LA POBLACION POR SEXO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.

1.983 - 2.000

AÑOS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
1983	241.609	274.939	516.548
1984	254.057	289.104	543.161
1985	267.147	303.998	571.145
1986	280.911	319.660	600.571
1987	295.384	336.129	631.513
1988	310.603	353.446	664.049
1989	326.606	371.656	698.262
1990	343.433	390.805	734.238
1991	361.128	410.939	772.067
1992	379.733	432.111	811.845
1993	399.297	454.375	853.672
1994	419.869	477.785	897.654
1995	441.501	502.401	943.902
1996	464.248	528.285	992.533
1997	488.166	555.503	1.043.669
1998	513.317	584.123	1.097.440
1999	539.765	614.217	1.153.982
2000	567.574	645.863	1.213.437

Fuente: DANE. Censo de población 1.973 y Proyecciones.

Grafico 1-1
 Poblacion de Cartagena
 segun grupos de edad y sexo
 Censo de 1973
 Proyeccion 1983



gran mayoría campesinos, que junto con el crecimiento demográfico interno, constituyen las fuentes del acelerado crecimiento urbano. La migración campo-ciudad se alimenta en relación directa con el desarrollo capitalista de la agricultura.-

El desarrollo de las economías periféricas presupone un progreso técnico intensivo de capital, diseñado e impuesto por los países industrializados del centro (dependencia tecnológica).- En los campos, la modernización agrícola, ayudada por el rápido crecimiento demográfico de la población, destruye las formas precapitalistas de producción y genera importantes corrientes migratorias hacia las urbes.(3).- En las ciudades la sofisticación tecnológica progresiva del "sector moderno" cierra las puertas de la industria, la banca, el gran comercio y los servicios del estado a los recién llegados, quienes se ven obligados a soportar gran carga del costo de vida de las ciudades; quienes no pudiendo cubrir sus altos costos, construyen su rancho en terrenos invadidos y no les queda otro camino que vender su fuerza de trabajo a la clase pudiente a cambio de su alimentación y unos pocos pesos para medio sostener al resto de

(3) Centro de Investigaciones Económicas (CIE), UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA, 1.981-1.982. El Comercio callejero en Medellín.-

su familia.- Quienes por su precariedad económica se vincularán a los tan conocidos "cinturones tuguriales o cordones de inseguridad", característica propia del subdesarrollo.-

Por otra parte encontramos al campesino que vive en el campo y que tiene en él su centro económico que en épocas de cosecha viene a la ciudad a vender sus productos, y sólo logra malvenderlos; ya que les resulta menos rentable tener que pagar transporte nuevamente hasta su pueblo para regresar los productos.

Cartagena después de la década de los 60 sufrió un crecimiento vertiginoso en su estructura poblacional. Como principal polo de atracción de la costa Atlántica, se dió un crecimiento en la corriente migratoria hacia ella, de gentes en busca de empleo y mejores condiciones de vida.-

Haciendo referencia al censo poblacional de 1.964, el 57.2% de los inmigrantes que llegan a la ciudad de Cartagena, procedían del mismo departamento (4); por el mejoramiento en las comunicaciones terrestres, marítimas y fluviales, por la ex-

(4) CEIMA, Estudio del mercadeo de alimentos. Edic. Universidad Jorge Tadeo Lozano, Cartagena, 1.973, Tomo 1, Pág. 8.-

plosión demográfica en las zonas rurales, es muy posible que la corriente migratoria campo-ciudad siga creciendo, así como la de departamentos vecinos hacia el departamento de Bolívar y más específicamente, la ciudad de Cartagena.- Según estudios del CIMED, este fenómeno es prácticamente irreversible y ocasiona problemas al comercio organizado, debido a la falta de preparación y adaptación de la gran mayoría de estas personas que se ven obligadas a "refugiarse" en el sector informal de la economía y ayudar a la atomización y proliferación de vendedores ambulantes en toda la ciudad y principalmente en los mercados públicos.-

Se calcula que la tasa de migración para el período de 1.980-1.985 para Cartagena será del 30% (5), de todas maneras el éxodo rural y semiurbano hacia Cartagena, en su actual magnitud no deja de ser inquietante, puesto que crea la necesidad de ofrecer más y mejores servicios públicos, servicios asistenciales médicos, escuelas, vivienda y nuevas fuentes de empleo, capaces de absorber parte de esta mano de obra.-

1.1.2 Empleo.

Con el fin de ligar tesis teóricas sobre empleo y desempleo con

(5) CEIMA, Op. cit.

el análisis de sus categorías estadísticas, aceptamos que la fuerza laboral se identifica con el Población Económicamente Activa (PEA), pero neta del número de patrones empleados incluidos en ella.- Adicionalmente hay que tener en cuenta que no toda la fuerza laboral ocupada está sometida al régimen salarial; hay que considerar el personal ocupado por cuenta propia (OCP), categoría estadística importante en Colombia, dada la extensión de su agricultura campesina y del "sector informal urbano".-

La gran corriente del campo al llegar a la ciudad, se ven obligadas a soportar tasas elevadas de desempleo o a "refugiarse" en el sector informal a cambio de remuneraciones insuficientes (desempleo disfrazado). (6).-

En la ciudad el capital convierte en inútiles a los trabajadores, Como aprendiz de brujo, el capitalismo dependiente es incapaz de absorber las marejadas humanas, que al conjuro de sus intereses, ha desalojado del campo.- En estas condiciones, estos trabajadores, inútiles para el capital, no tienen otra alternativa que vivir de los mendrujos de pan que caen de la mesa de las clases más favorecidas: lavando y vigilando los coches, vendiéndoles todo tipo de baratijas, encerando sus zapatos, divirtiéndoles en las calles, sirviéndoles de guardaespaldas, sirvientes y

(6) CIE. Op. cit.

conductores, satisfaciendo apetitos sexuales, o implorando su caridad, y aún en esta situación se integran a sus redes comerciales, les sirven de reserva para los períodos de expansión, frenando el crecimiento de los salarios obreros reales, incrementando sus ganancias. (7).-

Es evidente que la conclusión más clara a que se puede llegar es que las modalidades de subempleo (categoría dentro de la cual los autores ubican las ventas callejeras - Hugo López Castaño), en las medianas y grandes ciudades, son originadas por las altas tasas de desempleo que se presentan en ellas.-

Según datos suministrados por los seguros sociales, según la actividad económica los sectores que más emplea mano de obra femenina son la industria manufacturera y el sector servicios (Ver cuadro No.1-2) y los sectores que más emplean mano de obra masculina son comercio, finanzas, bienes raíces y el sector servicios (Ver cuadro 1-2).-

Según publicaciones del DANE, la tasa de desempleo en Septiembre de 1.982 fué 11% mayor respecto a la del mismo mes en el año anterior, que fué sólo del 8.6%. Lo anterior condujo a que los desempleados encontraran como única fuente inmediata de sustento

(7) Padilla, Emilio (Desarrollo capitalista y crisis urbana en América Latina).-

CUADRO No.1-2

NUMERO DE EMPLEADOS Y EMPRESAS SEGUN ACTIVIDAD ECONOMICA EN LA
CIUDAD DE CARTAGENA

1.982

ACTIVIDAD ECONOMICA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL EMPLEADOS	EMPRESAS
Agricultura y Ganadería	260	30	290	39
Minas y Canteras	41	7	48	2
Ind. Manufacturera	7.993	1.495	9.488	337
Construcción	2.204	159	2.363	92
Electricidad, gas y agua	924	109	1.033	8
Comercio, Finanzas, Raices	5.812	4.641	10.453	839
Transporte y comunicación	2.116	590	2.706	226
Servicios	6.188	4.323	10.511	723
Otros	1.299	147	1.446	89
TOTAL	26.837	11.501	38.338	3.355

Fuente: Instituto de Seguros Sociales de Cartagena.

CUADRO No.1-3

POBLACION OCUPADA SEGUN ACTIVIDAD ECONOMICA EN EL DEPARTAMENTO
DE BOLIVAR

1.981 - 1.982

ACTIVIDAD ECONOMICA	1.981	1.982	VARIACION % 1981 - 1982
Agropecuario	300	379	29
Minas y Canteras	51	48	-5
Industria Manufacturera	10.234	9.661	-5
Electricidad, gas y agua	1.101	958	-13
Construcción	3.061	2.363	-22
Comercio general	6.790	6.981	3
Acueductos y alcantarillados	86	118	38
Estados financieros, seguros y bienes raices	3.589	3.707	4
Transportes, comunicación y de- pósitos	3.015	2.854	-5
Servicios	10.619	10.638	1
Otras actividades	1.515	1.506	0
TOTAL	40.361	39.213	-2

Fuente: Departamento de Estudios Económicos Banco de la República, Es-
tudio DANE y Banco de la República, 1.982.-

el trabajo independiente, contribuyendo al aumento de vendedores ambulantes en la ciudad.-

El sector construcción presentó en el departamento una disminución del 22.8% en 1.982 (ver cuadro 1-3), con relación al año anterior, como consecuencia de la baja en los metros construídos. Se espera que aumente notablemente para 1.983 los metros construídos, como consecuencia de la puesta en marcha de la política del Dr. Betancur "casa sin cuota inicial".-

El sector manufacturera también presentó una disminución de 5.6% en 1.982, como consecuencia de los altos costos de producción de la industria, además de la contracción de la demanda interna.-

1.1.3 Salarios.

47972

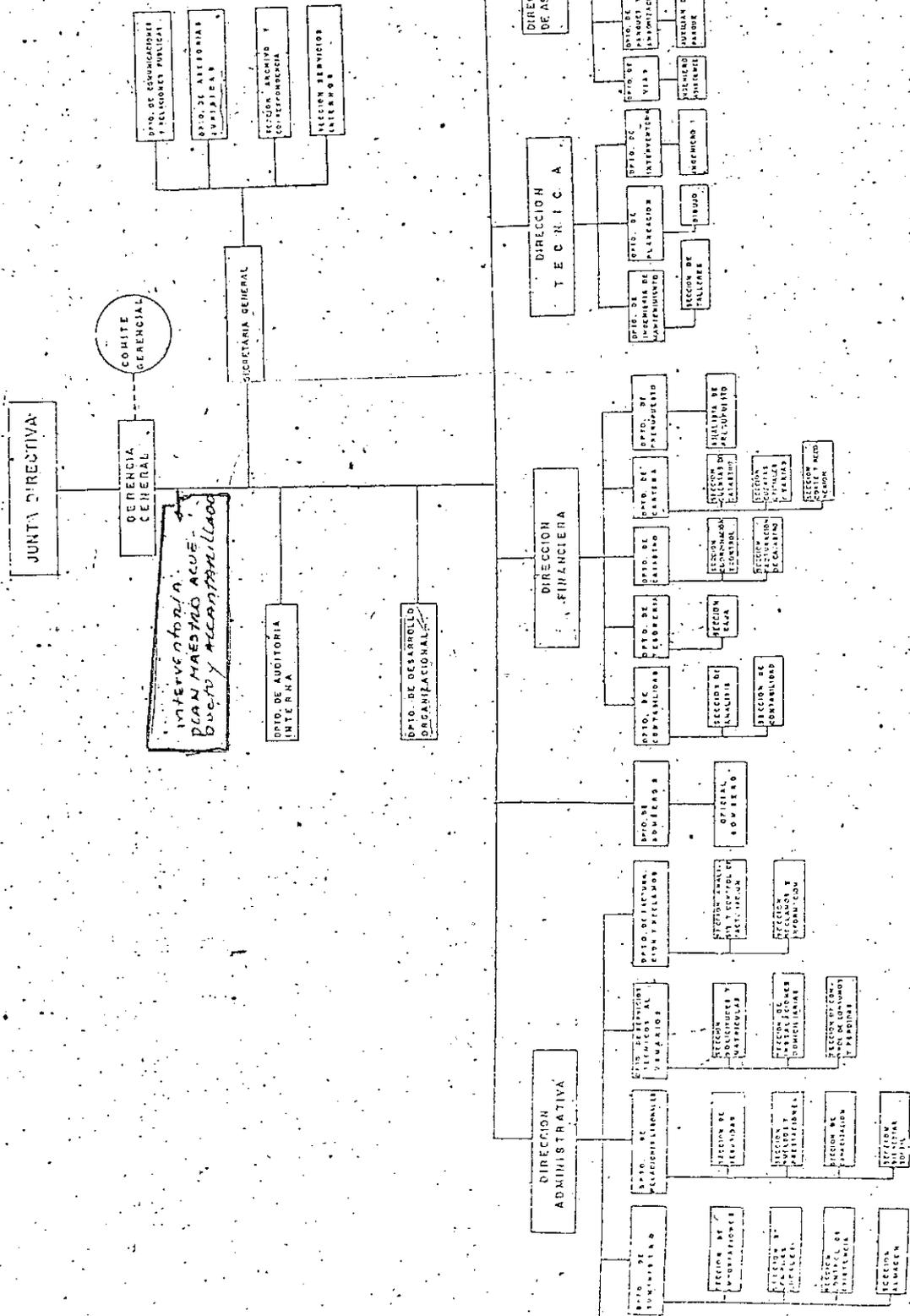
Al hablar de salarios debemos tener en cuenta las modalidades de salario según el tipo de trabajo desempeñado: es decir, de quienes reciban salario sin haber incluido en él las prestaciones sociales y quien recibe el tan controvertido "salario integral".

En estudios realizados en grandes ciudades respecto de la remuneración de trabajadores del "sector moderno" de la economía y trabajadores del "sector informal" (8), se ha llegado a la con-

(8) "El comercio callejero en la ciudad de Medellín". UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. Lecturas de Economía, No.10.-

ORGANIGRAMA EMPRESAS PUBLICAS MUNICIPALES

Gráfica 2-1



EE. P.P. M.M. DE CARTAGENA
 ORGANIGRAMA FORTALITADO SEG UN 4150 DE 1970
 DE MARZO 26/82
 OTIUNO: ANA GARCIA DE BERNALDE
 ABRIL 1982

Escritura
 3
 1

clusión de que los trabajadores del "sector informal" no son "subempleados" o trabajadores "secundarios" que perciben ingresos inferiores a los trabajadores rasos del "sector moderno" de la economía, sino que desde el punto de vista de las remuneraciones, son trabajadores como los otros, gentes que obtienen ingresos similares.- Hemos sostenido que a pesar de las diferencias innegables, demográficas y laborales (en la edad media, en la composición por sexo, en la educación, y en la experiencia en el oficio, en la jornada y en la intensidad de trabajo, en la propiedad o ausencia sobre un pequeño capital o espacio y en cuanto a la percepción de prestaciones sociales), a pesar de esas diferencias, el trabajo no calificado obtiene en todos los puntos, en las actividades "formales" o las "informales", la misma remuneración media.- Con esta diferencia: en el sector "informal" se perciben ingresos integrales, mientras que en el sector "moderno" ese monto se divide en dos partes: Salario básico y prestaciones sociales.(9).-

El 41% de la población ocupada de Cartagena inscrita en el Instituto de Seguro Social, devenga salario mínimo; los sectores Comercio y Servicio son los que tienen más empleados registrados, 67 y 56% respectivamente.- Sólo el 3% devenga un salario superior

(9) "Comercio callejero en la ciudad de Medellín". Op. cit.-

a \$35.000.00, destacandose los de la industria de productos químicos. (10).-

El costo de la canasta familiar a nivel nacional para los niveles medios y bajos en 1.982, fué de \$50.600.00 y de \$18.500.00 aproximadamente en su orden; lo cual indica que en una familia de ingresos bajos, tienen que trabajar dos de sus miembros para obtenerla, ganando el salario mínimo. Lo anterior es la causa que obliga, particularmente a los sectores de bajos ingresos en la ciudad de Cartagena a frecuentar el mercado público de alimentos, haciendo caso omiso de las dificultades e incomodidades para realizar sus compras en él, persiguiendo precios bajos y lo que ellos llaman "ahorro".-

1.1.4 Precios.

La fluctuación de precios en los productos alimenticios, más específicamente, los agrícolas, está supeditada a una serie de factores estacionarios: como son épocas de cosecha, factores bióticos incontrolables, además de la sagacidad de algunos comerciantes en el manipuleo y acaparamiento de los mismos.

(10) DANE, cálculos Banco de la República.-

Los precios al por menor de 33 artículos en la ciudad de Cartagena, presentaron una variación del 20.8% en 1.982; correspondiéndole a los meses de Enero y Junio los mayores aumentos, (11) por factores anotados anteriormente además del aumento anual de salarios en el mes de Enero.-

El grupo de carnes y pescado fué el que más incidió, con un 35.05% siguiéndole el de grasas, huevos y lácteos, con el 20.45%. El grupo que presentó menos incrementos fué el de los granos y harinas, cuya variación fué sólo del 5.65%. (Ver cuadro No.1-4).

Desafortunadamente, el desequilibrio continuo entre la oferta y demanda originada por las épocas de abundancia y escasez de producción agrícola, se ve notoriamente afectada por la falta de facilidades de almacenamiento, lo cual no permite lograr una estabilidad en los precios de los productos agrícolas, dificultando la promoción de los cultivos masivos de los mismos. (12).-

En términos generales el abastecimiento de productos alimenticios en la ciudad fué satisfactorio, aún cuando se presentaron algunas dificultades a comienzos del año 1.982, ocasionado prin-

(11) BANCO DE LA REPUBLICA, "Informe Económico del Depto de Bolívar, 1.982.
(12) Cartagena Económica, Año No. 21. Octubre 1.983.-

CUADRO No.1-4

VARIACION PORCENTUAL DE LOS PRECIOS AL POR MENOR DE LOS ARTICULOS
ALIMENTICIOS EN CARTAGENA (1)

1.981 - 1.982

PRODUCTOS	Dic.1981 Base Dic.1980	Dic.1982 Base Dic.1981
Granos y harinas	24.84	5.65
Tuberculos, legumbres y frutas	16.24	19.82
Carnes y pescados	12.24	35.02
Grasas, huevos y productos lacteos	36.76	20.45
Varios	8.07	16.22
TOTAL	19.23	20.80

Fuente: DANE.

Cálculos: Banco de la República.

(1) Correspondientes a 33 artículos alimenticios.-

principalmente por el mal estado de las vías de comunicación entre Cartagena y el interior del país y el mal estado de los caminos vecinales del interior de Bolívar.-

Es importante recalcar que por insuficiencia de cuartos frios, los productos perecederos (agrícolas) en épocas de abundancia se pierden, pues la oferta excede a la demanda y el municipio no cuenta con adecuados canales de distribución y un gran centro donde concurren todos los productos agrícolas y regule así mismo el precio y la distribución de los mismos.-

1.1.5 Turismo.

La hotelería en Cartagena data de los años 30, cuando se construye el primer hotel organizado en la ciudad, en el sector destinado actualmente para ello.- Cartagena contaba entonces con hoteles en el centro de la ciudad pero con pésimos servicios públicos ya que apenas se construía el acueducto municipal.-

Ya en 1.969 la ciudad comienza a andar a un ritmo más rápido con la construcción de hoteles para "atender las necesidades de cama" y con rumores de "generación de empleo y entrada de divisas", que marca una nueva etapa, proyectandose como centro turístico experimental de Colombia, dejando una experiencia que en la década-

da de los 70 arrojó resultados muy dicientes en materia de turismo.-

El turismo como industria es una actividad dentro del sector terciario de la economía que está íntimamente ligado a los demás sectores de la economía e influye notoriamente en el nivel de vida de los habitantes de una ciudad turística. No olvidando en este caso que Cartagena es una de las ciudades más caras de Colombia.-

El turismo ha traído consigo los siguientes fenómenos sociales a la ciudad de Cartagena:

- a. Subcultura turística.
- b. Encarecimiento de la vida.
- c. Distracción de la inversión y falta de planes sociales.-

a. Subcultura turística: Los turistas llegan a la ciudad y en ella liberan sus tensiones creando un comportamiento que no es realmente el de ellos, al irse vuelven a ser como son, pero han contribuido a formar una "cultura prestada", que mucho mal le hace al nativo.-

b. Encarecimiento de la vida: Los bienes y servicios son costo-

sos tanto para el turista como para el nativo; el turista tiene una economía definida en la mayoría de los casos, cosa que no ocurre con los nativos, creandoles una carga en el costo de la vida, producto de la oferta y la demanda (en muchos casos ficticia).

c. Distracción de la inversión y falta de planes sociales: Estos están supeditados o estancados dandosele prerrogativa a inversiones suntuosas "se piensa más dónde estacionar un carro que dónde vivir una persona" y los créditos caros que no garantizan inversiones sociales en viviendas populares.-

El turismo en Cartagena sigue siendo uno de los renglones que más divisas genera.- En la balanza cambiaria ocupa el tercer lugar, después de las exportaciones de productos industriales y agropecuarios como el cemento portland y langostinos congelados.- En el año de 1.982 ingresaron 8.8 millones de dólares, participando con el 12% del total comparado en moneda extranjera y con el 32% del total ingresado por servicios.(14).-

(14) INFORME ECONOMICO DEL DEPARTAMENTO DE BOLIVAR. Banco de la República, 1.982.-

Si observamos el Cuadro 1-5, vemos cómo cada año el incremento de las personas que vienen a Cartagena a hacer turismo muestran un crecimiento moderado; alcanzando el máximo incremento en el año de 1.982, esto por razones obvias; ya que hacer turismo en Cartagena hoy; equivale a hacerlo en otros centros turísticos extranjeros.-

No se justifica, que siendo Cartagena ciudad turística por excelencia, no goce de un sistema de distribución y comercialización de alimentos acorde con las últimas normas de mercadeo, absorbiendo las necesidades de consumo para estas épocas que tanto beneficio le reporta a la ciudad y a COLOMBIA.-

CUADRO No.1-5

PROYECCIONES DEL TURISMO RECEPTIVO PARA CARTAGENA

Años	Turistas (1)	Incremento %
1981	1284.9	- 0 -
1982	1433.0	11.5
1983	1513.9	5.6
1984	1594.7	5.3
1985	1675.6	5.1

(1) Turistas en miles.

Fuente: Estadísticas básicas 1.982, Cámara de Comercio de Cartagena, Junio de 1.983.-

2. EMPRESAS PUBLICAS MUNICIPALES.

En el presente estudio venimos utilizando el método descriptivo de investigación científica; es así como en el primer capítulo se habló de aspectos generales de la ciudad: Un aspecto histórico, demográfico, condiciones de empleo, salarios e influencia del turismo en el desarrollo económico de la ciudad.- Nos corresponde ahora tocar aspectos generales de las Empresas Públicas Municipales, como entidad responsable de la administración y funcionamiento del sistema de mercados de alimentos y mercado turístico.-

2.1 ORIGEN.

Las Empresas Públicas Municipales de Cartagena, es una entidad autónoma descentralizada, con personería jurídica y patrimonio propio; organizadas por el Concejo Municipal de Cartagena, por medio del acuerdo No.12 del 4 de Abril de 1.961.-

De conformidad con lo que establece el artículo 2o. del decreto legislativo No.393 del 18 de Diciembre de 1.957, la gobernación de Bolívar reconoció tal personería jurídica por medio de la reso-

lución No. 12-34 del 22 de Septiembre de 1.961.-

2.2 FACULTADES.

Por medio del artículo 17 las Empresas Públicas Municipales están facultadas para ejecutar todo acto y celebrar contratos en orden a garantizar el funcionamiento regular de los servicios públicos encargados a ellos y para fomentar el progreso de la ciudad.-

2.3 OBJETIVOS.

Encargados principalmente de prestar servicios públicos de acueducto, alcantarillados, aseo, recolección de basuras, pavimentación, reparación de vías, arborización, cuidado de parques, prevención de incendios (cuerpo de bomberos), administración de mercados y mataderos públicos, además mediante un plan progresivo y coordinado de las obras de limpieza, drenaje y saneamiento de caños de la ciudad.-

2.4 PATRIMONIO.

De conformidad con el acuerdo No. 12 de 1.961, el patrimonio de las Empresas Públicas Municipales de Cartagena está formado por:

- a. Los bienes y rentas municipales, que las extintas Empresas Públicas de Cartagena venían administrando a nombre de la nación y del Banco de la República en virtud de lo estipulado en los contratos contenidos en las escrituras públicas No. 2122 de 1.936 de la Notaría 3era. de Bogotá, 2891 de 1.945 de la Notaría 3era. de Bogotá y 4536 de la Notaría 2a. de Bogotá, celebradas las dos primeras entre el municipio de Cartagena y la nación y el tercero entre el municipio de Cartagena, la nación y el Banco de la República.
- b. Los bienes que durante su existencia adquirieron las extinguidas Empresas Públicas de Cartagena.
- c. Los bienes muebles e inmuebles que el municipio de Cartagena tenía adscritos al momento de entrar en vigencia el acuerdo No. 12 de 1.961 a los servicios de aseo público; recolección de basura, pavimentación de calles, arborización y cuerpo de bomberos.
- d. El derecho a percibir los impuestos municipales de alumbrado público creado por el acuerdo No. 5 de 1.957, de policía e higiene organizado por el acuerdo No. 24 de 1.955.
- e. El derecho a percibir del 1o. de Enero de 1.962 en adelante el impuesto de limpieza y barrido de calles.

- f. El 75% del producido del impuesto de catastro o predial.
- g. El derecho a percibir el producido de la sobretasa al impuesto predial con destino a la construcción de alcantarillado y obras complementarias.-
- h. El derecho a percibir el impuesto correspondiente al catastro de las obras de pavimentación de calles y andenes que se construyen con cargo a los propietarios cuyos inmuebles tengan frente a las respectivas obras.- Los servicios de energía que prestaba la entidad anterior a 1.970 fueron trasladados en su totalidad a la Electrificadora de Bolívar en virtud a un contrato celebrado con el ICEL, que entregaba las redes eléctricas de Cartagena a ELECTRIBOL, a cambio de acciones en la entidad; parte de la construcción y remodelación de las redes del sector amurallado.- Actualmente Electribol se ha asociado a las Empresas Públicas Municipales para prestar conjuntamente los servicios que le corresponden a cada entidad.-

2.5 ESTRUCTURA ORGANICA.

Los organos principales de las Empresas Públicas Municipales son:

- a. JUNTA DIRECTIVA.

b. GERENTE GENERAL.

(Ver gráfica 2-1).-

La Junta Directiva de las Empresas Públicas Municipales según acuerdo del Concejo Municipal y artículo No.24 estará integrada por seis (6) miembros así:

Dos miembros con su respectivo suplente designados por la Cámara de Comercio de Cartagena.-

Un miembro con su respectivo suplente designado por el Presidente de la República.

Un miembro con su respectivo suplente designado por la Junta Directiva de la oficina principal del Banco de la República y el alcalde de la ciudad o su representante.-

PERIODO: Con excepción al alcalde o su representante, el período de los miembros será de dos (2) años.-

PARAGRAFO: La composición de la Junta Directiva será paritaria. La gerencia general aumenta con el Comité general que funciona a nivel de Staff y de ella depende la secretaría general y las diferentes secciones.-

En orden de importancia encontramos las secciones así: La dirección de operaciones y aseo, vías, parques y mercados, éstas a su vez se dividen en departamentos, entre los cuales está el departamento de mercados y mataderos con sus tres secciones: Mercado turístico, sección mercado Santa Rita y sección matadero público.-

2.5.1 ADMINISTRACION.

La administración de las Empresas Públicas de Cartagena, no escapa al proceso político actual, y es así como su eficiencia marcha paralelamente con la honestidad de los políticos en turno.- Este fenómeno ha desembocado en la incapacidad administrativa por parte de algunos de los funcionarios encargados de administrar sus dependencias de mercados y mataderos públicos, que afecta a la ciudadanía cartagenera.-

Para acotar algo de la situación en la entidad, en la cual tiene inherencia el alcalde de turno; como la situación de las plazas de mercados y mataderos se tornan cada día en problemas graves, que exigen la pronta solución; es notorio el esfuerzo que está haciendo las Empresas Públicas en el mercado de Bazurto para controlar la presión de quienes al no encontrar un empleo que les reporte una estabilidad económica acorde con sus necesidades primarias, se vuelcan a los mercados públicos, convirtiendolos

en verdaderos tugurios y focos de desaseo e insalubridad; siendo nulo dicho esfuerzo ya que muchas veces la falta de colaboración de los altos funcionarios de la alcaldía agravan el problema otorgando licencias de funcionamiento a negocios que no están acorde con la organización inicial de áreas de venta en el mercado público y según lo contemplado en el Plan de Desarrollo de Cartagena.-

He aquí pues, dos posiciones antagónicas que nacen sin embargo de la misma fuente: el autoritarismo represivo y el paternalismo permisivo: inútiles (pretendidamente legales).- Los vendedores son a veces identificados con el lumpemproletariado y con los maleantes; generan congestión en las calles, zonas peatonales y bloquean el tráfico, afectan el normal desarrollo de las actividades y causan problemas de contaminación.- Quienes anteriormente han conseguido con el político de turno el permiso para su venta; posteriormente es pateado y ultrajado por quienes dicen ser dignos representantes de la autoridad. (15).-

En la ciudad de Cartagena, en particular, como lo ha mostrado nuestro estudio, las responsabilidades municipales se han movido alternativamente entre esas dos posiciones desde comienzos de los años sesenta.-

(15) "Comercio callejero en la ciudad de Medellín, Centro de Investigaciones Económicas, UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. Lecturas de Economía. No.10.-

3. MERCADO DE BAZURTO.

Como centro principal de abastecimiento de alimentos en la ciudad de Cartagena y eslabón importante dentro de una gran red de mercados contemplada en el estudio de mercadeo de alimentos en Cartagena; nos corresponde ahora adentrarnos en su estudio, desde los acontecimientos que lo antecedieron, hasta su situación actual.-

3.1 ANTECEDENTES.

Cartagena antes de la década de los 60, marchaba sin ningún patrón que demarcara su crecimiento urbanístico.- Es así como ante la imperiosa necesidad de canalizar su crecimiento y desarrollo, en 1965 el Instituto Agustín Codazzi adelantó estudios del Plan Piloto de Desarrollo Urbano de Cartagena, los cuales fueron adoptados como instrumento legal por medio del acuerdo 21, de Diciembre 6 de 1.965, denominado Código Municipal de Urbanismo para el municipio, pero debido al proceso de desarrollo y cambio experimentado por la ciudad después de 1.965 quedó desvirtuado dicho plan, haciendose revisar en 1.972 dichos estudios.-

Es en 1.977, siendo alcalde de la ciudad el ingeniero José H. Rizzo Pombo, cuando se traza como una de las metas de su administración, dotar a Cartagena de su tan necesitado Plan de Desarrollo.- Dicho plan contemplaba la creación de un sistema de comercialización de alimentos para Cartagena, que constaba de tres (3) alternativas, a saber:

Alternativa 1-A: Contempla la construcción de seis (6) mercados sectoriales y una central de abastos (Ver plano 3-1).- Soluciones discriminadas en la siguiente forma:

Solución 1:: Mercado sectorial ubicado en el centro, sea en san Diego, la Matuna o Calle Larga. (Ver plano 3-6).-

Solución 2 : Obviado por los supermercados a la entrada del sector Bocagrande.-

Solución 3 : Mercado satélite Santa Rita (Ver plano 3-7).-

Solución 4 : Mercado satélite de Bazurto.

Solución 5 : Mercado satélite oriental: Ubicado en las Delicias, El Carmen o Andalucía (Ver plano 3-8).-

Solución 6 : Central mayorista y construcción de un mercado satélite localizado al extremo oriental de la ciudad, comprendido entre el retén de Ternera y el de Doña Manuela. (Ver plano 3-4).-

Alternativa 1-B y 2-B : Contempla la construcción de seis mercados sectoriales además de una central de abastos y un mercado sectorial construídos entre el sector 4 y 5. (Ver plano 3-2).-

Solución 1 : Idéntica a la alternativa 1-A.-

Solución 2 : Idéntica a la alternativa 1-A.-

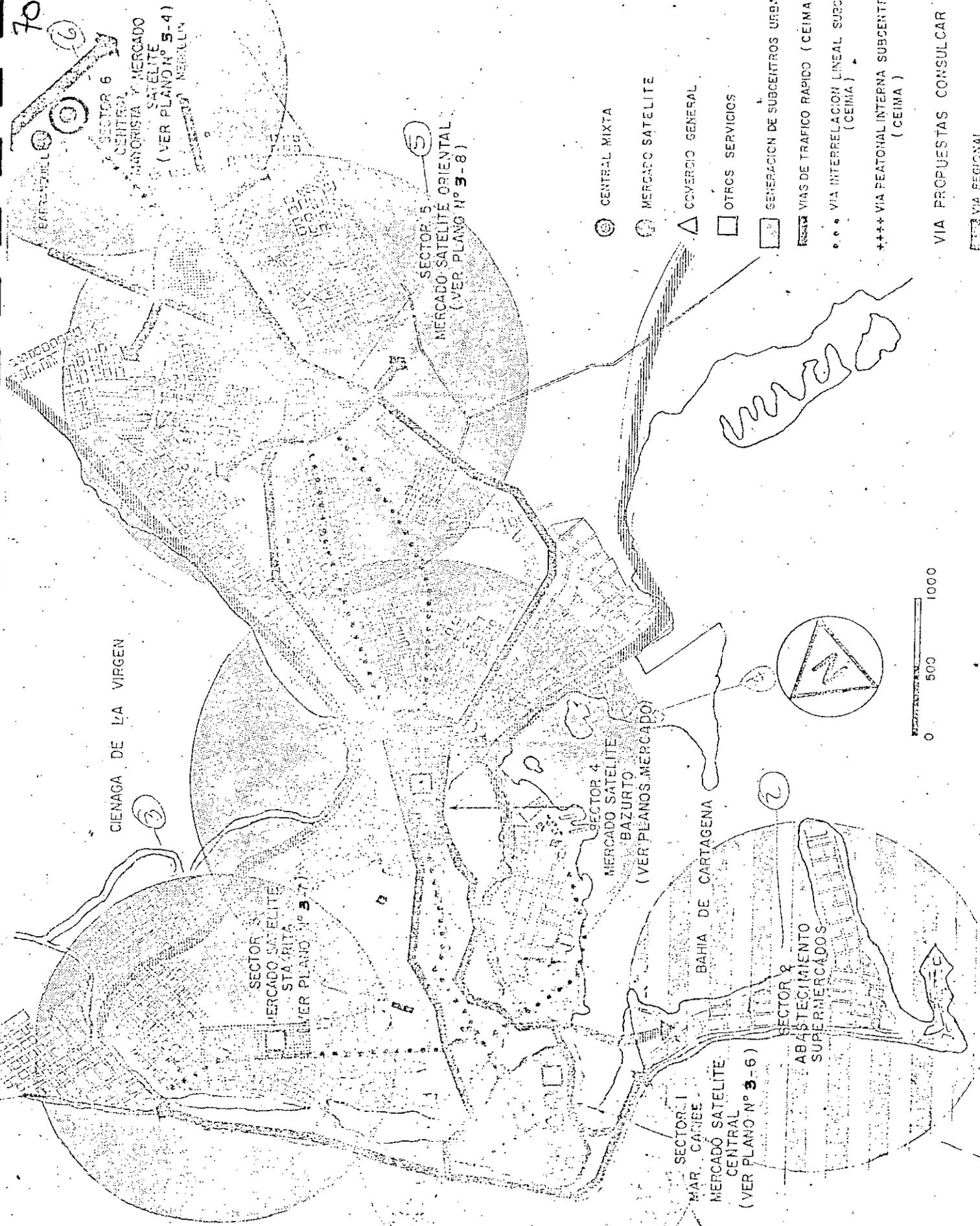
Solución 3 : Idéntica a la alternativa 1-A.-

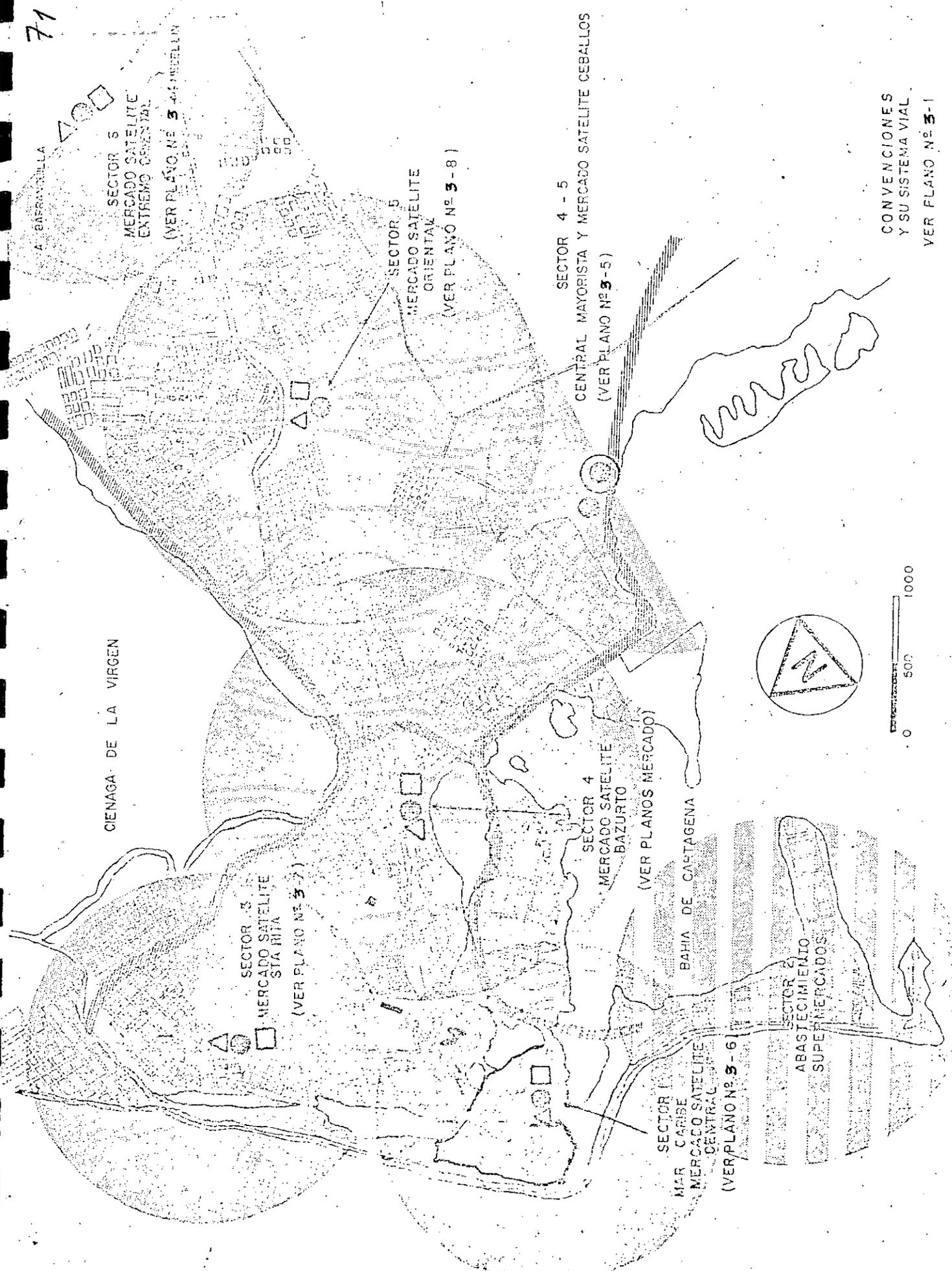
Solución 4 : Idéntica a la alternativa 1-A.-

Solución 5 : Idéntica a la alternativa 1-A.-

Solución 6 : Mercado satélite o sectorial ubicado en el extremo oriental.

Solución 4-5: Construcción de la central mayorista y mercado sectorial en Ceballos (Ver plano 3-5).





CENAGA DE LA VIRGEN

SECTOR 5
MERCADO SATELITE
EXTREMO ORIENTAL
(VER PLANO N° 3 - 4)

SECTOR 5
MERCADO SATELITE
ORIENTAL
(VER PLANO N° 3 - 8)

SECTOR 4 - 5
CENTRAL MAYORISTA Y MERCADO SATELITE CEBALLOS
(VER PLANO N° 3 - 5)

SECTOR 4
MERCADO SATELITE
BAZURTO
(VER PLANOS MERCADO)

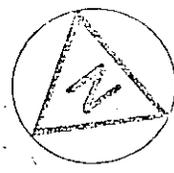
SECTOR 3
MERCADO SATELITE
STA INFA
(VER PLANO N° 3 - 2)

SECTOR 1
MAR CARIBE
MERCADO SATELITE
CENTRAL
(VER PLANO N° 3 - 6)

SECTOR 2
ABASTECIMIENTO
SUPERMERCADOS

BAHIA DE CARTAGENA

CONVENCIONES
Y SU SISTEMA VIAL
VER PLANO N° 3-1



UNIVERSIDAD CEIMA	PROPUESTA GENERAL MERCADOS alternativos (B Y 2B)	plano N° 3	ESTUDIO DEL MERCADO DE ALIMENTOS EN CARTAGENA	CEIMA UNIVERSIDAD JOSE F. TASSO
----------------------	--	---------------	---	---------------------------------------

Alternativa 2-A : Contempla la construcción de seis (6) mercados sectoriales y una central de abastos unida a un mercado sectorial, situada en el extremo oriental, al igual que en la alternativa 1-A. (Ver plano 3-3);- estas soluciones estarían situadas así:

Solución 1 : Idéntica a las dos alternativas anteriores.

Solución 2 : Idéntica a las dos alternativas anteriores.

Solución 3 : Idéntica a las dos alternativas anteriores.

Solución 4 : Idéntica a las dos alternativas anteriores.

Solución 5 : Idéntica a las dos alternativas anteriores.

Solución 6 : Mercado sectorial y la central mayorista construídos en el extremo oriental al igual que en la alternativa 1-A.-

Solución 4-5: Mercado intermedio entre el sector 4 y sector 5.-

Una vez puesto en marcha el plan y señalado el sitio para la cons-

CIENAGA DE LA VIRGEN

SECTOR-6
MERCADO SATELITE
EXTREMO ORIENTAL
(VER PLANO N° 3-4)

SECTOR-5
MERCADO SATELITE
ORIENTAL
(VER PLANO N° 3-8)

SECTOR-4
MERCADO SATELITE
INTERMEDIO
(VER PLANO N° 3-5)

SECTOR-2
MERCADO SATELITE
SAZURTO
(VER PLANOS MERCADO)

SECTOR-3
MERCADO SATELITE
STA. FIJA
(VER PLANO N° 3-7)

SECTOR-1
MERCADO SATELITE
CENTRAL
(VER PLANO N° 3-6)

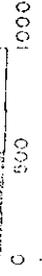
SECTOR-2
ABASTECIMIENTO
SUPERMERCADOS

BAHIA DE CARTAGENA

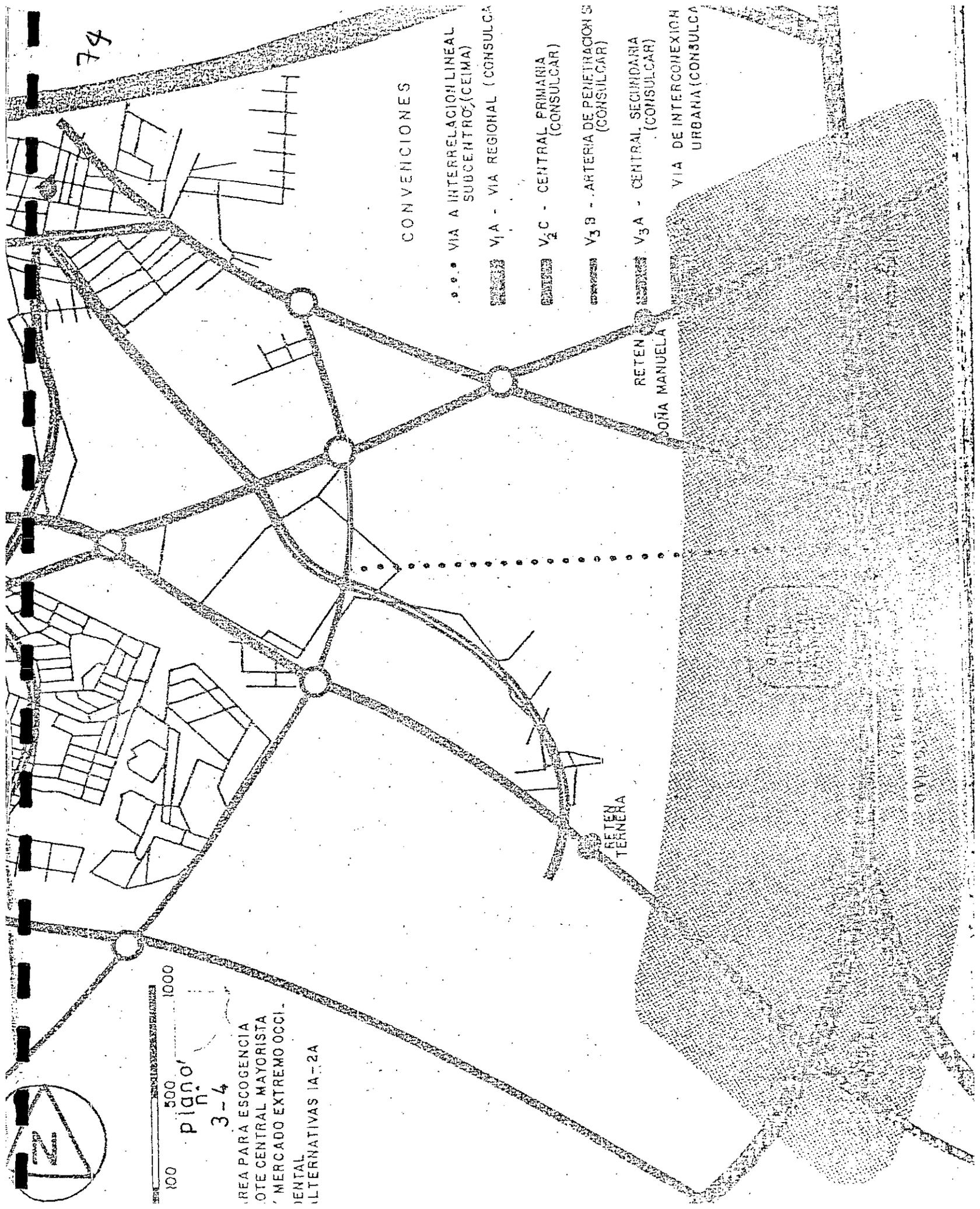
MAR CARIBE

CONVENCIONES

VER PLANO N° 3-1



FUENTE CEIMA 1973	PROPUESTA GENERAL MERCADOS ALTERNATIVA-2A	Plan o n° 3-3	ESTUDIO DEL MERCADO DE ALIMENTOS EN CARTAGENA	CEIMA UNIVERSIDAD JOSÉ FÁBIO CORTÉS
-------------------------	---	------------------	---	--



CONVENCIONES

- VIA A INTERRELACION LINEAL SUBCENTRO (CEIMA)
- — — — — VIA REGIONAL (CONSULCAR)
- — — — — V₂ C - CENTRAL PRIMARIA (CONSULCAR)
- — — — — V₃ B - ARTERIA DE PENETRACION (CONSULCAR)
- — — — — V₃ A - CENTRAL SECUNDARIA (CONSULCAR)
- — — — — VIA DE INTERCONEXION URBANA (CONSULCAR)

RETIEN TERNERA
DOÑA MANUELA

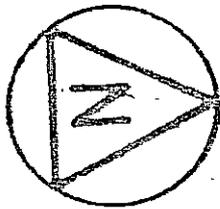


100 500 1000
 ESCALA DE LONGITUDES

plano
 n.
 3-4

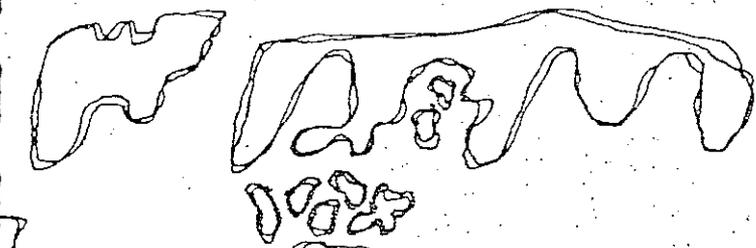
AREA PARA ESCOGENCIA
 OTE CENTRAL MAYORISTA
 MERCADO EXTREMO OCCI-
 DENTAL
 ALTERNATIVAS IA-2A

AVIA OSCAR



0 100 500 1000

BAHIA DE CARTAGENA



-  ACTUAL CARRETERA A MAMONAL
-  V₂A AREA DE INTERCONEXION URBANA
-  V₂C - CENTRAL PRIMARIA (CONSULCAR)
-  V₃B - ARTERIA DE PENETRACION SDRIA. (CONSULCAR)
-  V₃A - CENTRAL SECUNDARIA (CONSULCAR)

FUENTE CEIMA FECHA: IX/73	AREA PARA ESCOGENCIA LOTE CENTRAL MAYORISTA Y MERCADO CEBALLOS ALTERNATIVAS 1-B Y 2-B	Plano n° 3-5.	ESTUDIO DEL MERCADEO DE ALIMENTOS EN CARTAGENA	CEIMA UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
---------------------------------	--	---------------------	--	---



0 100 200 300 400 500

MAR CARIBE

SAN DIEGO

MATUNA

CENTRO

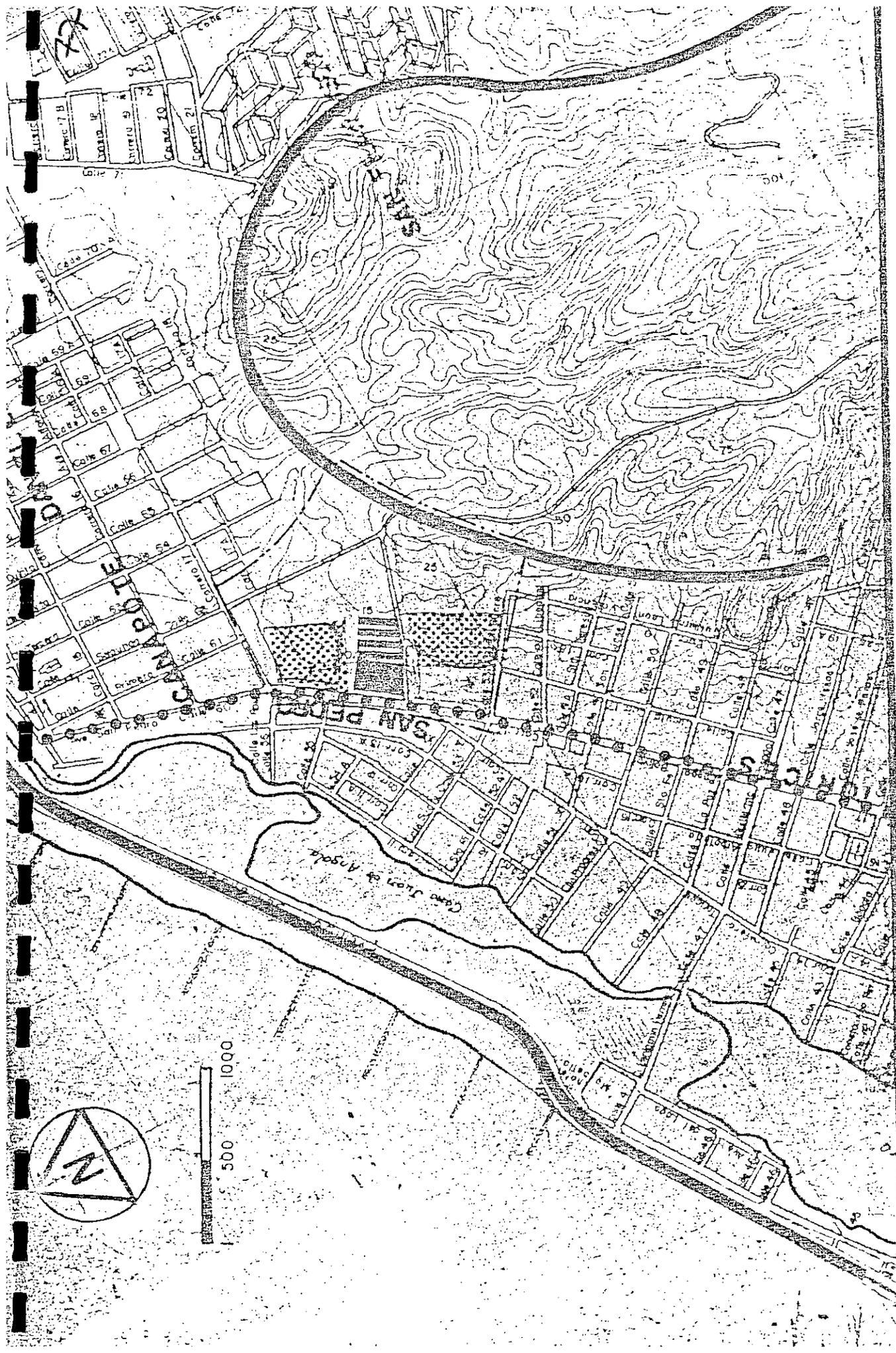
GETSENI

BAHIA DE LAS ANIMAS



ALTERNATIVAS DE UBICACION

FUENTE CEIMA	ALTERNATIVAS UBICACION MERCADO SATELITE CENTRAL	plano n° 3-6	ESTUDIO DEL MERCADEO DE ALIMENTOS EN CARTAGENA	CEIMA UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
FECHA VIII /73				



CEIMA
 UNIVERSIDAD
 JORGE TADEO
 LOZANO

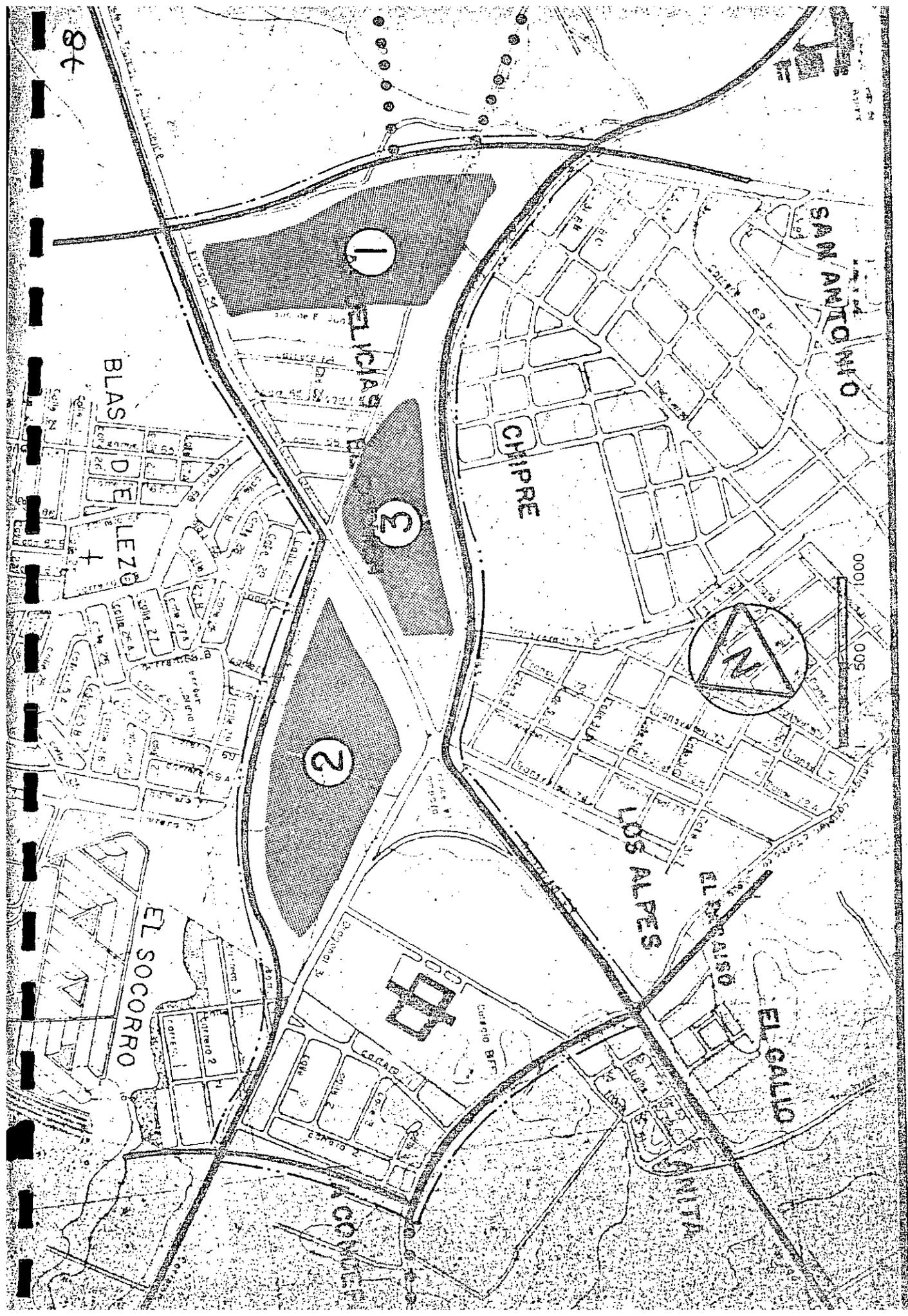
ESTUDIO DEL MERCADO
 DE ALIMENTOS
 EN CARTAGENA

Plano
 n°
 3-7

PROPUESTA MERCADO
 SATELITE SANTA RITA

FUENTE
 CEIMA
 FECHA: IX / 73

- LIMITE DE SUBCENTRO URBANO
- ▨ MERCADO EXISTENTE
- ▨ AREA AMPLIACION MERCADO
- ▨ AREA PARA OTROS USOS COMPLEMENTARIOS



——— LIMITE SUBCENTRO URBANO
 □ AREAS PARA ESCOGENCIA DE LOTE
 □ CONSTRUCCION DEL MERCADO ORIENTAL

FUENTE
 CEIMA
 FECHA: IX / 73

ALTERNATIVAS DE LOCALIZACION MERCADO SATELITE ORIENTAL

Plano n.
 3-8

ESTUDIO DEL MERCADO DE ALIMENTOS EN CARTAGENA

CEIMA
 UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

trucción del mercado de Bazurto, se procedió a iniciar la obra en 1.968, pero cuando el mercado se encontraba en obra negra siete (7) años después, se le dió un giro a sus objetivos y se empezó a hacerle ajustes para albergar a vendedores mayoristas que aún se encontraban en Getsemané, en espera de la gran central de abastos; de esta manera se comenzó a violar el plan y un programa que había sido considerado para solucionar un problema en el casco amurrallado, hoy presenta condiciones aún más complejas y se hace necesario hacer una revisión exhaustiva del plan y dar soluciones a los problemas que actualmente afronta el mercado público de Bazurto y del mercado de alimentos en general.-

3.2 OBJETIVOS.

En el proyecto inicial el mercado de Bazurto tenía los siguientes objetivos a cumplir:

- a) Descentralizar el sistema de mercados del centro de la ciudad.
- b) Especialización en los canales de distribución.
- c) Este mercado desempeñaría entre otros objetivos el de cumplir con las necesidades de una ciudad en desarrollo, y mejorar su incidencia en la comunidad.- Se proponían además los mercados

móviles sectoriales, que consiste en especificar un día de la semana en la cual podían operar en los diferentes barrios de la ciudad, y para su implementación se contaría con grupos de vendedores ambulantes para hacer más seguras las plazas de mercados públicos.- La entidad encargada de ejecutar y controlar estos mercados sería la central de abastos por intermedio de asociaciones cooperativas entre minoristas, tenderos y vendedores ambulantes (CORATIENDAS Y ASOTIENDAS), estos mercados tendrían una cobertura semanal cerca de los 20.000 habitantes.-

3.3 FUNCIONES.

Las funciones de este mercado inicialmente eran funciones específicas, especializadas y nó funciones tradicionales en el comercio, por lo tanto se mejorarían las prácticas de almacenamiento, mejor utilización de los espacios, eficiencia en los mecanismos de distribución y organización adecuada.-

Las funciones de los mercados minoristas se sintetizaban básicamente en dos clases:

- a) Abastecimiento.

Mediante la compra de productos en la central de abastos (con-

templada en el nuevo sistema de mercados en la ciudad de Cartagena del CEIMA).-

b) Distribución.

A través de la venta de productos a detallistas, tenderos y consumidor final.-

Para reforzar el cubrimiento físico-espacial del subsistema minorista, se propuso la organización de los mercados móviles sectoriales, que ya han dado resultados positivos en Bogotá por intermedio de CORABASTOS. (16).-

3.4 INGRESOS Y GASTOS POR ADMINISTRACION DE BAZURTO.

La situación financiera del mercado de Bazurto desde su traslado en Enero 22 de 1.978 no ha sido muy clara, si bien es cierto que la millonaria construcción motivada por el despilfarro que se hizo antes de convertirlo en mercado central, fué obra de innovadores funcionarios que trataron de ajustar un tipo de mercado mexicano a un mercado que obedecía a patrones de comportamiento e idiosincrasia de gentes muy diferentes.- Fué así como después de haber sido construido en un 50% dicho mercado, se tuvo que demoler en su mayor

(16) ALCALDIA MUNICIPAL DE CARTAGENA. Plan de Desarrollo de Cartagena.

parte para ajustarlo a otras necesidades; lo anterior acompañado al plan de incentivos en los impuestos trazados por las Empresas Públicas y Alcaldía Municipal para acelerar el traslado de los adjudicatarios de Getsemaní a Bazaruto, además de las ineficientes administraciones acompañado de la mala política de recaudos ha originado ingentes pérdidas por acumulación de cartera y por exoneración y puesta al día de los impuestos de muchos adjudicatarios compadres de funcionarios del mercado público a cambio de alguna remuneración y muchas veces, por la venta de permisos ilegales, quienes no quedaban debidamente aforados en la administración Bazaruto.-

Hasta el año de 1.982 las pérdidas acumuladas en el mercado de Bazaruto eran de \$49'560.308,13 pero por una modificación en la política y cánon de impuestos se ha obtenido en los primeros seis meses de 1.983 una recuperación de \$11'575.073.00, además de un sistema de pago de impuestos convenidos a deudores atrasados, y que está dando buenos resultados.- Para ilustrar las pérdidas por administración de Bazaruto mostramos el siguiente cuadro:

CUADRO No.3-1

ESTADO DE LOS DEFICIT POR ADMINISTRACION MERCADO DE BAZURTO

1978 - 1983

AÑO	PERDIDA \$	ACUMULADO
1978	Exoneración.	-
1979	23'926.678.74	23'926.678.74
1980	11'176.237.53	35'102.916.21
1981	13'941.732.04	49'044.648.25
1982	515.659.88	49'569.308.13
+ 1983	(11'575.073.28)	37'985.235.41

+ Solamente contabilizamos recuperación este año hasta el mes de Julio.

Fuente: Departamento de Contabilidad. Empresas Públicas Municipales.

Cartagena, Agosto de 1.983.-

3.5 COMPRAS EN EL MERCADO DE BAZURTO.

En cuanto a la conducta de los consumidores, debemos abandonar el supuesto básico, "el concepto del hombre económico",- "los mercados son o deben ser homogéneos". En efecto es la heterogeneidad y no la homogeneidad la que caracteriza los mercados". (17).- El abastecimiento popular requiere además de la venta de víveres, la de manufacturas y aún de servicios conexos tanto para las clases bajas como para las clases media y alta.-

No compartimos con la "apología de la miseria y la precariedad" con que algunos suelen justificar la existencia de los mercados públicos.- Pensamos que Bazurto es sólo un eslabón importante dentro de una red de suministros debidamente organizada y bien dotada de locales adecuados, para hacer más atractivas las compras en él.-

En estudios realizados sobre segmentación de mercados, se llega al reconocimiento de que no todos los compradores son iguales; ya que cada uno vá inducido por ciertos motivos que son los que influyen en su comportamiento al realizar las compras; además influyen otros factores como: Limitación de los ingresos, tradiciones de familia, etc.-

(17) Cundriff, Still y Govoni. Fundamentos de mercado moderno.-

3.5.1 DIAS DE MAYOR FRECUENCIA EN LAS COMPRAS.

Los días de mayor frecuencia en la compra son los sábados y lunes, correspondiéndoles el 33.39 y 15.83% en su orden; le siguen en importancia el día domingo, con el 12.5% del total de compras realizadas durante la semana; un porcentaje considerable compra indiferentemente cualquier día de la semana, el 10.83% (Ver cuadro 3-2).-

En cuanto a la frecuencia de las compras; determinado por factores de almacenamiento (lugar amplio donde guardar los productos alimenticios o refrigeración para guardar otros); la población compra en la siguiente forma:

La mayor frecuencia de compras es la semanal, con el 35,71% y la quincenal, con el 22,14% del total de compras; pero también existe la modalidad de compras diarias, representadas en un 19.3% (ver cuadro 3-3), debido a las limitaciones en el ingreso, además de no poseer la mayoría de estos compradores, de una nevera o refrigerador en donde conservar y refrigerar sus productos.-

3.5.2 JORNADA DE MAYOR FRECUENCIA EN LAS COMPRAS.

Es importante considerar también cual es la jornada de mayor con-

CUADRO No.3-2

DIAS DE MAYOR FRECUENCIA EN LAS COMPRAS EN BAZURTO

D I A S	FRECUENCIA %
LUNES	15,83
MARTES	4,16
MIERCOLES	4,16
JUEVES	7,5
VIERNES	11,7
SABADO	33,3
DOMINGO	12,5
INDIFERENTE	10,83
	100.

FUENTE: Encuesta a usuarios en el mercado de Bazurto.-

CUADRO No.3-3

FRECUCIA DE LAS COMPRAS DE LA POBLACION COMPRADORA EN BAZURTO.

T I E M P O	FRECUCIA %
1 DIA	19,3
2 DIAS	5,71
3 DIAS	10,71
4 ó 5 DIAS	6,43
1 SEMANA	35,71
15 DIAS	22,14
T O T A L	100.

Fuente:

CUADRO No.3-4

JORNADA DE MAYOR FRECUENCIA EN LAS COMPRAS EN EL MERCADO DE BAZURTO.

J O R N A D A	FRECUCIA %
MAÑANA	69,7
TARDE	24,1
INDIFERENTE	6,2
T O T A L	100.

FUENTE: Encuesta a usuarios en Bazurto.-

currencia al mercado de alimentos en Cartagena, para determinar el momento de mayor congestión en él.-

El 69.7% de las actividades de compra de la población Cartagenera en Bazurto, se realizan en horas de la mañana (Ver cuadro 3-4). El porcentaje restante de las compras son realizadas durante las horas de la tarde.-

3.5.3 ORDEN DE LAS COMPRAS.

El 68.7% de la población encuestada dijo tener un orden establecido para realizar sus compras en el mercado. Porcentaje representativo dentro del gran total.- Este orden está determinado por varios factores, a saber: Características del producto como peso, consistencia y tamaño.- Utilizando de acuerdo a esas características diferentes criterios para el orden de adquisición; muchos compran los más consistentes a los menos consistentes y un porcentaje mayor los adquiere de los más livianos a los más pesados. De acuerdo a este último criterio, el orden de adquisición es el siguiente: Carnes, granos, procesados, verduras y hortalizas, frutas, lácteos y por último los tubérculos (Ver cuadro 3-5).

CUADRO No. 3-5

ORDEN DE ADQUISICION DE LOS PRODUCTOS POR LA POBLACION COMPRADORA EN EL MERCADO DE BAZURTO.-

PRODUCTOS	ORDEN
CARNES	1o.
GRANOS	2o.
PROCESADOS (Azucar, panela, condicimentos, etc.)	3o.
VERDURAS Y HORTALIZAS	4o.
FRUTAS	5o.
LACTEOS	6o.
TUBERCULOS	7o.

Fuente: Encuesta a consumidores en Bazaruto - Cartagena.-

3.5.4 PROPORCION DE COMPRAS SEGUN EL LUGAR.

La adquisición de los productos según el lugar, está determinada por factores como: Ingresos, distancia, costumbre y motivos de patrocinio.-

Es así como según encuesta realizada en el mercado público de Bazurto, para el grupo de carnes, el 52% es adquirida en los mercados públicos, el 17.14%, el 16.43% y 14% son adquiridas en supermercados, tiendas y expendios, respectivamente (Ver cuadro 3-6). La distribución anterior, se debe a que las carnes en el mercado público son más frescas y en los expendios y supermercados son más higiénicas.-

Las verduras y hortalizas son adquiridas en un 94% en el mercado público, porque son más frescas. El porcentaje restante es adquirido en otros expendios, como lo muestra el cuadro 3-6.-

Los granos son adquiridos en un 98.6% en los mercados públicos; así como los tubérculos, procesados y lácteos son adquiridos en su mayor proporción en el mercado público de Bazurto, por ser el sitio en donde se realizó la encuesta.-

CUADRO No.3-6

PROPORCION DE COMPRA DE PRODUCTOS SEGUN EL LUGAR EN CARTAGENA

Lugar de Compra	Productos							
	Carnes	Verduras y Hortalizas.	Granos	Tubérculos	Procesados.	Frutas	Lacteos	%
Mercado Público	52,00	94,00	97,1	98,6	89,00	98,60	67,14	
Supermercados	17,14	0,72			10,000	0,70	4,28	
Tiendas	16,43	0,72	0,7		1,00	0,70	23,57	
Cooperativas			1,7					
Expendios	14,00							
Ambulantes por el barrio		1,4		0,7			5,00	
IDEMA								
Otro Lugar	0,40	2,9	0,8	0,7				
TOTAL	100	1-0	100	100	100	100	100	100

FUENTE: Encuesta a consumidores en el mercado Bazaruto - Cartagena.-

4. EVALUACION.

4.1 CAPACIDAD Y EXTENSION.

4.1.1. Capacidad.

El mercado de Bazurto fué diseñado con capacidad de albergar a 800 adjudicatarios minoristas, satisfaciendo eficientemente las necesidades de ese sector de la ciudad.- Además de ser eslabón importante del plan de comercialización y distribución de alimentos para Cartagena.-

Hoy el mercado en su condición de central mayorista-minorista, según el paternalismo de estudios realizados por las Empresas Públicas Municipales; alberga a 3.000 adjudicatarios (18), cobijando tanto a vendedores estacionarios, como ambulantes.- Pero basta con la observación directa de la zona, para determinar que realmente el mercado está albergando mayor cantidad de vendedores, que lo que su capacidad puede albergar normalmente.-

(18) EE.PP.MM. Informe del mercado de Bazurto y mataderos. Enero 1983. P.1.-

Como era de esperarse, dicho mercado desplazó gran cantidad de la población compradora y vendedores de otras soluciones sectoriales (Santa Rita y Blas de Lezo) hacia él; obedeciendo a las costumbres de la gente de comprar en un sólo mercado central; motivados por los precios, variedad y frescura de los productos; colocándolo en incapacidad de atender a la población en condiciones de utilizar sus servicios. Por lo anterior concluimos, que se hace necesario desconcentrarlo poniendo en práctica las otras soluciones sectoriales, apoyados en teorías y experiencias acumuladas en el desenvolvimiento de los mercados públicos del mundo; que en ciudades con población como la de Cartagena, por cada 20.000 ó 30.000 habitantes, se requiere de la construcción de un mercado (19) de alimentos, regulado por una central de abastos.

4.1.2 Extensión.

Inicialmente el mercado de Bazurto gozaría de terrenos adecuados para futuras ampliaciones, pero cuando se ajustó a mercado central; todos los terrenos que iban a ser adquiridos por las Empresas Públicas, para ello; como por arte de magia fueron adquiridos sucesivamente por manos privadas, permaneciendo ésta empresa pasiva ante los hechos, por la situación financiera que pa-

(19) Enciclopedia Ilustrada Universal, Op. Cit.

decía y padece actualmente, se hace ahora difícil la adquisición o compra de esos terrenos para uso del mercado en futuras ampliaciones, y el anhelo de ajustarlo a una central de abastos.- Por lo tanto es conveniente hacer una revisión del plan de mercadeo de alimentos en Cartagena, para suavizar la tensión existente en éste sector.-

4.2 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.

4.2.1 Tamaño.

El tamaño del mercado de Bazurto en su área cubierta es de 5.000 metros cuadrados y en su área exterior es de 10.000 metros cuadrados, para un total de 15.000 metros ², es decir aproximadamente 11.36 Hs.; un tamaño óptimo para un mercado sectorial o satélite; pero teniendo en cuenta que Bazurto está siendo utilizado como mercado central único:-

Un principio fundamental acerca de los mercados, es que deben estar dotados de un área alrededor, dedicada a organizar comercios complementarios, áreas institucionales y servicios conexos.. Lo anterior corrobora una vez más que el área mínima para el emplazamiento de un mercado central debe ser de 25 Hs. (20).-

(20) Plan de Desarrollo de Cartagena. Alcaldía Municipal de Cartagena. Pág. 177.-

4.2.2 Localización.

El mercado de Bazurto está localizado en el barrio Chino, entre la Avenida Pedro de Heredia y el caño de Bazurto, zona señalada en el Plan Piloto de Cartagena, como zona de uso público ideal para la ubicación del mercado de alimentos y comercios satélites, como iniciativa descentralizadora del comercio en Cartagena, para expandir el comercio a lo largo de la Avenida Pedro de Heredia.-

Si observamos topogramétricamente a Cartagena, vemos que el mercado de Bazurto está emplazado en la parte más estrecha de la entrada a la ciudad; entre el cerro de la Popa y el caño de Bazurto.- En cuanto a su ubicación, goza de la cercanía a la vía principal carretable, ventajas de transporte por agua y cercanía al aeropuerto de Creso.-

47972

Consideramos que el funcionamiento del mercado como satélite o sectorial es ideal en esa zona, pero su utilización como mercado central afecta en su totalidad el normal desarrollo de la zona y el desplazamiento normal del flujo de transporte; colocando en incomodidad no sólo a la población que realiza sus compras en el mercado público, sino a quien necesariamente tiene que transitar

por su frente; y si analizamos detenidamente la concentración de la población a lo largo y ancho de la ciudad, notamos que la mayor cantidad de pobladores está en su parte oeste.-

4.3 PLANTA DE PERSONAL Y ADMINISTRACION.

La planta de personal del mercado de Bazurto inicialmente era de 20 personas, pero debido al cambio sufrido en el giro de sus objetivos, se amplió a 61 empleados, discriminados así:

CANTIDAD	A N T E S CARGO
1	Administrador.
1	Secretaria.
1	Inspector.
1	Cajero.
1	Recaudador.
12	Obreros de aseo.
2	Pesadores de carnes.
1	Chofer del carro recolector.
20	TOTAL..

DISTRIBUCION DE OBREROS.

4	en primera y segunda planta (carnes, pescado y meren).
2	Plataforma descargue.
2	Pabellón principal y Administración.
2	Vías de acceso.
1	Zona comercial y circulación principal.
1	Zona interior.
12	TOTAL.

D E S P U E S

SEGUN OFICINAS - BAZURTO

1	Administrador
2	Supervisores.
1	Cajero.
1	Inspector de recaudos.
3	Recaudadores.
2	Conductores recolector.
1	Conducto camioneta.
1	Secretaria.
1	Mecanógrafa.
1	Lector contadores de energía.
1	Pesador de carnes.
8	Ayudantes de recolección.

38 Obreros de barrido*

61 TOTAL

* Distribución de obreros:

Turno de 8 a.m. a 4 p.m.

Zona:	Usos	No.de Obreros
1	Carbonera.	1
2	Platanos y cocos.	1
3	Calzado y farmacias.	1
4	Plaza Unirroyal	1
5	Pescado frito	1
6	Parqueadero de carros	1
7	Entrada principal y pasillos	1
8	Vendedores ambulantes	1
9	Pabellón central	2
10	Descargue naranjas acoviva	1
11	Merendero y pabellón de gallinas (2o. piso)	1
12	Salida al Bosque con calles y el triangulo del semáforo	1
13	Huecos	1
	T O T A L	14

MERCADO DE BAZURTO BARRIDO NOCTURNO.

Turno de 12.00 a.m. a 8.00 p.m.

Zona	Usos	No. de obreros.
1	Carbonera.	1
2	Platanos y cocos	1
3	Plazoleta Unirroyal, calzado y farmacias	1
4	Pescados fritos y parqueaderos de carros	1
5	Plaza principal y cacharrería	1
6	Vendedores ambulantes	1
7	Pabellón central.	2
8	Pabellón de carnes	3
9	Huecos	1
10	Descargue de camiones	1
11	Pescado fresco	2
12	Calle de las naranjas	2
13	Merendero y pabellón de gallinas.	1

SEGUNDO PISO.

Pasillos 1

ACOVIVA.

Entrada al Bosque, calles y el triangulo del semáforo 1

TOTAL 20

DOMINGOS.

Turno de 8.00 a.m. a 4:00 p.m.

Zona	Usos	No.de obreros.
1	Carbonera	1
2	Platanos y cocos	1
3	Calzado y farmacias	1
4	Plaza Unirroyal	1
5	Pescado frito	1
6	Parqueadero de carros	1
7	Plaza principal y pasillos	1
8	Vendedores ambulantes	1
9	Pabellón central	2
10	Entrada al bosque y calles.	1
	TOTAL	11

Turno de 12:00 a.m. a 8:00 p.m.

Zona	Usos	No.de obreros.
1	Pescado frito	1
2	Pabellón central	2
3	Huecos	2
4	Descargues	1
5	Pescado fresco	2
6	Naranjas	1

Zona	Usos	No.de obreros.
7	Merendero y pabellón gallinas	1
8	Pasillos	1
9	ACOVIVA	1
12	TOTAL	12 obreros.
	TOTAL OBREROS DOMINGOS	23

SEGUN EMPRESAS PUBLICAS Y NOMINA ACTUAL

No.Empl.	CARGO
1	Administrador.
3	Supervisores.
1	Cajero
1	Veterinario
2	Inspectores de recaudo
5	Recaudadores
1	Conductor.
1	Secretaria
1	Lector de contadores.
1	Pesador de carnes
1	Ayudante de recolección
1	Auxiliar de mercados
43	Obreros
62	TOTAL

Consideramos que el número de obreros destinados y evaluando su distribución en el mercado de Bazurto, es suficiente para mantenerlo en buen estado.- Pero por falta de autoridad administrativa y control en el cumplimiento de las funciones del personal a su cargo han surgido los siguientes problemas:

- a) Deficiencia en los recaudos y mala aplicación del sistema existente; además de ausencia de un sistema que permita a los vendedores cumplir con el pago, ya que muchos desean pagar pero no pueden desembolsar el pago por mes, debido a la escasez de capital con que trabajan.-
- b) Esta deficiencia en los recaudos en términos financieros conlleva al desaseo en la mayoría de las zonas dentro del mercado y casi en la totalidad de las áreas exteriores, teniendo muchas veces los mismos usuarios que asear su frente, a pesar de pagar este servicio.-
- c) Falta de mantenimiento de alcantarillas y ausencia de políticas para el recaudo de impuestos atrasados.-

4.4 INFRAESTRUCTURA FISICA.

4.4.1 Areas de Venta.

4.4.1.1 Interiores.

El área total interior del mercado de Bazurto es de 5.000 Mts.². Consta de una primera planta destinada a la venta de toda clase de productos y una segunda planta destinada a la venta de comidas cocidas y funciones administrativas.-

Según las experiencias en mercados públicos en el mundo, acompañadas con teorías de mercados propiamente dichas, se ha comprobado que para la zonificación por productos dentro del área total de un mercado de alimentos, debe consultarse a factores básicos como son: Consistencia y otras condiciones físicas del producto como la perecibilidad, si expone materia de fácil descomposición, si requiere de refrigeración a almacenamiento especial, etc.--

Tomando lo anterior como punto de referencia se pueden detectar fallas en la organización de áreas interiores, constituido por el pabellón central, carnicerías, comedores y oficinas de administración.-

4.4.1.1.1 Pabellón Central.

Este sector que debería estar ocupado para la venta de verduras, frutas, hortalizas y tubérculos; para protegerlos de las inclemencias del tiempo por sus condiciones de rápida perecibilidad. Hoy se encuentra ocupado además de lo anterior a la venta de víveres y abarrotes; representado en colmenas construidas en madera y techado con cinc y eternit, lo cual es inconcebible ya que ellos se encuentran en una zona techada, además que colocan en desventaja a los puestos que se encuentran ubicados en la parte posterior a ellos, por poseer techos con disparidad de alturas, pudiendo el usuario del local agrandarlo hacia arriba hasta donde le sea posible.- Lo anterior hace de este pabellón un verdadero desorden que desemboca en la desorientación del consumidor, ya que además de encontrar allí venta de verduras, la encuentra también en otros lugares del mercado, así como venta de tubérculos.-

4.4.1.1.2 Merenderos.

La venta de comidas en la segunda planta, zona IX, estuvo bien concebida y empezó funcionando normalmente, pero posteriormente por la falta de control que evitara la prolifera-

ción de venta de comidas en otras zonas, se otorgó permiso para la instalación de ventas de platos cocidos en la planta baja, cerca a la destinada a yuca y pescado frito; muchos de los vendedores que tenían su local en la segunda planta al ver mermadas sus ventas y ante la imposibilidad de cumplir cabalmente con el impuesto mensual; no les quedó otra alternativa, que instalar también sus ventas en la parte baja, al tiempo que otros tuvieron que abandonar el negocio.- Actualmente esta zona se encuentra en su mayor parte abandonada.-

4.4.1.1.3 Carnicerías.

Actualmente existen en Bazurto nueve (9) pabellones para la venta de carne, distribuidos en callejones paralelos comunicados entre sí. Cada puesto es de 2 Mts.² construidos en grano pulido, con servicios de agua y luz suficiente.-

Este pabellón para su buen funcionamiento, preservación de las carnes y de la salud de vendedores y compradores, carece de lo siguiente:

- 1) No cuenta con amplios callejones para el tránsito de compradores y evacuación rápida de los mismos, ocasionando la merma en las ventas de los puestos que están al final de

ellos, quedandose en las mesas de la entrada para realizar sus compras.-

2) No cuenta con un sistema de refrigeración de las carnes en cada mesa, ni con adecuada ventilación en el área, que permita la normal venta del producto, sino que a las diez de la mañana debe ocurrir el cese de labores porque los vendedores ya no soportan físicamente el calor y las carnes y las carnes empiezan a descomponerse.-

3) El mal diseño del pabellón, la falta de control y políticas para evitar la obstrucción de las entradas por vendedores de carne ocasiona un verdadero caos, logrando que los mismos adjudicatarios de puestos utilicen revendedores para que se coloquen a la entrada del pabellón y acaparen al cliente a su llegada.-

4.4.1.1.4 Pescados (fresco).

La ubicación de la venta de este bien es uno de los aspectos más controvertidos en el mercado de Bazurto y comentado por la población compradora, por el delicado tratamiento que exige y del estricto mantenimiento de la zona en cuanto a aseo, alcantarillas, grifos para lavado de pescado.-

Las ventas de pescado fresco en los mercados públicos de alimentos se acostumbra a ubicar en las partes laterales, un poco alejadas de las otras actividades y cerca de los caños, ríos o puertos de desembarque del mismo, con el fin de que al lavarlo y extraer sus partes desechables, éstas sean arrojadas al agua sirviendo de alimento a los mismos peces.-

4.4.1.1.5 Area de vendedores ambulantes - por el sindicato).-

Una vez en funcionamiento el mercado de Bazaruto, empezaron a congregarse en las diferentes zonas (de parqueo, peatonales de descargue y otras), los llamados "vendedores ambulantes", quienes cobijados por un sindicato, comenzaron a hacer presión ante la administración y al mismo tiempo distorsionaban el normal funcionamiento de las actividades que se venían desarrollando en el mercado. La administración Bazaruto, en aras de solucionar éste problema y atender las quejas de los adjudicatarios legalizados, decidió cosntruír y adecuar puestos en el área que se encuentra detrás del almacén destinado a la venta de víveres, abarrotes, cacharros y artículos en general, llamado "La Colombiana"; pero debido al encerramiento de esta zona, falta de vías de acceso, iluminación no adecuación óptima del terreno y por falta de desagüe pluvial; podemos afirmar que esta área "nació muerta". Hoy se encuen-

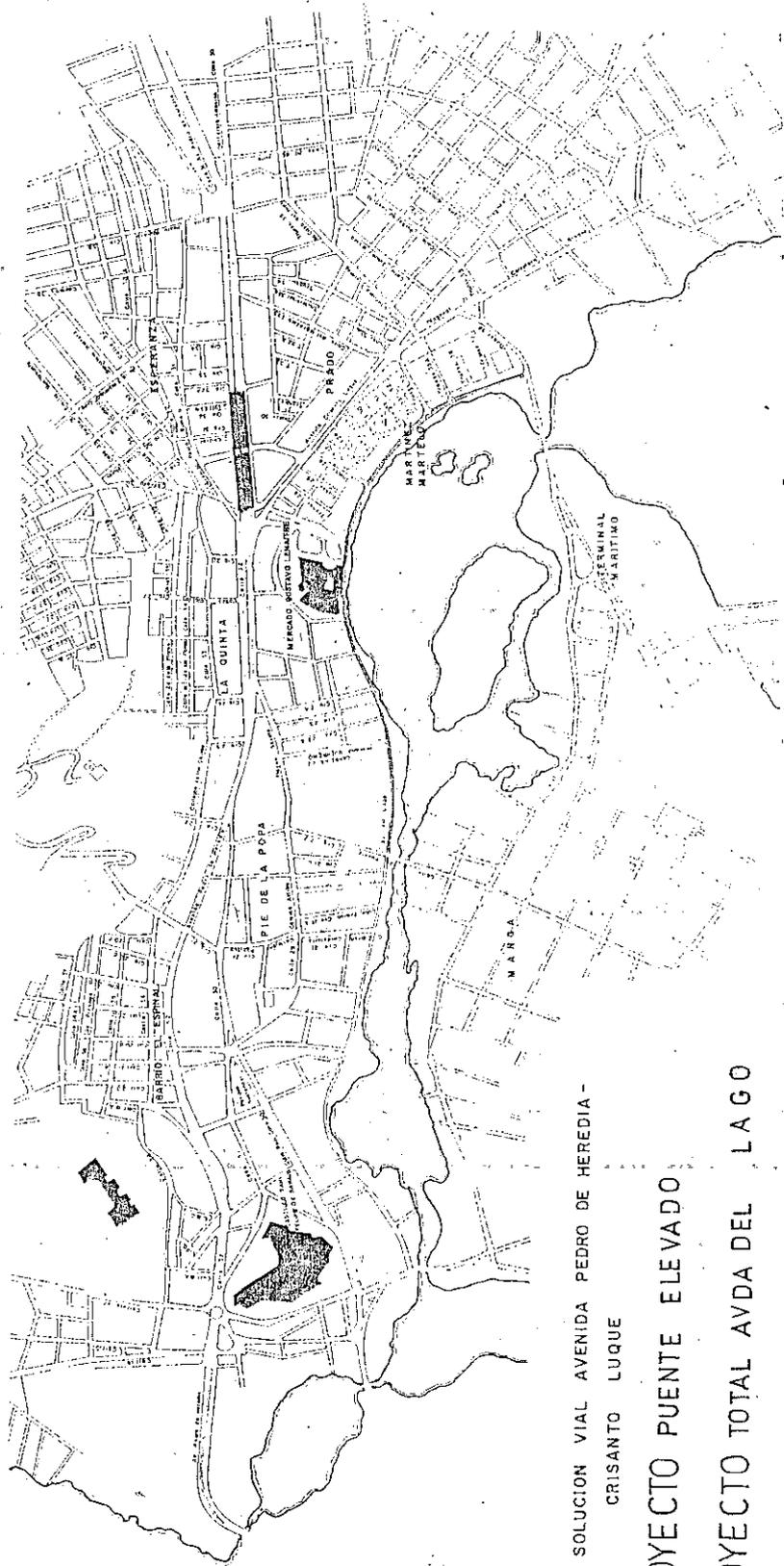
fra abandonada casi en su totalidad y algunos puestos han sido utilizados como solución de vivienda por lo cual algunos adjudicatarios perciben una cuota de arriendo y otros son utilizados como prostíbulos.- Es contradictorio que mientras los alrededores del mercado están invadidos por ventas de todo tipo de baratijas y cacharros, en el interior del mismo, se encuentran zonas abandonadas por falta de vida.- Es importante anotar que se llegó a esta situación de abandono por negligencia de la administración y de las Empresas Públicas de adecuar esta zona para hacerla más atractiva.

4.4.1.2 Exteriores.

Hay un sinnúmero de fallas en cuanto a la asignación de las áreas exteriores al mercado público.

- 1) Se destinan sus áreas exteriores a actividades de todo tipo, ocasionando la promiscuidad de actividades, el abandono de las áreas interiores organizadas por la merma en sus ventas; que ocasiona la mora en el impuesto.
- 2) No hay coordinación entre la administración del mercado público de Bazarro y Alcaldía Municipal de Cartagena en cuanto al tipo de negocio que se le debe otorgar licencia de acuer-

PLANO
N° 4-1



PROYECTO SOLUCION VIAL AVENIDA PEDRO DE HEREDIA -
CRISANTO LUQUE

 PROYECTO PUENTE ELEVADO

 PROYECTO TOTAL AVDA DEL LAGO

4.4.3 Vías de Comunicación.

4.4.3.1 Internas.

El mercado público de Bazurto cuenta con dos entradas principales; la primera situada a la entrada de la carretera que conduce al Bosque, frente a la fábrica de hielo Imperial; la segunda está situada a un lado de "La Colombiana"*, además cuenta con una vía que bordea al caño de Bazurto y al mercado en su parte posterior, que facilita el tráfico, cargue y descargue de vehículos.(Ver plano 4-1). Las otras vías internas del mercado son lo suficientemente anchas para el tráfico de vehículos, pero con los siguientes inconvenientes:

- 1) El material con que están construidas es asfalto delgado y relleno con zahorra; lo que ha ocasionado, que con el tránsito de vehículos pesados, éstas se hayan deteriorado notablemente y los transportadores se nieguen a transitar el mercado en su interior.-
- 2) Las esquinas para el giro de vehículos son muy agudas; haciendo lento el avance en el flujo vehicular y ocasionando congestión, cuando a un vehículo grande le toca tomar la curva con dificultad.-

* Almacén mayorista-minorista en víveres y abarrotes, cacharrería y artículos en general.-

111

3) No existe señalización ni organización vial que reglamente y guíe a los conductores respecto a la dirección que pueden tomar o no dentro del mercado.-

4) Las entradas principales al mercado se encuentran obstruidas por ventas de todo tipo de baratijas y cacharros, no permitiendo el fácil acceso o salida de vehículos.-

4.4.3.2 Vías alternas.

La avenida Pedro de Heredia constituye para la ciudad de Cartagena, arteria principal de tráfico automotor. Su diseño y construcción, sector Cerro San Felipe - Sena, data de más de veinte años, y un poco menos en los sectores Sena - Amparo y Cerro San Felipe - India Catalina.-

Durante la década de los años sesenta, el nivel de funcionamiento de esta vía fué extraordinariamente satisfactorio; pero a finales de esa misma década y a comienzos de la del setenta, empezaron a aparecer signos de tendencia del funcionamiento hacia niveles más bajos, especialmente en el sector Cerro San Felipe - Maria Auxiliadora.-

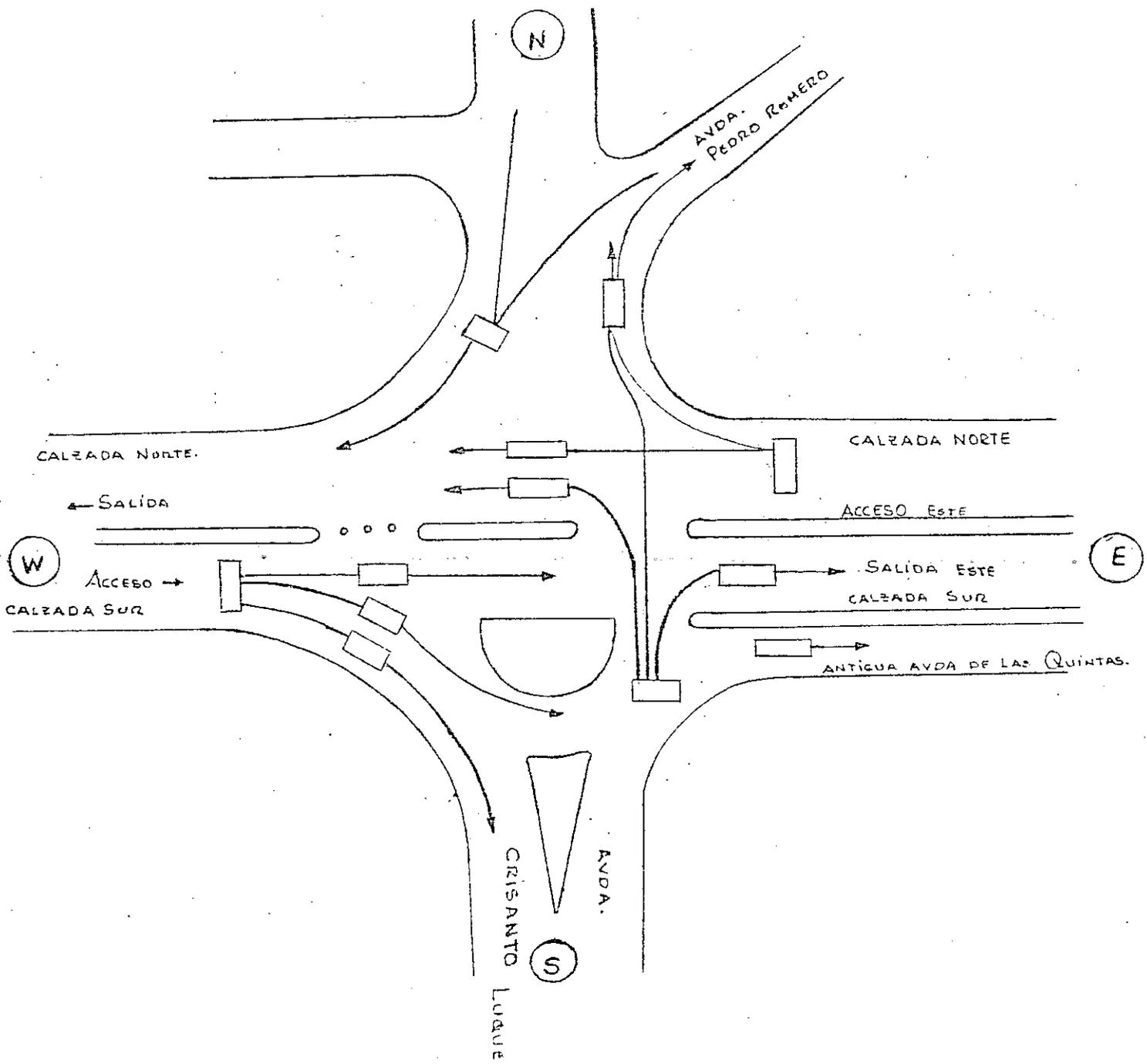
Hoy para el mas desprevenido usuario de la vía, no es un secre-

to el pésimo nivel de funcionamiento que presenta el sector aludido, ni las manifestaciones de incomodidad que con mucha frecuencia se presentan en otros punto de la vía, especialmente frente al mercado de Bazarro y en la intercepción Hielo Imperial.-

El mercado de Bazarro cuenta actualmente con la Avenida Pedro de Heredia, además con una vía auxiliar a la Avenida Pedro de Heredia de siete (7) metros de ancho (antigua Avenida de las Quintas) en mal estado para el descongestionamiento en el tráfico; además cuenta con una vía de acceso a la zona de descargue de nueve metros de ancho que bordea inconclusamente el mercado (Avenida del Lago); Ver plano 4-1.

Actualmente se está ampliando la vía de acceso Este de la calzada Norte (Ver gráfico 4-1) a tres calzadas, desde la distribuidora de licores "Consumares" hasta el frente del templo Adventista; y desde el "Centro Comercial Colonial" hasta el frente de la distribuidora de llantas "Unirroyal". (Ver plano 4-1). La vía de salida Este de la calzada Sur (ver gráfica 4-1) se está ampliando a cuatro (4) calzadas, pero en forma irregular (no conserva la misma amplitud en todo su recorrido) desde el frente de "Unirroyal" hasta el frente del centro comercial "Almacentro", punto donde se bifurca la Avenida para iniciar

ESTUDIO DE TRAFICO
INTERSECCION HIELO IMPERIAL
GRAFICA N° 4-1



el acceso hacia el Bosque y el puente elevado sobre la Avenida Pedro de Heredia, con la correspondiente eliminación del round point, para emplamar con la antigua Avenida de las Quintas (ver plano 4-1) y continuar a cuatro (4) calzadas de 3.5 metros cada una, desde la finalización del puente frente al templo Adventista, hasta la iglesia Maria Auxiliadora; además del traslado del cruce de los buses del Bosque hacia el centro, que cruzará por debajo del puente (altura- Bodegas del Rio) elevado, empalmando con la Avenida Pedro Romero, que ha sido habilitada (Ver plano 4-1).-

Según estudios de tráfico realizados para estudiar las necesidades de tránsito automotor futuro en la Avenida Pedro de Heredia y más concretamente el flujo de vehículos en el cruce de Hielo Imperial y antiguo semáforo de entrada al Bosque, se encontró:

Se escogió la intersección Hielo Imperial para la toma de muestra de volúmenes horarios de tránsito automotor que entra, sale y cruza la intersección (antiguo semáforo de entrada al Bosque frente al mercado) y el que ingresa a la intersección como resultado del giro a la izquierda que efectúa para seguir hacia el centro de la ciudad.-

CUADRO No.4-1

MAXIMO VOLUMEN HORARIO

	HORA 8½ - 9½ A.M.				
	Oct.27 1.982 V.H.Max.	1.987 V.H.Max.	1.992 V.H.Max.	1.997 V.H.Max.	2.002 V.H.Max.
Calzada N Acceso E	837	1.174	1.647	2.309	3.239
Calzada S Salida E	1.063	1.491	2.091	2.933	4.113
TOTAL	1.900	2.665	3.738	5.242	7.352
Calzada N Salida W	694	973	1.365	1.915	2.686
Calzada S Acceso W	1.054	1.478	2.073	2.908	4.079
TOTAL	1.748	2.451	3.438	4.823	6.765
Tráfico que cruza	439	616	864	1.211	1.699

(1) Fórmula utilizada para proyección del tráfico:

$$V.H_f = V.H_i (1 + r)^n$$

V.H_f = Volumen horario futuro.

V.H_i = Volumen horario inicial

r = Rata de crecimiento anual del tráfico.

n = Número de años.

-----0-----

(2) La rata de crecimiento detectada fué de 7%

(3) Composición del tráfico:
Comerciales = 30%
LIVIANOS = 70%

(4) Capacidad de diseño:

Cuadro I-II "Diseño geometrico avanzado" para autopista urbana o sub-urbana en terreno plano, con 30% de vehículos comerciales y carriles de 3.50 metros de ancho de 895 vehículos por hora por carril.-

AVENIDA PEDRO DE HEREDIA

INTERSECCION - HIELO IMPERIAL

El conteo se efectuó en Octubre de 1.982 por estudiantes de Ingeniería Civil de la Universidad de Cartagena y con la dirección del Dr. Ingeniero Hernando Sará Castillo.-

Se obtuvo el siguiente resultado:

Hora de máximo volumen = 8:30 - 9:30 A.M.

Calzada N. acceso E. V.H. máxima = 837 vehículos.

Calzada S. acceso S. V.H. máxima = 1.063 vehículos.

Volumen total en las dos calzadas = 1.900 vehículos/hora

Calzada N. salida W. V.H. máxima = 694 vehículos.

Calzada S. salida W. V.H. máxima = 1.054 vehículos.

Volumen total en las dos calzadas = 1.748 vehículos/hora.

Tráfico que cruza más giro izquierda = 439 vehículos/hora.

Ver cuadro No.4-1

Composición del tráfico:

Vehículos P. = 69,5%

Vehículos SU = 30 %

Vehículos WB = 0,5%

P = Automóviles, incluyendo taxis.

SU = Buses y camiones.

WB = Remolques.

4.4.3.2.1 Crecimiento del tráfico.

Para determinar la rata anual de crecimiento del tráfico se utilizaron datos de conteos manuales efectuados en el mismo sector por el mismo grupo de estudio mencionado en abril 29 de 1.978 y mayo 10 de 1.980, respectivamente, y que dan las siguientes cifras:

Volumen horario máximo en abril de 1978 = 643 vehículos.

Volumen horario máximo en mayo de 1980 = 740 vehículos.

Ver cuadro No. 4-2.-

La fórmula utilizada para la proyección del tráfico es la siguiente:

$V.H_f$ = Volumen horario futuro.

$V.H_i$ = Volumen horario actual.

r = Rata anual de crecimiento del tránsito.

n = Tiempo (período de diseño).

$V.H_f$ = Volumen horario en Mayo 1980

$V.H_i$ = Volumen horario en abril 1978.

n = 1980 - 1978 = 2 años.

r = ?

Luego aplicando la fórmula $r = 0.07 = 7\%$

178

CUADRO No. 4-2

CONTEO MANUAL DE TRAFICO

SECTOR MARIA AUXILIADORA HIELO IMPERIAL FUENTE : DEPARTAMENTO DE VIAS
 FACULTAD DE INGENIERIA CIVIL.

OBSERVADOR	FECHA	VEHICULO	8-9	9-10	10-11	TOTAL	PROMEDIO	%
Federico Vega		P.	456	476	410	1.342	449	69.5
Jesús Martínez	Abril	SU	221	196	160	577	193	30.
Orlando Fonseca	29/82	WB	4	4	2	10	3	0.5
Julio Castro.		TOTAL	681	676	572	1.929	643	
Antonio Espinosa	Mayo	P.	566	500	516	1.582	527	71.
Piedad Gómez	10/80	SU	242	215	180	637	212	28.6
		WB	1	1	0	2	1	0.4
		TOTAL	809	716	696	2.221	740	

Fuente: Departamento de Vías.-

Para tener una mejor idea de como crecería el tránsito y tomar decisiones en cuanto a etapas de construcción se refiere, se calculó el tránsito futuro en cinco, diez, quince y veinte años para cada una de las corrientes estudiadas.-

4.4.3.2.2 Tránsito futuro.

V. H. Máx. 1987

V. H. Máx. 1992

V. H. Máx. 1997

V. H. Máx. 2002

CALZADA N. ACCESO E.

n = 5 años 1987

V.H.Máx. 1987 = $837 \cdot (1+0,07)^5 = 1.174$ Veh.

V.H.Máx. 1992 = 1.647 Veh.

V.H.Máx. 1997 = 2.309 Veh.

V.H.Máx. 2002 = 3.239 Veh.

CALZADA S. SALIDA E.

V.H.Máx. 1987 = 1.491 Vehículos.

V.H.Máx. 1992 = 2.091 Vehículos.

V.H.Máx. 1997 = 2.933 Vehículos.

V.H.Máx. 2002 = 4.113 Vehículos.

Para mejor ilustración, ver cuadro No. 3-1.-

2) El traslado del cruce de los buses de Bosque hacia un punto más alejado del mercado (Bodegas del Río), soluciona el problema de congestión en el tramo que tendrá el puente elevado, pero trasladará la congestión a dos puntos importantes: Al empezar la elevación del puente y al finalizar el mismo.-

3) Todo proyecto debe consultar a estudios serios realizados por expertos: la ampliación de la Avenida se está haciendo en forma irregular, ya que mientras en cierto tramo el carril o carriles adicionales miden 3,50, en otro, el carril no alcanza los 3,00 metros; lo que lógicamente causará el irregular avance del flujo de vehículos.-

4) Al poner en práctica la idea de utilizar el carril más cercano de la Avenida Pedro de Heredia al mercado o utilizar el carril que bordea el mismo para el tráfico de buses urbanos, haciendo uso de un separador para ese carril, se estarán creando dos problemas: a) Una interminable fila de bu-

ses tratando de bordear el mercado, que en última instancia afectarán el tráfico automotor particular. b) Que los vehículos particulares y los buses interurbanos que parquean en la plazoleta de Unirroyal, se les obstruya: a los primeros el acceso por las entradas principales al mercado; a los segundos tanto el fácil acceso como la salida.-

4.4.3.2.3 Capacidad de diseño de la vía.

Según el profesor Armando Robert en su libro "DISEÑO GEOMÉTRICO AVANZADO", la capacidad de diseño para autopista urbana o sub-urbana en terreno plano con un 30% de vehículos comerciales y carriles de 3,50 m. de ancho, es de 895 vehículos por hora por carril.-

De acuerdo con la apreciación anterior y sin tener en cuenta la influencia de la intercepción Hielo Imperial ni la operación de cargue y descargue de pasajeros de los buses, la necesidad de la vía sería:

Hasta 1987 = Cuatro canales.

Hasta 1992 = Cinco canales.

Hasta 1997 = Seis canales.

Hasta 2002 = Ocho canales.

Relacionado todos los aspectos anteriormente anotados y comparandolo con lo existente y en construcción en este momento en el tramo de la Avenida Pedro de Heredia frente al mercado público de Bazurto y el cruce de Bosque, hasta Maria Auxiliadora, llegamos a las siguientes conclusiones:

- 1) La Avenida Pedro de Heredia con sus siete canales actualmente; tres en la vía de acceso y cuatro en la vía de salida en el tramo señalado, no son suficientes para evitar la congestión en el sector.-

4.4.4 Zonificación.

Actualmente el mercado está agrupado según afinidad de productos como lo muestra el cuadro 4-3 y zonificado según actividades como lo muestra el cuadro 4-4.- Según agrupación de actividades por afinidad de productos, las actividades deben estar agrupadas según el cuadro 4-3, pero ubicadas en la zona respectiva asignada a ellas.- Cosa que no sucede actualmente en la mayoría de las actividades, encontrandose ventas de todo tipo diseminadas por todo el mercado, por no existir una delimitación de espacio para el desempeño de cada actividad (ver plano 4-2).-

Si observamos el plano 4-2, se corrobora el desorden y ausencia de políticas definidas en cuanto a zonificación y asignación de áreas de venta, así:

- a) La actividad I: Constituida por las ventas de carnes de res, cerdo, aves, hígado, mondongo y afines (ver cuadro 4-3), que estando zonificadas, también encontramos venta de estos productos en las zonas de depósitos, de pescado fresco y en la plazoleta Unirroyal; actividades que deberían estar ubicadas en la zona I.
- b) La actividad II: Constituida por granos, pájaro, maíz, frijoles y afines. Si observamos el plano coloreado, encontramos ventas de este tipo en la zona de pescado fresco, carnicerías y en las zonas destinadas para ventas miscelaneas. Ver cuadro No.4-3 "Agrupación de Actividades" y cuadro No.4-4 "Actividades agrupadas por cada zona en el mercado de Bazurto".
- c) Actividad III: En la cual se encuentran las frutas y limones. Estas ventas no están zonificadas y se encuentran en la zona para graneros, depósitos, sector Acoviva y en las zonas destinadas para ventas miscelaneas. La actividad anterior debería estar ubicada en el pabellón central.-

- d) Actividad IV: Constituida por plátanos y cocos. Esta actividad si tiene una zona asignada; pero observamos que también se han establecido ventas de platanos y cocos en la zona de pescado fresco, graneros, depósitos, entrada al Bosque y zona destinada para la venta de miscelaneas, como se observa en el plano 4-2.-
- e) Actividad V: Ventas de pescado fresco y mariscos; existiendo una zona destinada a la venta de este producto; muchos vendedores de pescado fresco se encuentran en la carbonera, zona de depósitos y de cerdo.- Es importante anotar que la zona asignada para la venta de este producto no es la ideal, por encontrarse en el pabellón central, rodeado de ventas de otros productos; actividad que debería estar localizada a la orilla del caño, lejos de las demás actividades.-
- f) Actividad VI: Pescado frito y yuca sancochada, bollos, casabe y fritangas. Aún existiendo una zona destinada para el expendio de estos productos, muchos se encuentran localizados en diferentes zonas, a saber, depósitos, carnicerías, cerdo plazoleta Unirroyal, entrada al Bosque; como lo muestra el plano 4-2. Por lo que se hace necesario reubicarlos a la zona asignada para estas actividades (Zona VI).-

Si seguimos observando deternidamente la localización de ventas

CUADRO No. 4-3
AGRUPACION DE ACTIVIDADES
MERCADO DE BAZURTO

Z O N A.	A C T I V I D A D E S.
I	Carne de res, cerdo, aves, hígado, mondongo y afines.
II	Granos, pájaros, maíz, alpiste, frijoles y afines.
III	Frutas y limones.
IV	Platanos y/o cocos.
V	Mariscos.
VI	Pescado frito, yuca sancochada, fritangas, bolloscasabe.
VII	Aceite y manteca.
VIII	Tuberculos (ñame, yuca, papa, etc.).
IX	Venta de comidas y restaurantes.
X	Mercancía nacional, ropas, cosméticos, telas, cacharros, telas, cristalería, artesanías, joyerías, tabacos, dulces.
XI	Droguerías y barberías.
XII	Refrigerios en general, heladerías, licores y cocteles.
XIII	Depósitos, cuartos fríos, piladoras, molinos y bodegas.
XIV	Talleres, relojerías, marcos, zapatería, chatarras, afiladoras, llaves, sastrería, carpintería y ferreterías.
XV	Juegos, chance y bazares.
XVI	Papelería, libros, revistas, cuentos y periódicos.
XVII	Panes, tintos y huevos.
XVIII	Cassettes y discos.
XIX	Canastos, cascarones, totumas, esteras y plantas.
XX	Viveres.
XXI	Verduras, hortalizas y vijáo.
XXII	Puestos cerrados.
XXIII	Bolsas y sacos.
XXIV	Calzados.
XXV	Oficinas.
XXVI	Venta de gallinas y afines.
XXVII	Lácteos (quesos, etc.).
XXVIII	Mangles.
XXIX	Carbones y gas.
XXX	Vendedores ambulantes.

Fuente: Administración Mercado de Bazurto, Noviembre 19 de 1.982, Cartagena.-

ségún su actividad en las diferentes áreas y zonas dentro y fuera del mercado; como lo muestra el plano 4-2; concluimos que ninguna escapa al desorden, ocasionado la mayoría de las veces por ausencia de políticas definidas al respecto, como de la incapacidad administrativa, frente a estos problemas.-

- Pescado frito, yuca sanchochada, casabes y bollos.
- Carnes en general.
- Pescado fresco.
- Granos.
- Verduras y hortalizas.
- Frutas y limones.
- Víveres y abarrotes minorista y mayorista.
- Manteca y aceites.
- Comidas.
- Miscelaneos (cristalería, mercancía nacional, charrería, plásticos, cosméticos, artesanías, joyas, tabacos y dulces).-
- Vendedores ambulantes (zona dura).
- Farmacias.
- Calzados.

-  Mangles.
-  Depósitos, cuartos frios y piladoras.
-  Refrescos, jugos.
-  Talleres, marqueterías, relojerías, etc.
-  Carbonera.
-  Puestos cerrados.

4.4.5 Zonas de descargue y de parqueo.

La zona de descargue está localizada en la parte posterior del mercado, frente al barrio Martínez Martelo. Esta zona cuenta con adecuadas vías de acceso, como la transversal 23 y la Avenida del Lago.-

Las zonas de parqueo son: Una situada en la plazoleta Uniroyal, cerca a la Avenida Pedro de Heredia, y otra frente a las bodegas de Calzado y cristalerías.-

La plazoleta de Uniroyal está invadida por los buses intermunicipales y había sido designada para parqueo de vehículos de la población compradora, además se encuentran allí venta de panes, ar-

tículos eléctricos, plásticos, chazas de confites y otros vendedores, lo que limita a muchos compradores que poseen vehículos a realizar sus compras en Bazurto. La zona que había sido asignada para el descargue y cargue de buses intermunicipales, es la situada diagonal a ACOVIVA, es hoy más utilizada para las ventas ambulantes que para lo que fué diseñada y designada. También el parqueadero frente a las bodegas de calzado, se encuentra reducido a seis (6) carros, debido a factores ya anotados, además es importante anotar que en el mercado no existen otras zonas donde se pueda dejar un vehículo libre de robos y desvalijamientos.

4.4.6 Servicios.

Los servicios públicos en Bazurto fueron diseñados para satisfacer eficientemente las necesidades en un mercado sectorial; hoy después de un giro en sus objetivos y ante la gran cantidad de adjudicatarios que deben servir, se han quedado cortos para ser prestados en forma racional y eficiente.-

4.4.6.1 Agua.

Gozaría de redes de acueducto, como es natural con buen abastecimiento de la red municipal, con servicio para lavado, hidrantes sanitarios y otros, además de la relación grifo-local.- -

Lo anterior se cumplió en la mayoría de los locales que requerían de este servicio en mayor magnitud (carnes y pescados), pero por falta de una estricta vigilancia, control y mantenimiento en su uso, muchos de estos grifos y tuberías fueron robados o deteriorados, otros grifos fueron sellados por parte de sus adjudicatarios para evitar las fugas de agua. Actualmente muchos adjudicatarios (locales) carecen del servicio, haciéndose necesario caminar a otra zona y comprarla.-

Con base en la encuesta realizada a los adjudicatarios en el mercado de Bazurto, podemos determinar la magnitud y eficiencia con que se presta este servicio. El 43.7% lo calificaron como malo, el 22.2% lo calificó "regular, y sólo el 18.5% lo calificó como "bueno" por tenerlo instalado ilegalmente y otros porque necesitan utilizar muy poca agua para la realización de sus labores diarias.-

4.4.6.2 Energía.

Servicio diseñado con suficiente capacidad para que los adjudicatarios pudieran instalar sus refrigeradores y equipos electrodomesticos necesarios, todo de acuerdo con las últimas normas existentes.-

Contaría según el proyecto inicial con alumbrado exterior e interior suficiente y abundante, para facilitar la vigilancia nocturna, además de la relación contador-local.-

Actualmente todo esto se violó; es así como sólo un sector de él (parte interna) cuenta con servicio de energía instalado oficialmente y registrado por un sólo contador, para luego prorratear los costos entre los usuarios. En la parte exterior los que tienen el servicio es porque lo han instalado por su cuenta y riesgo, tomándola de contrabando, del alumbrado público.-

Detectamos las siguientes fallas en el suministro del servicio:

- a) Por no existir la relación contador-local, siempre existirán las quejas y diferencias de opiniones en los adjudicatarios en cuanto a la contribución individual, ya que mientras muchos pagan por mantener normalmente iluminado su negocio, otros hacen mal uso del servicio, instalando toda clase de aparatos, no contribuyendo justamente en el pago.-
- b) Por otra parte se han sucedido robos por falta de alumbrado suficiente en algunas zonas como el sector de vendedores ambulantes por el sindicato y la zona de pescado fresco.-

c) La administración del mercado público ha tratado de evitar que se sigan instalando negocios de todo tipo en la parte exterior, más concretamente en la zona de entrada al bosque, que instalaron su energía ilegalmente y mantienen funcionando sus negocios (tomaderos y cantinas), hasta altas horas de la noche. Pero a pesar de conocer el problema la Electrificadora de Bolívar dice que ellos no se arriesgan privando a esos locales de la energía, a pesar que perjudican las ventas interiores del mercado público que sí contribuyen con el pago del servicio.-

4.4.6.3 Alcantarillado.

Este servicio según el proyecto inicial, se está prestando con tubos de 4 y 6 pulgadas, para desagües pluviales, aguas negras, aguas de lavado y otras.-

Las aguas lluvias descargan en el caño de Bazurto y las aguas negras, en el alcantarillado sanitario de la ciudad; todo según el proyecto inicial.-

Con el aumento de vendedores e instalación de otros locales que utilizan los servicios, en condiciones normales y de llu-

vias, este sistema no alcanza a evacuar rápidamente estas aguas. Lo anterior obedece:

- a) Mal diseño y construcción de las redes de alcantarillado.
- b) Faltó previsión para el número de puestos y vendedores que debería albergar el mercado de Bazurto.
- c) Falta de mantenimiento y limpieza de las tuberías, falta de coladeras y nivelación del terreno con relación a las redes, lo que ha provocado inundación de vías carretables, peatonales y su deterioro rápido.-

Según el censo a adjudicatarios realizado en Septiembre 1983; el 55.5% calificó este servicio como "malo", el 19.2%, "regular" y sólo el 15.5% dijo que el servicio es bueno. Ya que como bien sabemos en el mercado hay algunas zonas con ventaja en el nivel respecto al caño.-

4.4.6.4 Vigilancia.

Este servicio se inició prestandolo la policía nacional en compañía del Ejercito durante el día y por celadores dependien-

tes de las Empresas Públicas Municipales de Cartagena, durante la noche.-

Por razones de tipo financiero, este servicio se presta únicamente con la colaboración de la Policía Nacional, que suministra 20 policías y un Jefe de grupo, distribuidos en grupos de 10, para el día y 10 para la noche.-

Si se tiene en cuenta el número de locales en el mercado público y su área total; además de la zona residencial aledaña en mal estado (motivo de preocupación-Barrio Chino), concluimos que diez (10) policías son insuficientes para mantenerlo vigilado y por lo tanto la desenfrenada ola de robos y saqueos es difícil de controlar.-

Lo anterior preocupando a muchos de los usuarios quienes han tenido que contratar celadores particulares, teniendo que correr con el doble cargo por el pago de servicio de vigilancia. Según la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes datos:

El 50.3% calificó el servicio como "malo", el 20% como "regular" y el 19.3% lo calificó como "bueno"; el porcentaje restante no contestó.-

4.4.6.5 Aseo y Recolección.

En el proyecto inicial para la conservación en estado de limpieza el mercado público se colocarían cuatro (4) aseadores en forma permanente que tendrían a su cargo dichas funciones, para lo cual se colocarían tanques de 55 galones montados sobre rodajas en los cuales se depositarían los desperdicios y basuras por la ciudadanía y cuando ello fuera posible y necesario, los operadores deberían recogerlos y verterlos en el tanque de concreto de que hablamos a continuación:

Conforme se vayan llenando los tanques, se van desplazando a la altura del depósito que se proyectó construir en concreto en forma de cono truncado, cuya boca interior llevaría una tapa que se abriría por medio de palancas o mandos manuales a base de palancas. La boca inferior estaría a una altura mínima de un metro sobre la parte superior de la chaza o volco, y en la parte superior habría acceso por medio de una rampa para facilitar el volteo de los tambores de basura. Cuando el contenedor se hubiera llenado de basura, bastaría la manipulación de la palanca de descargue para que las basuras se depositaran en las chazas de las volquetas; se estimó que cada contenedor de basura podía tener una capacidad de 3.5 a 4.5 metros cúbicos de basura, permitiendo su ubicación el fácil

acceso de las volquetas a cualquier hora del día o de la noche.

Este servicio inicialmente era realizado con doce (12) obreros de barrido; actualmente esto se realiza con 43 obreros de barrido y un ayudante de recolección, y no se ha logrado la construcción del depósito de concreto, ni se han colocado tanques con rodajas como ocurrió inicialmente; que por la falta de vigilancia desaparecieron.-

Actualmente el servicio se presta manualmente y con la ayuda de tanques tirados por obreros, ya que una barredora industrial que se utilizaba inicialmente, hoy se encuentra fuera de servicio.-

Vemos pues como por ausencia de políticas al respecto y falta de vigilancia, los locales carecen de tanques en sus frentes, y tienen que arrojar sus basuras al frente de sus locales convirtiéndolo en un foco de insalubridad y contaminación.-

El 53.3% calificó el servicio como malo, el 31.8% como regular y el 14% (21), dijo que el servicio en su zona era prestado eficientemente, lo anterior debido a las características de los productos que se comercian en las diferentes zonas.-

(21) Encuesta a adjudicatarios en el mercado de Bazurto, Sept.1983.-

4.4.6.6 Teléfono.

Contaría con este servicio: La Administración, los locales que lo solicitaran, como herramienta indispensable para algunas transacciones comerciales, además de teléfonos públicos dentro del edificio y fuera. Estos últimos quedaron en el papel, ya que como todos sabemos es un servicio indispensable para solucionar en forma oportuna cualquier emergencia.-

4.4.7 Seguridad.

Al consultar a la población compradora en el mercado de Bazurto acerca de las desventajas de comprar en él, LA INSEGURIDAD ocupó el 3er lugar entre los factores negativos, el 15.81% de la población dijo que era el factor principal que los limitaba a realizar sus compras en el mercado de Bazurto. Ya que allí se encuentran raponeros, carteristas y hasta ladrones especializados en extraer los productos de la bolsa o canasta del desprevenido comprador.-

4.4.8 Comodidad.

La comodidad en el mercado de Bazurto se desconoce una vez que se está en su interior, y el que lo frecuenta sufre incomodida-

des, sacandole el cuerpo y esquivando las carretillas, el manoteo del vendedor de pescado, tomates y otros. Saltar el charco que se halla en la mitad de la vía, cuidando de no pisar los productos del vendedor que burlando los patrones generales, se sale del andén para colocar sus productos más a la vista.-

Al preguntar a los compradores en el mercado acerca de las desventajas de comprar en Bazurto, el 17.64% respondió que la incomodidad era el factor negativo más importante que les llevaba a no frecuentar el mercado de Bazurto.-

4.4.9 Rapidez en la compra.

Al llegar al mercado de Bazurto a realizar las compras, el ama de casa se enfrenta además de los problemas anteriores a contratiempos de otra clase como: Demora en el acceso al mercado por la falta de entradas que la conduzcan en forma rápida a la zona que desea llegar, desorientación acerca de la ubicación de los productos, largas distancias entre la adquisición de un producto y el siguiente y luego el difícil abordaje del transporte.-

Lo anterior según encuesta a amas de casa en un Barrio cercano al mercado (Pié de la Popa), representa para ellas, desde el momento en que sale de su casa hasta el momento que regresa, un

promedio de 1:45 minutos, es decir, casi media jornada normal del trabajo de la mañana de un ama de casa.-

5. PROPUESTA DE SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS EN EL MERCADO DE BAZURTO.

Los problemas en el mercado de Bazurto han llegado a tal magnitud, tanto para los usuarios como para sus adjudicatarios, que se han traducido en la apatía de los primeros a frecuentarlo y en el abandono y mora en el pago de impuestos de los segundos, ante la incapacidad administrativa de buscar soluciones viables.-

En el presente capítulo nos corresponde plantear soluciones a cada uno de sus problemas, no olvidando en ningún momento que Cartagena tiene un Plan de mercadeo de alimentos y que sólo se construyó la primera etapa contemplada en él. Con la pujanza con que viene creciendo la ciudad de Cartagena, es necesario hacer un análisis exhaustivo de este plan y ponerlo en práctica.-

Estas soluciones las propondremos teniendo en cuenta los aspectos que como se presentan actualmente, se ajustan más a una solución de tipo sectorial que a una central.-

5.1 CAPACIDAD Y EXTENSION.

5.1.1. Capacidad.

Como dijimos en el capítulo anterior al evaluar este punto; el mercado está ocupado actualmente en mayor cantidad de vendedores que lo que sus capacidades pueden albergar en condiciones normales; lo que lo ha colocado ante la incapacidad de atender eficientemente a la población en condiciones de hacer uso de sus servicios de comercialización de alimentos lo que se hace necesario desconcentrarlo, para desplazar gran parte de estas actividades hacia otros centros de compra (las otras soluciones sectoriales).-

Teniendo en cuenta lo anterior, se hace necesario:

- a) Poner en práctica las otras soluciones sectoriales, según lo contempla el plan de mercadeo de Alimentos de la ciudad (ver capítulo 3, antecedentes del mercado de Bazurto), además de la construcción de la central de abastos.-
- b) Implantar los mercados móviles, que tanto éxito han tenido en Bogotá por iniciativa de CORABASTOS y en otras ciudades capitales como Medellín y Girardot.

c) Con la puesta en marcha de los puntos anteriores, el mercado de Bazurto atendería eficientemente las necesidades de compra del sector, es decir ajustarlo a un mercado sectorial.-

d) Una vez logrado los puntos anteriores se estarían abriendo automáticamente otros polos de atracción comercial en la ciudad, con el fin de lograr su crecimiento y desarrollo armonico y equilibrado.-

5.1.2 Extensión.

Habíamos concluido al evaluar este punto en el capítulo anterior, que es conveniente hacer una revisión del plan para eliminar las tensiones existentes en la zona, por la falta de terrenos hacia donde expandirse y por la concentración y promiscuidad de actividades en la zona. Teniendo en cuenta las apreciaciones anteriores consideramos como solución:

a) Ajustar el mercado público de Bazurto a un mercado sectorial; para detener su crecimiento.

b) Lo anterior debe ir acompañado de la continuación del programa de comercialización de alimentos para la ciudad de Cartagena.-

Las propuestas anteriores son las más viables, teniendo en cuenta que las Empresas Públicas no gozan de una situación financiera atemperada para embarcarse en un proyecto que conduzca a la adquisición de terrenos para uso del mercado de Bazurto, que necesariamente tendría que expropiar; con la correspondiente consecuencia de aumento de tensión en la zona. Consideramos que el tamaño con que cuenta el mercado de Bazurto actualmente es ideal para un mercado sectorial y que bajo estas condiciones no afectaría desde ningún punto de vista el normal desarrollo de la zona.

5.2 TAMAÑO Y LOCALIZACION.

5.2.1 Tamaño.

Habíamos concluido que 11.36 hectareas es un tamaño óptimo para un mercado sectorial y que el tamaño mínimo para un mercado central debe ser de 25 hectáreas; como es muy difícil, costoso, dispendioso y afectaría tanto a la población circunvecina, como al normal desarrollo de la ciudad y del sector, la ampliación a ésta área para hacer eficiente el mercado de Bazurto como mercado central, consideramos que en cuanto al tamaño, la solución es:

- a) Conservar el tamaño actual para el mercado de Bazurto, para que funcione únicamente como mercado sectorial.
- b) El punto anterior sólo se lograría construyendo los otros mercados sectoriales contemplados en el plan, además de la central de abastos.-

5.2.2. Localización.

En cuanto a la localización del mercado de Bazurto, en el capítulo anterior, al evaluar su localización, se dijo que está emplazado en la parte más estrecha de entrada a la ciudad y que en su condición actual de mercado central afecta el normal despliegue comercial y el normal flujo vehicular en la zona; pero que su localización como mercado sectorial, es ideal.-

Teniendo en cuenta el lugar en donde se encuentra localizado el mercado de Bazurto y los problemas que está causando al normal desarrollo comercial de la ciudad, proponemos:

- a) Que no siga funcionando como mercado central, sino únicamente como una solución del sector. Con la correspondiente puesta en marcha de las otras soluciones sectoriales de que se ha hablado.-

CUADRO Nº 4-4

ACTIVIDADES
AGRUPOADAS
POR CADA UNA DE LAS
ZONAS DE

MERCADO
BASURTO

ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOTAL
AVICULTURA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	300
FRANERO ZONA 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	60
FRANERO ZONA 2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	162
FRANERO ZONA 3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	30
VERDURAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	40
DEPOSITOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	131
DESCARGUES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	19
REGULANES (MOLINATO)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	257
SECO FRESCO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	240
CARNICERIAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	155
GALLINAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	19
CUAROS FRIOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	257
PIRAMIDALES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	240
LACTEOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	155
TANQUES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	19
CERDO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	18
PLATANOS Y COCOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	26
FINOS Y COCOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	11
LAB Y FARIANCIAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	102
ACOVIVA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	95
BURGAS DE CALZADO O'S	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	101
RESINERIAS, COCA Y OTROS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	25
BURGAS PARA ENVAZANTES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	227
MANGLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	17
CARBONEIRAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	56
MISCELANEAS 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	11
MISCELANEAS 2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	19
MISCELANEAS 3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	14
TOTAL ACTIVIDADES ASRU- FUERA DEL MERCADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	336
MAROLETA Chierroyal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	277
MANA DEL BOSQUE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	55
MANA PRINCIPAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	175
TOTAL ACTIVIDADES ASRU- FUERA DEL MERCADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	135
TOTAL ACTIVIDADES A- DENTRO Y FUERA DEL MERCADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	361

FUENTE: ADMINISTRACION BASURTO DIC/83.

b) Erradicar todos los comercio localizados en la Avenida Pedro de Heredia, que de acuerdo con su actividad, no cuentan con zonas de parque, cargue y descargue de productos y que afectan actualmente el normal avance del flujo automotor.-

5.3 PLANTA DE PERSONAL Y ADMINISTRACION.

Como anotamos en el capítulo anterior, el número de obreros y personal en los diferentes niveles, es suficiente para mantener al mercado de Bazaruto en condiciones óptimas, pero que muchas de las fallas que se presentan en el eficiente cumplimiento de las funciones y extralimitación en las mismas, se debe a fallas administrativas. Para lograr un mayor control sobre las funciones de cada empleado en su cargo, proponemos:

- a) El administrador del mercado debe estar en constante actualización en materia de mercados, no solamente teórica, sino actuar acorde a las experiencias vividas en mercados de ciudades importantes del país, comparando sus costumbres e idiosincracia para actuar de la manera más eficiente ante los problemas que se presentan en el mercado público de Bazaruto.-
- b) Afianzar a los empleados de confianza y que están en contacto directo con dineros, auditoría y material contable, para evitar

fraudes y sancionar a quien los cometa.

c) Dotar al administrador de Bazurto de las herramientas administrativas necesarias, para que éste sea autónomo en su cargo y no dependa directamente del concepto de funcionarios de las diferentes dependencias de las Empresas Públicas, sino que actúe acorde con su experiencia directa en otros mercados y en el suyo; que antes de actuar ordenes y tomar conceptos sea un elemento dinámico que lleve propuestas ante la junta directiva y Gerente general.-

d) Dentro de las herramientas del punto anterior, debe existir un manual de funciones actualizado; que permita al administrador velar por el cabal cumplimiento de las funciones de sussesubalternos y controlarlos para evitar la extralimitación de las mismas.-

e) También debe dotarse al administrador de un manual de procedimiento; que permita revelar en forma clara el conducto regular, pasos y requisitos para llevar a cabo cualquier actividad, diligenciamiento y trámite de documentos, para evitar y detectar con facilidad las situaciones dolosas.-

f) Establecer políticas claras y precisas en coordinación con la Alcaldía Municipal de Cartagena y las Empresas Públicas Municipales, que no vayan en detrimento del fin último de un mercado de

alimentos, de su situación financiera; y que no pongan en duda la idoneidad del administrador del mercado de alimentos.-

5.4 INFRAESTRUCTURA FISICA.

5.4.1 Areas de Venta.

5.4.1.1. Interiores.

5.4.1.1.1 Pabellón central.

Habíamos anotado en el capítulo de evaluación, en lo referente a las áreas interiores y el pabellón central, que al agrupar actividades en esta zona no se han tenido en cuenta factores básicos en cuanto a características generales de los productos, y que existen fallas al organizar el pabellón central, lo que desemboca en la desorientación del consumidor al realizar sus compras; para solucionar las fallas existentes en la zona, organizarla y ubicar en ella las ventas que deberían estar allí; proponemos lo siguiente:

- a) Erradicar todas las colmenas, puestos y depósitos techados que se encuentren dentro del área techada en este pabellón, y reubicarlos en los alrededores de este pabellón.

- b) Agrupar en este pabellón todas las ventas de verduras, frutas y hortalizas, además de los tubérculos.-
- c) El punto anterior se logrará con la construcción en esta zona, de mesas de concreto con depósitos o baúles en su parte inferior para guardar los enseres; pudiendo dejar sus productos en el sitio de exhibición, cubiertos con cualquier impermeable.-
- d) Dotar este sector de un sistema de ventilación que permita mejor conservación de estos productos y haga menos caluroso el sector.-
- e) Mantenimiento permanente en el alumbrado interno de este pabellón, que en el momento se encuentra en mal estado.
- f) Para lograr el punto c), se debe dotar el sector de un buen sistema de vigilancia, que reglamente la misma hora de entrada y salida de todos los vendedores, para evitar la sustracción de productos de las mesas.-

5.4.1.1.2 Merenderos.

Como se pudo ver en el punto 4.4.1.1.2, la venta de comidas

en esta zona estuvo bien concebida, pero que por falta de control y vigilancia para que no se instalaran ventas de comidas en otros sitios del mercado; hoy se encuentra ocupada por pocos vendedores y la mayoría los abandonó, quedando en deuda por concepto de impuestos. Con el fin de darle vida a esta zona, evitar la mora en el impuesto y reactivas sus ventas, se debe poner en práctica lo siguiente:

- a) Agrupar todas las ventas de comidas o alimentos cocidos que se encuentran atomizadas por todo el mercado y ubicarlas en esta zona de merenderos, que es la asignada para ello.
- b) Cerrar el negocio y multar a toda persona que instale ventas de comida en otro sitio que no sea el de merenderos.
- c) Mantener bien aseado e iluminado este sector para hacer más atractiva su actividad.-

5.4.1.1.3 Carnicerías.

Al evaluar este sector se llegó a la conclusión, que este pabellón no cuenta con callejones suficientes para la evacuación rápida de compradores, el sistema de ventilación es deficiente, no existe un sistema de refrigeración para conser-

vación del producto y que las ventas ambulantes de carnes que obstruyen y acaparan al comprador en las entradas al pabellón son ocasionadas y fomentadas por algunos propietarios de puestos en este pabellón; para solucionar los problemas en este pabellón encontramos como viables la puesta en práctica de los siguientes puntos:

- a) Controlar y sancionar a los vendedores ambulantes que sitúen mesas, cajones o puesto en las entradas de los pabellones de carne.
- b) Sancionar con multa, cierre o adjudicación de puesto a otro vendedor; a todo adjudicatario de puesto dentro del pabellón que promueva o entregue carnes a vendedores para que deambulen o manoteen al cliente a la entrada de los pabellones para su acaparamiento.-
- c) Dotar de grifos a cada puesto y reparar el sistema de desagüe en este pabellón para facilitar la evacuación de las aguas de lavado de carnes, en esta zona.-
- d) Dotar este pabellón de ventilación en la parte superior, para evitar la rápida descomposición de las carnes y posibles resfriados.-

e) Hacer democrático el servicio de cuartos frios, siendo administrado por los gremios de carniceros y otros gremios que necesiten de este servicio, de acuerdo a los productos que expendan.-

f) Reemplazar el uso de picado manual, por sierras eléctricas, por ser más rápidas, higiénicas y prácticas.-

5.4.1.1.4 Pescado fresco.

Habíamos dicho que la venta de pescado fresco de acuerdo a la experiencia vivida en los mercados públicos en el mundo, se acostumbra a ubicar en las partes laterales y cerca a caños, ríos, puertos de desembarque y bahías; teniendo en cuenta la ubicación actual de las ventas de pescado en el mercado de Bazurto y los problemas que causan en la actualidad; proponemos solucionarlos de la siguiente forma:

a) Ubicar las ventas de pescado en la orilla del caño de Bazurto, detrás del mercado, entre la zona de mangles y la carbonera.-

b) Agrupar en el sitio desocupado por las ventas de pescado, las ventas de carnes de cerdo, ponche, conejos, venado,

mondongo y gallina pesada.-

c) Para cumplir el punto a) en forma eficiente, se deben construir a la orilla del caño, puestos en ladrillo, cubierto por baldosines; además de grifos por cada mesa, que deberán estar techadas a un mismo nivel y en material común a todas.

5.4.1.1.5 Area de vendedores ambulantes (Sindicato).

Al evaluar esta zona en el capítulo anterior se llegó a la conclusión, que por encerramiento de ella, falta de vías de acceso, iluminación, adecuación del terreno y negligencia de la Administración Bazurto y Empresas Públicas Municipales de Cartagena de hacerla más atractiva, esta zona "nació muerta". Para hacer más atractivas las actividades comerciales en esta zona y darle vida, proponemos poner en práctica lo siguiente:

a) Expropiación de las seis familias que se encuentran ubicadas al lado del "Almacén La Colombiana" y frente a esta zona, con el fin de darle acceso directo a la Avenida Pedro de Heredia y poder hacer el uso requerido de estos terrenos (futuras ampliaciones del sector).-

- b) Darle acceso a la zona anterior mediante la ampliación desde la bifurcación de la carrera 26A (ver gráfica entrada principal Bazurto) hasta la transversal 23 (entrada del Bosque).-
- c) Adecuación del área (vendedores por el sindicato), a través de la nivelación del terreno y relleno adecuado, para evitar su inundación.-
- d) Dotar esta zona de una red de alumbrado suficiente para facilitar la vigilancia nocturna.-
- e) Una vez reorganizada la zona, esperamos desaparezca en forma automática los puestos utilizados para actividades degradantes y quienes han arrendado sus puestos para vivienda, los utilicen para actividades comerciales.-
- f) Hacer mantenimiento permanente de barrido y recolección de basuras, ya que el servicio se presta actualmente en forma deficiente.-

5.4.1.2. Areas exteriores.

Habíamos concluido en el capítulo anterior al evaluar estas

áreas que existe falta de coordinación entre las entidades encargadas de velar por el establecimiento de negocios de acuerdo a la zonificación del mercado y acorde con un plan de desarrollo de la ciudad.- Por atraso en la adquisición de terrenos aledaños al mercado, hoy la mayoría está en manos privadas, quedando el mercado sin terrenos para futuras ampliaciones.- Además de la promiscuidad de actividades en las afueras del mercado. Para subsanar las fallas anteriores encontramos como viables las siguientes propuestas:

- a) No seguir otorgando licencias ni permisos a negocios que por sus características y actividades, afecten las ventas internas en el mercado.-
- b) No permitir la construcción de locales que dificulten la visibilidad del mercado público, ni afecten el fácil acceso a él.-
- c) Hacer todo lo posible por adquirir estos terrenos que con el correr del tiempo se hace más difícil su compra; que bien podrán servir para futuras ampliaciones del mercado público de Bazurto.-

5.4.2 Areas de expansión.

Al evaluar las áreas de expansión en el capítulo anterior se detectó que el mercado de Bazurto carece actualmente de áreas disponibles para expandirse, y que además se hace costosa la adquisición de terrenos por encontrarse ocupados por varias familias en el Barrio Chino; por lo tanto teniendo en cuenta los problemas que crearía la expansión del mercado público y lo costoso de la expropiación proponemos:

- a) Que el mercado público de Bazurto debe funcionar únicamente como mercado sectorial; por lo cual no es necesario su expansión actual.-
- b) Para poder cumplir el punto anterior es necesario construir las demás soluciones sectoriales contempladas en el plan de mercadeo de alimentos para Cartagena, además de la central de abastos.-

5.4.3 Vías de comunicación.

5.4.3.1 Internas.

En el capítulo anterior al evaluar las vías internas del mer-

cado de Bazurto se concluyó:

Mal estado de las vías, no señalización del tráfico interno, no recorte adecuado de esquinas para giro de vehículos e invasión de las entradas y salidas por vendedores, construcción inconclusa de la Avenida del Lago; lo que ha ocasionado la negligencia de los transportadores a frecuentar su interior.

Para solucionar estos problemas proponemos:

- a) Adecuar las vías rellorando huecos complementando con una gruesa capa de asfalto mínima de diez (10) centímetros que resista el paso de vehículos pesados.-
- b) Señalizar adecuadamente las vías internas con el fin de orientar a los conductores de vehículos.
- c) Ampliar el ángulo de giro, para facilitar la tomada de curva de los vehículos grandes, facilitando el rápido avance en el flujo de los mismos.-
- e) Hacer que todo adjudicatario que se encuentre prolongado hacia adelante en su puesto de venta, ocupando el andén, recoja sus productos, exhibiéndolos sólo en el área asignada pa-

ra construcción de su mesa o puesto; lo anterior facilitará el tráfico peatonal y evitará accidentes.-

f) Terminación del segundo tramo de la Avenida del Lago, que comunique el mercado con el puente Jiménez (ver plano 4-1), complementado con una adecuada reglamentación para que permita el tráfico de buses y busetas urbanas, para la recogida de pasajeros, como ocurre actualmente en la Avenida Luis Carlos López.-

g) Construir el tramo de empalme entre la Carrera 26A (ver plano 4-1) y la transversal 23 (entrada del Bosque).-

5.4.3.2 Alternas.

Teniendo en cuenta el crecimiento del tráfico y acondicionamiento de la Avenida Pedro de Heredia, además de la construcción del puente elevado y la terminación de las vías auxiliares (antigua Avenida de las Quintas parte abajo y lateral del puente, Pedro Romero y la que une al Bosque con Manga por intermedio de un puente) y las necesidades futuras de vías según se estudió en el capítulo cuatro (4), habíamos llegado a que se ha ampliado irregularmente la Avenida Pedro de Heredia,

que esta ampliación con su separador para el carril que bordea el mercado para que los buses urbanos recojan pasajeros, creará otro problema de congestión por la interminable fila de buses y busetas y que al construir el puente elevado, solucionaría los problemas en un tramo de la Avenida, pero trasladaría la congestión a otros puntos. Encontramos como solución al problema de tráfico en la Avenida Pedro de Heredia, la siguiente:

- a) Construir la Avenida Pedro de Heredia, desde la estación de gasolina "El Amparo a la entrada a Cartagena, hasta el pie del Castillo San Felipe" a dos calzadas de cuatro carriles cada una.-
- b) Compartimos la opinión de una misión Japonesa que visitó la ciudad para realizar un estudio de vías en años pasados, concluyó que la solución de congestionamiento en la Avenida Pedro de Heredia, no era la construcción de un puente elevado en el cruce cerca al cruce de los buses de Bosque, sino la ampliación de la Avenida Pedro de Heredia, además de la implementación de un sistema de vías alternas que distribuya el creciente flujo vehicular en la ciudad.-
- d) También sabemos que al adecuar el mercado de Bazurto a un

mercado sectorial y construir los otros mercados sectoriales y la central de abastos; se desconcentrará el comercio de esta zona, atrayendolo hacia otros puntos, conllevando lógicamente a una descongestión del flujo vehicular en este tramo de la vía.-

5.4.4 Zonificación.

Como vimos en el capítulo anterior al evaluar este punto, existe un desorden y promiscuidad de actividades dentro y fuera del mercado, como lo muestra el cuadro 4-4 y el plano 4-2 en el capítulo anterior.-

Para solucionar estos problemas proponemos: a) Agrupar las actividades como lo mostramos en el cuadro 5-1.

b) Zonificar el mercado de acuerdo al orden en que la población compradora adquiere los productos en el mercado, como se explica en los puntos b y c del ítem 5.4.9 (rapidez en la compra), y como lo ilustramos en el plano 5-1.-

- Ⓢ Carne de res, mondongo y afines.
- Ⓢ Aves muertas, pesadas.
- Cerdo, ponche, morcillas y otros.
- Ⓢ Lácteos (queso, mantequilla, suero) y huevos.
- Ⓢ Granos.
- Ⓢ Verduras, hortalizas y frutas.
- Ⓢ Yuca, ñame, batatas, papas, platanos y cocos.
- Ⓢ Víveres y abarrotes al por mayor y detal.
- Ⓢ Aceites y mantecas.
- Ⓢ Aves vivas, pájaros y sus alimentos.
- Ⓢ Pescado frito, yuca sancochada, bollos y casabe.
- Ⓢ Pescado fresco y mariscos.
- Ⓢ Farmacias, almacenes telas y ropa nacional.
- Miscelaneas (cristalerías, plásticos, cosméticos, mercancía nacional, cacharros, artesanías, joyas, tabacos y dulces).
- Ⓢ Refresquerías, refrigerios en general, cocteles y helados.
- Ⓢ Cuartos fríos y piladoras.

 Sastrerías.

 Mangles.

 Vendedores ambulantes (Miscelaneas).

 Bodegas para calzados y zapaterías.

 Carbonera.

 Erradicar para adecuación y complementación de vías internas, parqueaderos y estacionamiento.

5.4.5 Zona de descargue y de parqueo.

En el capítulo anterior al evaluar estas zonas habíamos detectado que estas zonas en la actualidad no están cumpliendo su verdadera función y se encuentran invadidas por vendedores ambulantes que han construido sus casuchas o puestos en estas zonas sin la debida sanción de la administración. Para corregir esta falla proponemos:

- a) Erradicar a todos los vendedores ambulantes y estacionarios que se encuentran ocupando estas zonas y trasladarlos a la zona de vendedores ambulantes por el sindicato (parte atrás Colombiana). Ver plano 5-1, una vez adecuada la misma.-

- b) Colocar vigilancia en cada una de las zonas de descargue y parqueo para evitar los desvalijamientos que se estan dando actualmente.
- c) Se le dé uso a cada una de estas zonas una vez descongestionadas según lo estipulado en la reglamentación y zonificación del mercado público (Ver plano 5-1).-

5.4.6 Servicios.

5.4.6.1 Agua.

Al evaluar los servicios de agua concluimos que la mayoría de los locales carecen de este servicio por ausencia de mantenimiento y vigilancia. Por lo tanto proponemos:

- a) Dotar de grifos a los locales que teniendo en cuenta el producto que expenden o servicio que presten, sea condición sine-quanom para su buena presentación, tanto para el producto como para el local; es el caso de las carnicerías, ventas de queso, de pescado, de cerdo, restaurantes y servicios sanitarios.-
- b) Colocar grifos en lugares estratégicos para dotar de agua

a los locales que hagan uso mínimo de ella, por cada sector, haciendo responsable a uno o dos adjudicatarios, situados más cerca de él.-

c) Cumplido lo anterior se obligaría a los adjudicatarios a dejar una vez terminadas sus labores, en condiciones óptimas de limpieza, sus locales, so-pena de sanción.-

5.4.6.2 Energía.

En la evaluación del servicio de energía se dijo que no existe la relación local-contador y que muchos adjudicatarios explotan éste servicio sin contribuir con su pago, así como otros lo explotan en forma irracional; además de existir un inadecuado mantenimiento del servicio en los sectores principales del mercado (pabellón central) zona de la carbonera y sector de vendedores ambulantes por el sindicato). Es necesario teniendo en cuenta lo anterior poner en práctica lo siguiente:

a) Consideramos que se debe instalar un contador por cada cinco o diez adjudicatarios y luego prorratear los costos, teniendo en cuenta los artículos electrodomésticos y otros que utilizan.-

b) Dotar al mercado público de un electricista con facilidad de adquisición de materiales para que en forma permanente vigile y mantenga en buenas condiciones las redes eléctricas y alumbrado interno del mercado.-

c) Sancionar a todo aquel adjudicatario que no tenga el servicio debidamente legalizado, así como aquel que haga mal uso de los mismos, perjudicando a sus vecinos.-

5.4.6.3 Alcantarillado.

Habíamos dicho que este servicio con el aumento de puestos de venta y usuarios en Bazurto se quedó corto ante la gran cantidad de aguas que debe evacuar y que las redes están mal diseñadas, ya que carecen del declive necesario y sus dimensiones son muy escasas, además de la falta de mantenimiento continuo y limpieza de tuberías; teniendo en cuenta los factores anteriores y la incapacidad financiera de las Empresas Públicas de atender erogaciones mayores por concepto de mercados, proponemos como soluciones viables las siguientes:

Poniendo en práctica las otras soluciones de mercado y dejando el mercado de Bazurto como mercado sectorial, estamos se-

guros que este servicio con un buen mantenimiento atenderá eficientemente las necesidades de desagüe y sanitarias por la automática disminución de aguas negras y desperdicios.-

5.4.6.4 Vigilancia.

Habíamos dicho que el número de vigilantes diurnos y nocturnos es insuficiente para atender las necesidades tanto para un mercado central como para uno sectorial, pero con la complementación del plan de mercadeo de alimentos para la ciudad de Cartagena y dejando a Bazurto como mercado sectorial, además de la mejoría en la iluminación interna; esperamos se mejore el problema de la mala vigilancia, de acuerdo con las siguientes propuestas:

1) Ampliar a cuarenta (40) vigilantes, es decir además de la colaboración de los 20 policías que se encuentran actualmente, se debe contar con la ayuda de 20 uniformados del ejército, repartidos de la siguiente manera:

Veinte (20) durante el día y veinte (20) durante la noche.-

2) Rotar a estos vigilantes en forma permanente con el fin de evitar el compadrazgo y robos como suele suceder hoy día.

3) Además se debe contar con la constante vigilancia de los agentes del tránsito para evitar malos estacionamientos, y desvalijamiento de autos y mal uso de la reglamentación de tránsito.-

5.4.6.5 Aseo.

Como dijimos en el capítulo de evaluación la carencia de tanques para depositar las basuras. Además de la operación tortuga con que los obreros de barrido realizan su labor, y la "de baja" de la barredora industrial que se venía utilizando, ha desembocado en el total desaseo del mercado público, haciendo de él un foco de contaminación y transmisión de enfermedades. Tampoco se puso en práctica el tanque de concreto proyectado para construir en Bazurto para que se depositaran en él los desperdicios y luego fueran recogidos por las volquetas y llevados al botadero municipal.- Teniendo en cuenta lo anterior y que el número de obreros de barrido y recolección utilizados actualmente son suficientes para mantenerlo limpio; proponemos:

- a) Dotar al mercado de Bazurto de instrumentos de trabajo suficientes para el desempeño normal de esta labor, (palas,

escobas, tanques, tinacos, carros rodantes), además de la reunión de las basuras en un sitio único y con fácil acceso para su posterior recogida por volquetas.

- b) Poner en funcionamiento la barredora industrial, (hoy se encuentra archivada), para hacer más rápida esta labor.
- c) Dotar a Bazurto de un administrador que vigile más de cerca estas actividades y que actúe con mano fuerte ante la negligencia de los obreros de realizar bien dichas labores.
- d) Pensamos que es necesario, que en un futuro próximo las Empresas Públicas, pongan en práctica la construcción del tanque de concreto de que se habló en el punto 4.4.6.5.-

5.4.6.6. Teléfono.

Como dijimos en el capítulo de evaluación en el mercado sólo disponen del servicio algunos negocios que lo han solicitado directamente a la compañía telefónica, pero no dispone de teléfonos públicos; servicio tan necesario en un centro de compra tan importante; es menester lo siguiente:

- a) Dotar de teléfonos a todos aquellos negocios que lo soliciten.

b) Colocar en puntos estratégicos dentro y fuera del mercado, teléfonos públicos entre diez (10) y quince (15) teléfonos, que tanta falta le hacen tanto a sus adjudicatarios, como para quienes acuden a él a realizar sus compras; ya que sabemos "un telefono puede evitar cualquier percance".-

5.4.7 Seguridad y Comodidad.

Al evaluar estos dos aspectos en el capítulo anterior, observamos que no se reflejan en los compradores, una vez dentro del mercado, ya que están determinandos por una gran cantidad de factores. Con base a lo anterior la solución a los problemas de inseguridad e incomodidad van acompañados del feliz termino de los demás problemas en el mercado público. Ya que un mercado bien aseado, organizado por zonas, vigilado, con amplias zonas de parqueo, adecuadas vías internas y alternas, además de una administración que vigile de cerca las actividades de sus subalternos, es lógico que una vez dentro de él, se reflejen en la población compradora estas motivaciones.-

5.4.8 Rapidez en la compra.

Habíamos concluido en la evaluación de este aspecto, que la po-

blación compradora se enfrenta a una serie de contratiempos desde el momento en que llega al mercado hasta cuando toma el autobús de regreso a casa, tales como: demora en el acceso al interior del mercado, desorientación por mala ubicación de productos, largas distancias entre uno y otro producto, además del difícil abordaje del medio de transporte.- Estos problemas se solucionan de la siguiente forma:

- a) Una vez reubicados en su respectiva zona a los vendedores que se encuentran actualmente ocupando las vías de acceso, como también la reubicación de otros en los demás mercados sectoriales y la central de abastos que esperamos se construyan y pongan en práctica, se gana tiempo al frecuentar a Bazurto.-
- b) Complementado el segundo tramo que une a Bazurto con el puente Jiménez (Avenida del Lago) y adecuadas las vías internas, acompañado de una reglamentación para el acceso de buses urbanos, estipulando como parada única la Avenida del Lago para descargue y recogida de pasajeros, estamos seguros que se harán más rápidas y atractivas las compras.-
- c) Teniendo en cuenta el orden de adquisición de productos y zonificando al mercado en base a este orden, sabemos que la me-

mejor reglamentación de transporte para la población compradora en él a fin de facilitar sus compras es la del punto anterior; ya que los usuarios acostumbran comprar desde los productos más livianos hasta los más pesados, para posteriormente dirigirse a tomar el autobús. Según la zonificación, lo más pesado es el plátano y otros que se encuentran en la parte más cercana a la Avenida del Lago.-

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta el cumplimiento de los objetivos propuestos en el presente estudio llegamos a las siguientes conclusiones:

10. Solo revestido el mercado de Bazurto a un mercado sectorial se solucionan los problemas que actualmente afronta.
20. Expropiando y erradicando los comercios situados en las entradas y salidas principales (entrada Uniroyal, salida al Bosque y la entrada a La Colombiana) se puede lograr una mejor imagen del mercado, rápido flujo vehicular que entra y sale del mismo, rapidez en el acceso por parte de la población compradora, así como el aumento en las ventas de los adjudicatarios situados en el interior del mercado y como consecuencia lógica la disminución en la mora por pago de impuestos.-
30. Sólo existiendo coordinación entre la Alcaldía Municipal y las Empresas Públicas Municipales de Cartagena en la expedición de permisos y licencias para el funcionamiento de negocios, se logra evitar la promiscuidad de actividades y desorganización en las áreas

y zonas de ventas, así como la ocupación de zonas de parqueo y descargues.-

40. Además del funcionamiento de Bazurto como mercado sectorial, es necesario poner en práctica la construcción de los otros mercados satélite, la gran central de abastos y la implantación de los mercados móviles que marchen acorde con los avances de la Mercadotecnia que tiene como fin acercar más el producto con los consumidores.-

50. La terminación de la Avenida del Lago empalmado con el puente Jiménez, así como la adecuación de las vías internas juegan papel preponderante en revitalizar al mercado y descongestionar sus alrededores.-

60. Complementando el anterior punto con una reglamentación estricta que garantice el tránsito de los buses urbanos por el interior del mercado, estableciendo como parada única la Avenida del Lago logramos revivir las zonas internas del mercado que han visto mermadas sus ventas por la falta de acceso de la población compradora.

70. La falta de capital y la merma en las ventas son los factores principales por los cuales muchos adjudicatarios se encuentran en situación morosa.

- 8o. La inexistencia de un Manual de Funciones actualizado, un Manual de procedimientos y falta de delegación de autoridad por parte de las Empresas Públicas Municipales al administrador de Bazaruto han colocado en incapacidad al administrador de solucionar los problemas en la medida en que se presentan y premura con que requieren solución.-
- 9o. La construcción y adecuación de las vías alternas además de la apertura de otros puntos de atracción en el comercio de la ciudad son la salida al embotellamiento en el sector mercado Bazaruto.
10. Con el paso del tiempo y la creciente rata urbanística a que viene sometido el municipio y teniendo en cuenta el lugar en donde se encuentra situado el mercado; este tendrá que funcionar como un gran supermercado.-

RECOMENDACIONES

Para solucionar los problemas que actualmente afronta el mercado público de Bazarro se debe poner en práctica en forma programada y coordinada cada uno de los siguientes puntos:

10. Comunicación constante y coordinación entre Alcaldía Municipal, Empresas Públicas Municipales de Cartagena y Administración Bazarro.
20. Delegación de autoridad a la administración Bazarro.
30. Manual de funciones y procedimientos actualizado para la administración Bazarro.
40. Dotar a Bazarro en un futuro cercano de administradores con suficiente experiencia en el ramo.
50. Apertura de cursos de capacitación para preparar futuros y actuales adjudicatarios del mercado; con el fin de que atiendan mejor a los usuarios y hacer mas atractivas las actividades y lograr la repetición en la compra.

60. Reformar la actual política de recaudos teniendo en cuenta las condiciones económicas de sus adjudicatarios.
70. Establecer sistemas de recaudo diario para adjudicatarios con escaso capital comercial.
80. Construir las demás soluciones de mercado contempladas en el plan de mercadeo de alimentos en Cartagena, además de la construcción de la central de abastos como entidad reguladora de la producción, distribución y consumo para el departamento y la costa Atlántica.

BIBLIOGRAFIA

- ARENAS, Hernando. Informe de la visita realizada a los mercados de Bogotá, Medellín y Cali. Empresas Públicas Municipales de Cartagena, 1.977.-
- ANDI. Directorio Industrial, 1.980 y 1.983.
- ✓ - CEIMA. Nuevo sistema de mercados de alimentos en Cartagena. Tomos 1 al 3.-
- ✓ - EMPRESAS PUBLICAS MUNICIPALES DE CARTAGENA. Proyecto mercado central alimentos Bazurto, 1.973.-
- ✓ - EMPRESAS PUBLICAS MUNICIPALES DE CARTAGENA. Censo de población del mercado de Bazurto para su posible reubicación, 1.982-1.983.-
1983-1987
- ENCICLOPEDIA UNIVERSAL ILUSTRADA. Tomo XXXIV. Editorial Espasa-Calpe S.A. Madrid.
- ✓ - INTRA. Plan vial de Cartagena.-

- QUINTERO, Jesús María. Tesis Economía. No.117, 1.978.-
- QUINTERO LYONS, Raul. Informe evaluativo proyecto Bazurto. 1.979.
- UNION DE PEQUEÑOS COMERCIANTES. Principales problemas que afronta el mercado de Bazurto. Nov. 1.982.
- RIZO POMBO, José Enrique. "Traslado mercado Getsemaní a las nuevas instalaciones de Bazurto y mercado Turístico". Febrero 1.978.-
- RIZO POMBO, José Enrique. Censo Usuarios mercado de Getsemaní. Noviembre, 1.976.-
- PLAN DE DESARROLLO DE CARTAGENA.
- DANE. "Manual de Estadísticas" 1.980 - 1.983.
- INSFOPAL. "Manual de Normas y reglamentos para mercados públicos y mataderos". Julio 1.983.-

CALCULO DEL TAMANO DE LA MUESTRA

ADJUDICATARIOS

Para la población que trabaja en Bazurto:

Adjudicatarios.

$N = 3.000$ según último censo. Diciembre 1.982.

Seleccionamos la muestra a través de la siguiente fórmula:

$$N = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Usamos un nivel de confianza bajo la curva normal del 95%, igual en la tabla a 1,9 además de un error del 8%.-

$N =$ Tamaño de la muestra. ?

$Z =$ Nivel de confianza bajo la curva normalizada 1,9

$P =$ Proporciones..... 0,5

$Q =$ Proporciones..... 0,5

$N =$ Población 3.000

$E =$ error..... 0,08

$$N = \frac{(1,9)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 3.000}{(0,08)^2(3.000-1) + (1,9)^2 \times 0,5 \times 0,5} = \frac{2.707,5}{20,0961} \quad N = 135 \text{ encuestas.}$$

CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA
USUARIOS DEL MERCADO (BAZURTO)

10. Partiendo de informes de corabastos (Bogotá), en la cual a medida que las ciudades crecen y de acuerdo a su nivel de ingresos de esa misma manera las personas tienden a comprar o acudir a los supermercados y tiendas miscelaneas, determinando que sólo un 30% de las poblaciones de las principales ciudades acuden a las plazas de mercados a realizar sus compras.-

20. Según estudios realizados por el Ceima, en Cartagena, determinaron que sólo el 85% de la población urbana afirmaron realizar compras en el mercado de Bazurto. Partiendo de estos datos determinaremos el tamaño de la Muestra.

Población de Cartagena proyectada a 1983 . 516.548 habitantes.

Población compradora en mercados públicos 516.548 x 85% = 439.066.

N = 439.066 población urbana que compra en los mercados.

Z = 95% = tabla 1.9

E = 0,08 8%

Q = 0,5

P = 0,5

N = ?

$$N = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N-1) + Z^2 \times P \times Q} =$$

$$= \frac{(1.9)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 439.066}{(0.08)^2 (439.065) + (1,9)^2 \times 0.25}$$

$$N = \frac{396257,07}{2810.9185} \quad 140 = N \text{ Encuestas.}$$

PROPUESTA DE SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS DEL MERCADO DE BAZURTO

ENCUESTA PARA USUARIOS EN EL MERCADO

Cartagena-Bolívar.

1. INFORMACION PERSONAL.

NOMBRE DEL ENCUESTADO _____

DIRECCION DE RESIDENCIA _____

OCUPACION U OFICIO _____

2. HABITOS Y ACTITUDES DEL CONSUMIDOR.

A. En que lugar adquiere los siguientes productos?

Señale marcando con una (X) equis:

PRODUCTOS \ LUGAR	Carnes	Proce- sados.	Verduras y hortaliz.	Granos	Tuber- culos	Frutas	Lác- teos.
MERCADO PUBLICO							
SUPERMERCADOS							
TIENDAS							
COOPERATIVAS							
IDEMA							
AMBULANTES POR EL BARRIO							
OTRO LUGAR							

- B. En casa quien decide el sitio de compras?
- a. AMA DE CASA _____ d. Hijos _____
- b. JEFE DE CASA _____ e. Servicio doméstico _____
- c. AMBOS _____ f. OTROS (Especifique) _____
- C. Para cuantos días realiza Ud. sus compras en el mercado de Bazurto?
- a. Para 1 día. _____ f. Para 15 días _____
- b. Para 2 días _____ g. Para un mes _____
- c. Para 3 días _____ h. Otro (Especifique) _____
- d. Para 4 ó 5 días _____
- e. Para una semana- _____
- D. Que día acostumbra hacer sus compras?
- E. Cuando efectúa sus compras lo hace:
- a. De Contado _____ b. A Crédito: _____
- F. Cuando realiza sus compras en el mercado público de Bazurto, en que se traslada?
- | IDA | REGRESO |
|-----------------------|--------------------|
| a. BUS _____ | BUS _____ |
| b. TAXI _____ | TAXI _____ |
| c. CAMINANDO _____ | CAMINANDO _____ |
| d. CARRO PROPIO _____ | CARRO PROPIO _____ |
- G. Tiene algún problema en el transporte que utiliza?
- a. SI _____ b. NO _____

Si la respuesta en SI, haga la pregunta G-1, en caso contrario pase a la pregunta H.

G-1. A que atribuye estos problemas? Enumere en orden de importancia:

- a. LAS VIAS SON INSUFICIENTES _____
- b. EXCESIVA CONGESTION Y DEMORA _____
- c. MUY CARO _____
- d. NO SE CONSIGUE FACILMENTE _____
- e. NO ENTRAN AL MERCADO PUBLICO _____

H. Tiene Ud. algún orden para realizar sus compras en el mercado?

- a. SI _____
- B. NO _____

Si la respuesta anterior es SI, haga la pregunta H-1, en caso contrario pase a la pregunta I.

H-1 En que orden adquiere los siguientes productos?

- a. CARNES _____
- b. PROCESADOS _____
- c. GRANOS _____
- d. VERDURAS Y HORTALIZAS _____
- e. TUBERCULOS _____
- f. FRUTAS _____
- g. LACTEOS _____

I. En su concepto; están bien situados los puestos en el mercado de Bazarto?

- a. SI _____
- b. NO _____

Si la respuesta anterior es SI, haga la pregunta I-1, si es NO, haga la pregunta I-2.

I-1. A que atribuye su buena ubicación?

- a. Que se encuentran agrupados por afinidad de productos.
- b. Que estan en sitios donde se adquieren los productos sin demora.
- c. Otros (Especifique) _____

- I-2. a. A que productos con características diferentes están en una misma zona.
- b. A que no hay separación entre mayoristas y minoristas.
 - c. A que hay que caminar mucho entre la compra de un producto y el siguiente.
 - d. OTRO (diga cual?) _____

- J. Enumere en orden de importancia las razones por las cuales Ud. viene al mercado a realizar sus compras?
- a. PRECIOS BAJOS
 - b. SE COMPRA SEGUN EL DINERO DISPONIBLE
 - c. POR LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS.
 - d. BUENA ATENCION.
 - e. COMODIDAD.
 - f. SURTIDO COMPLETO.
 - g. CERCANIA A SU CASA.
 - h. POR LA COSTUMBRE.
 - i. PORQUE LE CONCEDEN CREDITO.
 - j. PORQUE ES HIGIENICO.
 - k. RAPIDEZ.

K. Según su opinión cuales son las desventajas de comprar en el mercado de Bazurto?

- a. Precios más altos.
- B. Mal estado de los productos.
- c. Incomodidad.
- d. Demora en la compra.
- e. El mercado está muy lejos de su vivienda.
- f. Incomodidad en el transporte.
- g. Inseguridad.
- h. Desaseo.
- i. Congestión en el tráfico.
- j. Otros (Especifique).
- k. Mal trato por parte de los vendedores.

L. Ofrece alguna desventaja la existencia simultanea de ventas mayoristas y minoristas en el mercado de Bazurto?

- a. SI _____ b. NO _____

Si la respuesta es SI; Diga por qué? _____

LL. Le gustaría a Ud. que el mercado de Bazurto funcionara:

- a. UNICAMENTE PARA MAYORISTAS.
- b. UNICAMENTE PARA MINORISTAS.
- c. PARA AMBAS ACTIVIDADES.

PROPUESTA DE SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS EN EL MERCADO DE BAZURTO

Encuesta a los Adjudicatarios.

CARTAGENA.

1. INFORMACION PERSONAL Y DEL NEGOCIO.

NOMBRE DEL ENCUESTADO _____

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO _____

DIRECCION _____

ZONA _____

PRODUCTO (S) QUE VENDE _____

2. TRANSPORTE.

Sus productos se los transporta ? el:

a. PROVEEDOR.

b. USTED MISMO

Tiene problemas para el acarreo de sus productos?

a. SI _____

b. NO _____

Si su respuesta es positiva, a cual de los siguientes factores lo atribuye?

a. NO SE CONSIGUE FACILMENTE TRANSPORTE _____

b. SE RECARGA MUCHO EL PRECIO DEL PRODUCTO _____

c. HAY POCO ESPACIO Y VIAS DE ACCESO _____

d. FALTAN ZONAS PARA EL DESCARGUE _____

e. OTROS (ESPECIFIQUE) _____

Presta usted alguna ayuda a sus clientes para transportar sus productos cuando le compra cantidades considerables?

a. SI _____

b. NO _____

Si su respuesta es positiva, diga que medio de transporte le suministra?

a. CARRETILLA _____

b. CARRO _____

c. TRANSPORTE EN HOMBROS _____

d. OTRO (Especifique cual) _____

3. CANALES DE DISTRIBUCION

Es Usted?

a. MAYORISTA.

b. MINORISTA.

c. AMBOS.

Sus productos los compra? a)

a. PRODUCTOR.

b. MAYORISTA.

c. DISTRIBUIDOR.

d. AGENTE INTERMEDIARIO.

e. OTRO (Especifique).

Compra sus productos?

- a. DE CONTADO.
- b. A CREDITO.

Si es a crédito, los plazos concedidos son:

- a. UNA SEMANA.
- b. QUINCE DIAS.
- c. UN MES.
- d. MAS DE UN MES.
- e. OTRO (Especifique).

Existe en el mercado alguna entidad que vigile y controle la calidad y precios de los productos?

- a. SI _____
- b. NO _____

Si su respuesta es positiva, cree Ud. que esa entidad es:

- a. EFICIENTE. _____
- b. DEFICIENTE. _____

4. VENTAS Y PRECIOS.

De acuerdo a la capacidad de su negocio, sus ventas son:

- a. BUENAS.
- b. REGULARES
- c. MALAS.

A que atribuye su respuesta?

- a. VARIEDAD DE PRODUCTOS.

- b. CAPACIDAD DE STOCK SUFICIENTE.
- c. BUENA UBICACION.
- d. MALA UBICACION.
- e. NO HAY DONDE ALMACENAR.
- f. ALTOS IMPUESTOS.
- g. COMPETENCIA.
- h. OTRO (Especifique)

El precio de sus productos los fija de acuerdo a:

- a. LA COMPETENCIA.
- b. SUGERIDO POR EL VENDEDOR.
- c. UN PORCENTAJE ADICIONAL AL PRECIO DE COMPRA.
- d. LA OFERTA Y LA DEMANDA.
- e. OTRO (Especifique)

5. UBICACION Y ZONIFICACION.

Está conforme con la ubicación que se le ha dado a su puesto dentro del mercado?.

- a. SI _____
- b. NO _____

Diga por qué? _____

Según su opinión que puestos han sido mal ubicados dentro del mercado de Bazurto?

- a. _____
- b. _____
- c. _____

De acuerdo a las características de su negocio en que sitio le gustaría que le ubicaran su puesto?

Está Ud. de acuerdo con el control de vendedores ambulantes dentro y en los alrededores del mercado.

a. SI _____

b. NO _____

Según sea su respuesta, diga por qué? de acuerdo a las siguientes opciones:

a. AFECTAN LAS VENTAS.

b. NO PAGAN IMPUESTOS.

c. DETERIORAN LA IMAGEN DEL MERCADO.

d. IMPIDEN EL PASO A LOS COMPRADORES

e. VENDEN MAS BARATO.

f. AUMENTA LA INSEGURIDAD.

g. CRECE EL DESEMPLEO.

h. OTROS _____ DIGA CUALES: _____

6. IMPUESTOS.

Cuantos metros cuadrados tiene su local? _____

Cuanto paga de impuesto mensual? _____

Está al día en dicho pago?

a. SI _____

b. NO _____

Si la respuesta es no, diga a que atribuye este atraso?

Considera que el impuesto que paga es ALTO:

a. SI _____

b. NO _____

Si la respuesta es SI, diga por qué? _____

7. ADMINISTRACION.

Como han sido las administraciones del mercado?

a. BUENAS _____

b. REGULARES _____

c. MALAS _____

Ha habido alguna mejoría en la actual?

a. SI _____

b. NO _____

Si la respuesta es SI, diga en que aspectos?

a. _____

b. _____

c. _____

8. ALMACENAMIENTO.

Es su capacidad de almacenamiento suficiente?

a. SI _____

b. NO _____

Tiene Ud. en el mercado otro lugar en donde guarda o almacena sus