

IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA  
CENTRAL DE ABASTOS DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES EN LA CIUDAD DE  
PASTO – NARIÑO

MILTON ANDRES REINA ROSERO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MAESTRÍA EN MERCADEO AGROINDUSTRIAL  
CONVENIO UJTL UDENAR  
SAN JUAN DE PASTO

2014

IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA  
CENTRAL DE ABASTOS DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES EN LA CIUDAD DE  
PASTO – NARIÑO

MILTON ANDRES REINA ROSERO

Trabajo de grado presentado para optar al título de magister en Mercadeo Agroindustrial

Asesor:

Dr. Mauricio Arturo Ángel Prieto

Magíster

Mercadeo Agroindustrial UJTL

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MAESTRÍA EN MERCADEO AGROINDUSTRIAL  
CONVENIO UJTL UDENAR  
SAN JUAN DE PASTO

2014

## **NOTA DE RESPONSABILIDAD**

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor.

Artículo 1<sup>ro</sup> del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

**Nota de aceptación:**

---

---

---

---

---

---

---

Firma del Presidente de tesis

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

San Juan de Pasto, Abril de 2014

## Contenido

Resumen ejecutivo .....	5
1 Introducción .....	9
2 Planteamiento del problema .....	12
2.1 Descripción del problema.....	12
2.2 Formulación del problema .....	13
2.3 Justificación.....	13
2.4 Objetivos .....	15
2.4.1 Objetivo general .....	15
2.4.2 Objetivos específicos.....	15
2.5 Marco teórico .....	15
2.5.1 Producción agrícola.....	15
2.5.2 Aspecto socioeconómico.....	16
2.5.3 Aspecto ambiental .....	16
2.5.4 Caracterización de la Central de Abastos.....	16
2.5.5 Políticas de desarrollo .....	17
2.5.6 Políticas del Plan de Desarrollo Municipal .....	18
2.5.7 Estudios de impacto socioeconómico.....	18
2.6 Antecedentes .....	22
2.6.1 Entorno internacional .....	23
2.6.2 Entorno nacional .....	23
2.6.3 Entorno regional.....	27
3 Metodología .....	30
3.1 Área de estudio.....	30
3.2 Tipo de estudio y método de investigación.....	30
3.4 Tratamiento de la información .....	32
4 Resultados de la investigación .....	34
4.1 Diagnostico social económico y ambiental del entorno en las plazas de mercado .....	34
4.1.1 Resultados de las encuestas a usuarios de la plaza de mercado.....	34
4.1.2 Resultados de las encuestas a comercializadores, mayoristas y minoristas .....	40

4.1.3 Análisis de resultados con la metodología MEFE y MEFI .....	51
4.1.4 Análisis del perfil competitivo de la plaza de mercado.....	56
4.1.5 Perfil DOFA .....	58
4.2 Evaluación del impacto socioeconómico y ambiental .....	61
4.2.1 Resultados de las entrevistas con expertos y grupo focal (MIC MAC Y Mactor) .....	61
4.2.2 Resultados del MIC MAC.....	69
4.2.3 Determinación de impactos .....	72
4.2.4 Medición de impactos socioeconómicos .....	78
4.2.5 Impactos sociales económicos y ambientales .....	82
4.3 Puntos críticos en el funcionamiento de la Central de Abastos .....	85
Conclusiones .....	87
Recomendaciones.....	89
Bibliografía.....	90

## Lista de figuras

Figura 1. Tipos de impacto.....	20
Figura 2. Análisis actual de la plaza de mercado de Pasto.....	27
Figura 3. Situación del mercadeo en la plaza.....	29
Figura 4. Estado civil.....	34
Figura 5. Nivel de estudios.....	35
Figura 6. Estrato socioeconómico.....	35
Figura 7. Ocupación.....	36
Figura 8. Frecuencia de entrada a la plaza de mercado.....	36
Figura 9. Calificación de factores en la plaza de mercado.....	37
Figura 10. Calificación de factores.....	37
Figura 11. Problemas que enfrenta la plaza de mercado.....	38
Figura 12. Considera necesaria la implementación de una central de abastos en Pasto.....	39
Figura 13. Asistiría con mayor frecuencia a la central de abastos.....	39
Figura 14. Aspectos que mejorarían con la central de abastos.....	40
Figura 15. Estado civil.....	41
Figura 16. Nivel de estudios.....	41
Figura 17. Estrato socioeconómico.....	42
Figura 18. Número de integrantes en la familia.....	42
Figura 19. Actividad económica.....	43
Figura 20. Ingreso promedio.....	43
Figura 21. Tenencia de la vivienda.....	44
Figura 22. Considera necesario montar una central de abastos en Pasto.....	44
Figura 23. Calificación de factores en la plaza de mercado.....	45
Figura 24. Calificación de factores.....	45
Figura 25. Estaría de acuerdo con la central de abastos.....	46
Figura 26. Aspectos que mejoraría la central de abastos.....	47
Figura 27. Situación en la plaza de mercado.....	47
Figura 28. Diagnóstico económico actual.....	79
Figura 29. Impacto económico.....	81

Figura 30. Comparación de escenarios.....	82
Figura 31 Indicadores económicos.....	82
Figura 32 Diagrama de la situación esperada.....	84
Figura 33Beneficiarios .....	85
Figura 34Beneficiarios del proyecto .....	86

## **Lista de cuadros**

Cuadro 1. Motivaciones estudio de impacto .....	20
Cuadro 2. Principales plazas de mercado de la ciudad de Pasto .....	28
Cuadro 3. Matriz de Evaluación de los Factores Externos .....	51
Cuadro 4. Matriz de Evaluación de los Factores Internos.....	54
Cuadro 5. Matriz de Perfil Competitivo con las grandes cadenas de almacenes .....	56
Cuadro 6. Matriz Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas .....	58
Cuadro 7. Presentación resultados entrevista .....	62
Cuadro 8. Número de puestos en la Plaza de Mercado de Potrerillo .....	75
Cuadro 9. Estudio económico plaza de mercado en la actualidad .....	78
Cuadro 10. Medición del impacto económico con la central de abastos .....	80
Cuadro 11. Comparación escenario actual vs central de abastos .....	81

## Resumen ejecutivo

La ciudad de Pasto no posee espacios adecuados para la distribución y comercialización de la creciente oferta de productos agrícolas y pecuarios de la región. La infraestructura actual cuenta con plazas de mercado que no han sido diseñadas para brindar este servicio; más bien, son un producto de adecuaciones realizadas por los comerciantes a través del tiempo y como respuesta a las necesidades inmediatas sin mediar ningún aspecto de planeación que tenga en cuenta factores demográficos, geográficos y sociales. En este escenario, es posible encontrar inconvenientes relacionadas con la falta de espacios adecuados, altas concentraciones de vendedores informales, mano de obra infantil, inseguridad y caos vehicular. Del mismo modo se percibe que en las plazas de mercado no se practican buenas técnicas de pos-cosecha y manipulación de alimentos, de higiene y salubridad. Otra consecuencia de este escenario es el incremento de los precios de los bienes agropecuarios debido a los altos niveles de pérdidas de los productos.

La Alcaldía de Pasto y su administración municipal desde el año 2010 ha evidenciado esta problemática e inició un proyecto que busca la creación de una Central de Abastos para la ciudad de Pasto, la cual debería beneficiar a toda la región en la medida que Pasto se encuentra ubicado de manera estratégica para la comercialización de productos agrícolas frescos hacia el suroccidente Colombiano e incluso hacia el centro del País. El Departamento de Nariño es ancestralmente agrícola, con una diversidad de pisos térmicos y geográficamente distribuidos que le permiten generar una variada y amplia oferta agropecuaria; así también se ha considerado que es sitio de paso obligado para las transacciones comerciales entre el país hermano del Ecuador y los departamentos colombianos limítrofes.

La presente investigación busca determinar ¿Cuál es el impacto social, económico y ambiental en la implementación de la central de abastos en la ciudad de San Juan de Pasto – Nariño?

Los estudios previos relacionados con la Central de Abastos no definen claramente su impacto, limitándose al estudio de la factibilidad y la proyección de la inversión. En ese sentido,

con la presente investigación se pretende dar elementos de información relacionados con el impacto social, económico y ambiental en la implementación de la Central de Abastos en la ciudad de Pasto con el fin de que organismos no gubernamentales, entidades del estado y la administración pública tengan más y mejores argumentos para la toma de decisiones en el marco del desarrollo de esta iniciativa de infraestructura. Con los resultados de la investigación se refleja la importancia de dar celeridad a la implementación de la central de abasto para la ciudad en la medida que ésta podría constituir un aporte sustancial al desarrollo de la economía nariñense y a su competitividad frente al mercado local y nacional. De igual forma, se realiza una proyección del escenario de posibles resultados positivos frente a su implantación y necesariamente plantea unas recomendaciones, el alcance del proyecto y los posibles factores de riesgo tales como resistencia al cambio, entre otros.

Sin embargo, es posible mencionar que los resultados de la presente evaluación de impactos configuran un escenario en donde los aspectos positivos tiene relevancia, particularmente en la mejora de la calidad de vida de los usuarios y de los agentes socio-económicos involucrados, el acceso a nuevos mercados y a clientes potenciales, la disminución en los costos de la canasta básica alimentaria familiar y un incremento en el ingreso de los productores y comerciantes.

## Abstract

The city of Pasto not have adequate space for the distribution and marketing of the growing supply of agricultural and livestock products in the region. Current infrastructure includes market places that are not designed to provide this service ; rather they are a product of adjustments made by traders over time and in response to the immediate needs without any any aspect of planning that takes into account demographic, geographic and social factors. In this scenario, you may encounter problems related to lack of adequate spaces , high concentrations of street vendors , child labor , insecurity and traffic chaos . Similarly it is perceived that the market places on good techniques and post-harvest handling of food , health and hygiene is not practiced. Another consequence of this scenario is the increase in prices of agricultural goods due to high levels of product loss .

The Mayor of Pasto and municipal administration since 2010 has shown this problem and initiated a project to create a Supply Center for the city of Pasto , which should benefit the entire region to the extent that Grazing is strategically located for the marketing of fresh produce to the southwestern Colombian and even toward the center of the country. The Department of Nariño is ancestrally setting, with a variety of climatic zones and geographically distributed systems that allow you to generate a varied and extensive agricultural supply ; and has also been considered to be must for business transactions between the brotherly country of Ecuador and neighboring Colombian departments step.

This research seeks to determine what is the social , economic and environmental impact on the implementation of the central supply in the city of Pasto - Nariño ?

Previous studies related to the Supply Center does not clearly define its impact , limiting the feasibility study and projection of the investment. In this sense, the present investigation aims to information elements related to social , economic and environmental impact on the implementation of the Supply Center in the city of Pasto in order that non-governmental organizations , state agencies and public administration have more and better arguments for decision -making in the context of the development of this infrastructure initiative . With the

results of the research reflects the importance to further accelerate the implementation of the power supply to the city to the extent that it could be a substantial development of Nariño economy and its competitiveness against local and national market contribution . Similarly, a projection scenario possible positive results against its implantation is performed and necessarily raises its recommendations , the project scope and potential risk factors such as resistance to change, among others.

However, it is possible to mention that the results of this impact assessment up a scenario where the positive aspects is relevant , particularly in improving the quality of life of users and socio-economic agents involved , access to new markets and potential customers , the decrease in the cost of basic family food basket and an increase in the income of producers and traders.

## 1. Introducción

Como ocurre en la mayoría de los países la comercialización de alimentos tanto agrícolas como pecuarios y agroindustriales estos tienden a desarrollarse de manera integrada en base al uso de información real y actualizada, por ende estos incluyen procesos ligados a las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, un desarrollo que va más allá del simple acceso a la información sino que requiere de cambios en las relaciones entre los agentes participantes en particular cuando hablamos de grandes cantidades de productos comercializados y cadenas de supermercados e incluso hipermercados de grandes superficies.

En Colombia como el Latinoamérica no somos ajenos a estos escenarios donde los mercados mayoristas obligan a los productores a ajustar sus métodos de comercialización para poder acceder a nuevas alternativas de consumidores y clientes, pero estos procesos no pueden llevarse a cabo únicamente por el productor y cliente sino que debe de existir un agente un agente comercial que desempeñe la actividad de intermediación, en Pasto esta actividad de intermediación se da en las conocidas plazas de mercado que aún se encuentran en estado tradicional que aún no es competitiva ni eficiente para acceder a estos nuevos mercados y termina siendo intermediario de otros mercados mayoristas que se llevan la mayoría de sus productos y consigo la mayor parte de sus ingresos.

La administración municipal ha determinado que en Nariño y especialmente Pasto no solo hace falta inversión en la industrialización de los productos agrícolas y pecuarios sino también un adecuado manejo poscosecha y un adecuado centro de comercialización que brinde las condiciones necesarias para que tanto productores como comercializadores minoristas y mayoristas pueda tener una relación gana – gana donde salgan como su nombre lo indica beneficiados todas los agentes involucrados como esencia de una economía sostenible a través del tiempo. Este espacio adecuado ha sido catalogado como una Central de Abastos para el municipio de Pasto como una obra de inversión social que beneficie a toda la región ya que la problemática de su inexistencia no solo se limita a lo económico sino que conlleva factores de tipo ambiental y social.

San Juan de Pasto como ciudad capital del departamento de Nariño y segunda capital más grande del suroccidente Colombiano después de Cali, ha desbordado en términos de capacidad

instalada las exigencias de los comerciantes de productos agrícolas y demás dada su posición estratégica y central en la cordillera así como su cercanía fronteriza con Ecuador y se ha determinado en los estudios de competitividad regional que se hace necesaria la implementación de una central de abastos para la ciudad que permita potencializar sus ventajas competitivas y comparativas hacia mercados nacionales e internacionales estas afirmaciones se basan en estudios recientes que identifican problemas de tecnificación en manejo poscosecha de los alimentos, problemas de empaque y embalaje, problemas de manipulación de alimentos entre otros que afecta la competitividad de la región frente a mercados más avanzados en el tema. Pero la problemática se extiende a factores sociales evidenciados en abundantes desperdicios orgánicos que no reciben el tratamiento adecuado, riesgos en la salud pública, malas y extensas condiciones laborales, trabajo infantil, inseguridad y de hecho mala imagen de nuestra ciudad capital cuando los visitantes conocen los establecimientos de comercio de productos alimenticios actuales tales como las plazas de mercado.

Según la Alcaldía municipal (2012) el crecimiento de la ciudad en los últimos años, incrementó las necesidades de abastecimiento alimentario, así como también crecieron las necesidades locales, regionales y nacionales para el acopio, almacenamiento, comercialización y distribución de alimentos perecederos y no perecederos.

Tradicionalmente, la imagen de estos centros de mercado, se ha cuestionado por su mala presentación, por la formación de focos de actividades delincuenciales, caos vehicular e invasión del espacio público. Para la erradicación total de estos problemas sociales se considera necesario la reubicación y adecuación del mercado el Potrerillo núcleo donde se generan todas estas anomalías.

Según Andrade (2010) con respecto al impacto ambiental, afirma que uno de los problemas más críticos y generalizado está relacionado directamente con la inadecuada disposición de los residuos orgánicos procedentes de las altas pérdidas de productos agrícolas, se calcula que semanalmente se generan al menos ocho toneladas de desechos orgánicos y sólidos que no tienen manejo adecuado o simplemente se combinan con materiales peligrosos haciéndolos inadecuados para el reciclaje, y que a su vez estos son generadores de malos olores con presencia de insectos y roedores, pero más grave aún es el costo social y ambiental que tiene que asumir la ciudad para la disposición final de las mal llamadas “basuras” que realmente

deberían contribuir a procesos de reciclaje y aprovechamiento de la materia orgánica en actividades productivas generadoras de empleo y materias primas como el abono orgánico para los mismos productores.

De las afirmaciones anteriores es importante mencionar que la Central de Abastos ha sido un proyecto de la Alcaldía municipal de Pasto desde 2001 que se encuentra contenida en el Plan de Desarrollo Municipal pero ha sido difícil cristalizar su ejecución ya que se han priorizado otras obras de infraestructura tales como vías de acceso, puentes vehiculares y la variante de la ciudad. Y se observa que en el proyecto inicial de central de abastos solo se muestran las características estructurales y funcionales como capacidad, plan de operación, gestión, seguimiento y organización, pero no se muestra estudios de impacto socioeconómico y ambiental de la inversión; sin embargo se entiende que los estudios de impacto socioeconómico ayudan a las Administraciones Públicas en la toma de decisiones sobre proyectos de inversión y medidas de política pública; probablemente la ausencia de este tipo de información haya influido en la priorización de otras inversiones en el municipio y dado que es un proyecto de interés general este estudio se centra en investigar ¿Cuál es el impacto social, económico y ambiental de la implementación de una central de abastos de productos agroindustriales en la ciudad de San Juan de Pasto – Nariño?

La presente investigación está basada en la recolección de información de tipo cuantitativa y cualitativa a través de la realización de un diagnóstico del entorno teniendo en cuenta a todos los actores tanto cliente interno como cliente externo y por supuesto la administración municipal en especial la secretaria de desarrollo económico así como también participaron en calidad de expertos entidades relacionados de tipo no gubernamental e institucional para darle un enfoque lo más real y desde las diferentes perspectivas que involucra; finalmente se busca identificar los puntos críticos en la implementación del proyecto de inversión y aportar algunas recomendaciones que fortalezcan éxito del mismo.

## **2. Planteamiento del problema**

### ***2.1 Descripción del problema***

La ciudad de Pasto en los últimos años ha incrementado sus necesidades de abastecimiento alimentario, así como crecieron las necesidades locales, regionales y nacionales para el acopio, almacenamiento, comercialización y distribución de alimentos perecederos y no perecederos, sin embargo la histórica deficiencia en la operación y planificación de las actuales plazas de mercado no contribuye al desarrollo de las mismas sino por el contrario al desmejoramiento de las condiciones de competitividad e impactos sociales, económicos y ambientales negativos para la ciudad.

Las diferentes administraciones municipales ya han detectado esta problemática y su importancia para la competitividad regional por lo tanto ha sido incluida en los diferentes planes de gobierno como podremos observar

Plan de Desarrollo Municipal 2001 – 2003 Pasto espacio de vida, cultura y respeto “Proyectos de Inversión - Numeral 3.7.4 Mercadeo de Productos Agropecuarios, inicio de la implementación de una Central de Abastos de Pasto.”

Plan de Desarrollo Municipal 2004 – 2007 Pasto Mejor “Programa de infraestructura y equipamientos básicos – Metas, se impulsara el equipamiento urbano de alto impacto Central de Abasto”

Plan de Gobierno Municipal 2008 – 2011 Queremos más – podemos más “capitulo 2 articulo 11 – En infraestructura se gestionara la construcción de equipamientos de alto impacto de la productividad y competitividad del municipio como la Central de Abastos”, plan de gobierno que dejo un documento llamado “estudios previos de comercialización, competitividad, sistemas de producción agrícola para la planificación y diseño de la central de abastos del municipio de Pasto – Mayo de 2010” que como su nombre lo indica es un estudio previo de pre factibilidad y posterior no fue priorizado frente a otras inversiones de su administración.

Aunque en la administración municipal correspondiente a los periodos 2012 – 2015 no hacen referencia dentro del plan de desarrollo, este proyecto fue incluido dentro de “los planes de inversión claves para el desarrollo industrial de la región en el denominado Contrato Plan” un acuerdo entre el gobierno nacional y la administración municipal que compromete recursos por 192.000 millones de pesos para el desarrollo de diferentes proyectos.

Como puede evidenciarse existe una problemática real y sentida frente a la implementación de este mega proyecto de interés general y, a pesar de su importancia para el desarrollo de la competitividad regional en un departamento principalmente agrícola y, después de más de diez años Pasto aún no cuenta con la prometida Central de Abastos.

Adentrándose en el problema encontramos que para dicho proyecto aún no se han elaborado estudios enfocados en el alcance de sus impactos sociales económicos y ambientales razón por la cual en esta investigación se realizará una recolección de información de tipo cuantitativa y cualitativa de estos impactos orientada a justificar y priorizar las decisiones de inversión en el mismo.

## **2.2 Formulación del problema**

¿Cuál es el impacto social, económico y ambiental de la implementación de una central de abastos de productos agroindustriales en la ciudad de San Juan de Pasto – Nariño?

## **2.3 Justificación**

San Juan de Pasto cuenta con una favorable ubicación geográfica siendo capital del departamento de Nariño reconocido por su vocación agropecuaria ancestral y por tener diversidad de microclimas así como sus cercanías a fronteras de otros países hermanos, posición que la convierte en una ciudad de paso obligado para la comercialización y distribución de grandes cantidades de productos agrícolas y pecuarios con destinos nacionales e internacionales.

Sin embargo la capital del departamento hoy solo cuenta con plazas de mercado poco acordes a sus necesidades y volúmenes de comercialización. Está más que diagnosticada la necesidad que tiene la región de implementar la construcción de una Central de Abastos para el municipio que le permita potenciar todas estas ventajas comparativas y competitivas, sin embargo los estudios de pre factibilidad existentes y estudios previos de inversión se limitan a

describir las problemáticas y el funcionamiento ideal de la central de abastos mas no tratan de cuantificar el impacto que este proyecto generaría, por esta razón esta investigación no busca identificar la necesidad en sus dimensiones e implementación, sino que se realiza con el propósito de evaluar los impactos sociales, económicos y ambientales del proyecto de manera cualitativa y cuantitativa con la participación de todos los entes territoriales y no gubernamentales relacionados así como de la comunidad y sus expectativas frente a la realización del mismo.

La problemática actual no solo se limita a un proyecto de inversión social sino a la búsqueda de prontas soluciones a los altos índices de descargas orgánicas que tiene que asumir la ciudad afectando su medioambiente por el desperdicio de productos agrícolas, la contaminación visual y auditiva que estas plazas de mercado generan, los altos índices de inseguridad y riesgos de salubridad e inocuidad de los productos que afectan a los ciudadanos y, finalmente el costo de oportunidad y reducción en ventas representado en reducción del ingreso para el productor y/o comercializador incrementando los niveles de pobreza del sector; los cuales seguramente se verían incrementados positivamente con la implementación de instalaciones adecuadas acompañadas de procesos de capacitación y fortalecimiento en la comercialización de los productos agroindustriales de Nariño a través de una Central de Abastos.

Teniendo en cuenta que los estudios de impacto socioeconómico de un mismo proyecto de inversión generalmente difiere en gran medida a otro en cuanto sus variables de tiempo modo y lugar también son diferentes y no pueden limitarse a la extrapolación de experiencias anteriores sino que necesariamente requiere un análisis en particular en cada caso, encontramos que existe poca literatura relacionada con un método estándar de investigación de impactos socioeconómicos en centrales de abasto por lo tanto la elección de la metodología para nuestra investigación se realizó aplicando los conocimientos obtenidos durante la Maestría en Mercadeo Agroindustrial especialmente de Prospectiva estratégica ya que se trata de una inversión futura partiendo de una realidad actual se realiza la aplicación de las matrices MIC MAC, MPC y Mactor se para evaluar cualitativa y cuantitativamente los escenarios futuro.

## **2.4 Objetivos**

### ***2.4.1 Objetivo general***

Evaluar el impacto social, económico y ambiental en la implementación de la Central de Abastos en el municipio de Pasto.

### ***2.4.2 Objetivos específicos***

Realizar un diagnóstico social, económico y ambiental del entorno en las plazas de mercado en la ciudad de Pasto desde el punto de vista de pequeños productores locales, ciudadanos usuarios de plazas de mercados, grandes productores y mayoristas.

Realizar una evaluación del impacto socioeconómico y ambiental que tiene la implementación de la central de abastos en la ciudad de Pasto.

Determinar los puntos críticos en el funcionamiento de la central de abastos y con base en ellos sugerir unas recomendaciones que permitan la optimización en el proceso de implementación.

## **2.5 Marco teórico**

### ***2.5.1 Producción agrícola***

Discount (2012) afirma que es la actividad de cultivar la tierra, englobando conocimientos y técnicas, que conforman un conjunto, objeto de estudio de la ciencia de la agronomía. La agricultura es una actividad primaria dentro de la economía, al trabajar con materias primas o “commodities”. En este sentido, la agricultura transforma el ambiente natural, a partir de acciones humanas destinadas a prácticas de tratamiento del suelo y de los cultivos. (p.21).

La agricultura se dedica a la explotación de recursos que son originados por la tierra, y en la cual el hombre la favorece mediante recursos y acciones que tienen precisamente como objetivo aumentar la producción agrícola. Por esto, es una actividad económica de mucha importancia y relevancia puesto que es la base de alimentación de las sociedades, y en algunos países es motor de desarrollo y riqueza económica.

La producción agrícola engloba tanto la generación de alimento, tanto para humanos como para animales (vegetales, frutas, hortalizas, fibras, tubérculos, etc.) sino que también están incluidas las actividades de producción de cuero, madera, productos químicos como el etanol,

almidón y azúcar, de fibras como el algodón o el lino, de combustibles como el biodiesel que se obtiene del etanol, productos farmacéuticos y drogas.

### **2.5.2 Aspecto socio económico**

Planeta (2011) estima que los aspectos socioeconómicos como el conjunto de los diferentes factores sociales principalmente idiosincrasia de la población, cultura, modus vivendi, vestuario, educación, costumbres, religión, lengua, educación, mano de obra capacitada, salud, seguridad, y los factores económicos como el valor de la moneda, riesgo país, PIB, inflación, niveles de producción, desempleo, recursos naturales y no naturales de un país; analizados en conjunto como causa y a la vez consecuencia uno del otro (Los factores económicos inciden en los sociales y viceversa; uno es reflejo del otro). La socioeconomía establece los niveles de interacción entre ambos factores: los sociales y los económicos. (p.156)

### **2.5.3 Aspecto ambiental**

Esta definición comprende el conjunto de factores externos que rodean al individuo y que afectan su desarrollo integral. Entre estos es posible destacar los factores sociales y los económicos que implica además el efecto que ejerce cada uno de sus componentes en su desarrollo individual y en la compleja interacción de este con su medio.

Gómez (1995) afirma que actualmente la evaluación de impacto ambiental es un instrumento de gran aplicación en la sociedad y cumple un papel muy importante en la interacción de la sociedad y el medio ambiente. Se ha convertido en uno de los principales instrumentos preventivos para la gestión del medio ambiente por parte de las entidades gubernamentales las cuales promueven el diagnóstico de los efectos secundarios no esperados de la implantación de un plan o programa o el desarrollo de un proyecto dentro del marco natural. (p.231)

### **2.5.4 Caracterización de la Central de Abastos**

Andrade (2010) dice: uno de los principales servicios que deberá cumplir la Central de Abasto es el mejoramiento de la comercialización agrícola y disponer de un lugar en el cual los agricultores puedan encontrarse con los comerciantes; aumentar la competencia a nivel minorista y mayorista mediante la disposición de un lugar conveniente en donde los agricultores pueden encontrarse en un lugar acogedor y funcional con los consumidores; Mejorar los aspectos de higiene cuando las actividades de comercialización se estén llevando a cabo en forma

antihigiénica; reducir las pérdidas pos cosecha protegiendo la producción agrícola de la luz solar, la lluvia etc.: hacer la comercialización una actividad más placentera; constituirse en un foco de actividades agropecuarias en todo su sentido es decir brindar la herramientas para una competitividad a nivel nacional e internacional. (p.189)

*Roles de una central de abasto.* Los roles de las centrales de Abasto tienen un gran valor en el proceso de su creación, ya que sirve al productor como un recurso al momento de la comercialización de los productos. Tomando en cuenta los diferentes roles a continuación se describen:

Concentración de la oferta rural: es una de las características principales de la producción agrícola es la atomización y dispersión de las unidades productores y por ende de la oferta de los productos.

Incremento del poder de negociación: el productor agrícola, básicamente el pequeño y mediano constituyen el mayor porcentaje nacional, carece de poder de negociación en los mercados, el cual es detentado por los compradores mayoristas o industriales. Quienes al final son los que establecen los precios al producto.

Incremento de la producción: el principal estímulo que tienen los agricultores lo constituyen el intercambio de su producto por dinero.

Mejoramiento de la calidad: las actividades del centro de acopio se incluye la manipulación, clasificación y adecuación del producto, funciones que se desempeñan en procura de agregarle valor comercial, eliminando las impurezas traídas desde los centro de producción y adecuando los volúmenes y presentaciones a los requerimientos de la demanda inmediata.

### ***2.5.5 Políticas de desarrollo***

La Constitución Política de Colombia faculta a los municipios para orientar el desarrollo de sus territorios Art. 311 y regular los usos del suelo, Art. 313. La ley 152 de 1994 Art. 41 prevé que además del Plan de Desarrollo, los municipios contarán con un Plan de Ordenamiento Territorial. La Ley 99 de 1993 establece que los municipios deberán dictar sus propias normas sobre ordenamiento territorial y reglamentación del uso del suelo, de conformidad con la Constitución y la Ley, la ley 388 de 1997 que modifica la Ley 9 de 1989 establece la obligación

de los municipios de expedir el plan de ordenamiento en concordancia con el plan de desarrollo municipal.

### ***2.5.6 Políticas del plan de desarrollo municipal***

Dunlap (1979) dice: Dentro del Plan de Desarrollo Municipal en el Capítulo II Competitividad y Productividad una de las bases del bienestar económico de la población se encuentra sustentada en la existencia de micro, pequeñas y medianas empresas que generan un considerable porcentaje de las oportunidades laborales, estas se tropiezan con una deficiente infraestructura que impide incluirse exitosamente en el escenario globalizado vigente, una debilidad manifiesta en la capacitación del recurso humano hacia habilidades laborales específicas. Como respuesta, esta política pública de competitividad pretende generar bases de crecimiento local e impulsar el emprendimiento y la asociatividad empresarial, que posibilita la generación de ingresos y el incremento de la oferta de empleo para sus habitantes y realiza intervenciones en los diferentes frentes. (p.76)

### ***2.5.7 Estudios de impacto socioeconómico***

Peláez (2012) dice: los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios. (p.28)

En un contexto de crisis y recursos económicos limitados, resulta cada vez más importante para las Administraciones Públicas considerar los retornos de sus inversiones y centrarse en aquellos proyectos o actividades que generan un mayor beneficio para la sociedad. Es también de vital importancia entender la repercusión de sus actuaciones sobre la economía y el empleo.

Los estudios de impacto económico ayudan a las Administraciones Públicas en la toma de decisiones sobre proyectos de inversión y medidas de política pública:

Proporcionan información cuantitativa y cualitativa sobre los impactos en producción, empleo, recaudación impositiva o medioambiente.

Permiten justificar las decisiones de inversión frente a la sociedad y ante otras Administraciones Públicas, así como comunicar con transparencia a través de los medios de comunicación.

Permiten atraer el interés de patrocinadores y otras fuentes de financiación de proyectos.

El impacto socioeconómico de un mismo tipo de inversión puede ser muy diferente dependiendo de las características del país o región y del momento temporal en el que se lleve a cabo. La cuantificación del impacto económico no debe por tanto basarse en la mera extrapolación de otras experiencias, sino que requiere un análisis específico caso por caso.

### **Tipos de impacto socioeconómicos.**

De acuerdo a las publicaciones de PWC (PricewaterhouseCoopers S.L, 2012), Las metodologías para la cuantificación del impacto económico son robustas y rigurosas, y se basan en el empleo de técnicas estándar contrastadas académicamente. (p.126)

Los métodos que permiten valorar todos los impactos derivados de las actuaciones públicas:

**Impacto directo.** Se corresponde con la producción (valor añadido bruto) y el empleo generados en aquellos sectores que son receptores directos de las inversiones. También se refiere al gasto que atrae la organización del evento o el despliegue de la nueva infraestructura, así como los que se ven afectados por la reforma normativa o regulatoria.

**Impacto indirecto.** Se corresponde con la producción y el empleo generados en los sectores que se benefician indirectamente de las inversiones y del gasto, es decir, aquellos que suministran a los sectores directamente afectados los bienes y servicios necesarios para su actividad.

**Impacto inducido.** Se corresponde con la producción y el empleo que se genera gracias al consumo de bienes y servicios que realizan los empleados de los sectores que se benefician, directa o indirectamente, de las inversiones y gastos.

Para conocer el impacto en su totalidad, es preciso medir los impactos económicos, sociales, fiscales y medioambientales de la iniciativa objeto de análisis, así como tener en cuenta otras medidas y variables que le puedan afectar.

Figura 1. *Tipos de impacto*

Fuente: PELÁEZ, José Antonio (2012) PWC. Estudio de impacto socioeconómico PricewaterhouseCoopers S.L,

Los estudios de impacto económico ayudan a las Administraciones Públicas en la toma de decisiones sobre proyectos de inversión y medidas de política pública ya que proporcionan información cuantitativa y cualitativa sobre los impactos en producción, empleo, recaudación impositiva o medioambiente, permiten justificar las decisiones de inversión frente a la sociedad y ante otras Administraciones Públicas, así como comunicar con transparencia a través de los medios de comunicación. Igualmente permiten atraer el interés de patrocinadores y otras fuentes de financiación de proyectos.

Cuadro 1. *Motivaciones estudio de impacto*

**Principales motivaciones para los estudios de impacto**

Reactivas	Proactivas
Regulación / reformas legislativas	Reputación
Comparabilidad y estándares	Oportunidades de negocio
Competencia	Financiación y patrocinio
Grupos de presión	Lobby

Fuente: PELÁEZ, José Antonio (2012) Pwc Estudios de impacto económico. Como valorar la repercusión y el retorno de iniciativas e inversiones públicas. PricewaterhouseCoopers S.L,

Si bien existe una amplia literatura en torno a los beneficios de impactos sociales también es necesario tener en cuenta la diversidad de variables y contextos que no permiten una estandarización de un método de evaluación, el referente más cercano es el diagnóstico realizado a las centrales de abasto en México denominado “Elementos para evaluar el impacto social, económico y ambiental” que tiene como meta fundamental generar elementos metodológicos para evaluar el impacto económico, social y ambiental, así como guiar las políticas públicas para su desarrollo.

En términos generales, ante la carencia de datos cuantitativos para el estudio de fenómenos sociales se recurre a la aplicación de métodos de análisis estadísticos y a la aplicación de instrumentos para recoger, organizar, resumir y analizar datos, realizando las siguientes actividades:

Elaboración del marco básico de interpretación del fenómeno social a estudiar, estableciendo las hipótesis de estudio. En términos generales, corresponde a las preguntas que se busca responder con la realización del estudio.

Determinación de las variables de estudio, es decir de los aspectos o valores que parecen ser los más pertinentes para comprender un hecho.

Preparación del cuestionario. Las preguntas son resultado de las variables de interés y pueden ser: a) abiertas, cuando no se proporciona una opción; b) de elección entre opciones opuestas; c) con codificación cerrada (acierto, desacierto); d) de opción entre enunciados. Para verificar su nivel de confiabilidad se pueden desarrollar pruebas de léxico (para verificar el sentido o significado de ciertas frases o palabras), o presentación en grupos de enfoque, (interacción grupal que permite hacer manifiestas algunas expresiones colectivas que no surgen en las entrevistas personales).

Diseño de la muestra. Para que las conclusiones del estudio y de la inferencia estadística sean válidas, debe seleccionarse una muestra de individuos que tengan la misma probabilidad de ser incluido. Para determinarla, existen diferentes métodos estadísticos, entre los que destacan el uso de una tabla de números aleatorios o la técnica de muestreo sistemático. El tamaño de la muestra se

determina tomando en cuenta los propósitos generales de la investigación y la naturaleza del instrumento de medición.

Análisis de la información. Para realizar el análisis de la información se realiza un proceso previo de captura y validación de la misma. La información procesada se analiza, nuevamente dependiendo de las características del estudio, con métodos estadísticos que permiten realizar interpretaciones sólidas dirigidas a evaluar las hipótesis que guiaron el estudio. Asimismo la elaboración de indicadores hará posible describir, entender o explicar los fenómenos sociales como el impacto en la comunidad.

Según el plan de desarrollo departamental: Nariño se encuentra localizado al sur occidente Colombiano. Su superficie es de 33.265 Km<sup>2</sup>, correspondiente al 2,9% de la extensión territorial del país. Los límites del departamento son: Al norte con el departamento del Cauca, hacia el sur con la república del Ecuador, al oriente con el departamento del Putumayo y al occidente con el Océano Pacífico. El departamento de Nariño cuenta con una población proyectada al año 2005 de 1.775.973 habitantes. Tiene 64 municipios, 64 resguardos indígenas y 56 consejos comunitarios. Dentro de los centros urbanos importantes se encuentran las ciudades de Pasto, Tumaco, Ipiales, Túquerres y Samaniego

El departamento de Nariño se divide en seis subregiones, la subregión de Pasto, de Túquerres, de Ipiales, de La Unión, cada una de ellas con once municipios; la subregión de Tumaco y de Sandoná con 10 municipios respectivamente. La subregión de Pasto está formada por los municipios de: Chachagüí, Consacá, Íles, Funes, Imués, Buesaco, La Florida, Tangua, Nariño, Yacuanquer y Pasto.

## **2.6 Antecedentes**

El presente análisis presenta avances tanto en el contexto de estudio de impacto social, económico y ambiental a nivel internacional, nacional y local tanto a nivel de proyectos de inversión públicos y metodologías validadas que permitan medir el impacto, igualmente se presentan estudios o avances en materia de centrales de abastos.

### ***2.6.1 Entorno internacional***

En la actualidad y a nivel internacional se encuentran modelos organizados y experiencias exitosas de centrales de abastos donde los mercados locales y globales de mercancías y servicios están caracterizados por un gran dinamismo, el cual es producto principalmente de los constantes cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, el mayor uso de tecnologías de información y las mejoras en los sistemas de comunicación.

El nuevo escenario mundial ha cambiado las condiciones no sólo para las empresas productoras, sino también las comercializadoras, las cuales se encuentran inmersas en un mundo de alta competencia, donde se han incrementado las posibilidades de acceder a nuevos mercados, pero igualmente se ha incrementado el número de participantes que luchan por el mismo y, por lo tanto, los retos que éste genera.

Según la Cámara de Comercio de México (2003): Cabe resaltar el documento Diagnóstico de las centrales de abasto en México donde se afirma que: las centrales de abasto forman parte de un sector estratégico y prioritario para el país, ya que están relacionadas con el suministro de alimentos y su abasto a la población. Las centrales de abasto son fuente de abastecimiento de: mercados públicos, mercados sobre ruedas, tiendas de abarrotes, verdulerías y fruterías, entre otros, los cuales atienden principalmente a la población de menores recursos.

De la misma manera en el estudio “Organización comercial en la central de abastos en Toluca” Orozco (2001) dice: se caracteriza la forma en que se organizan los actores sociales que intervienen en la actividad comercial, como indicador de la efectividad y cumplimiento de las metas alcanzadas por la central de abastos donde se analizan los impactos logrados y se estudian alternativas adecuadas para la implementación.

### ***2.6.2 Entorno nacional***

Realizando una investigación sobre impactos económicos, sociales y ambientales de centrales de abastos a nivel nacional se recogió la siguiente información:

Arce (2010) dice: “Colombia cuenta con doce centrales de abastos ubicadas en diferentes ciudades del país, en las cuales se comercializa en su gran mayoría productos agroindustriales. Normalmente encontramos excesos o escasez de productos en cada uno de estos acopios, esto se

produce porque no existe un sistema de comunicación interno entre las centrales donde se identifique la cantidad de producción con que cuenta la central, a raíz de este problema nace “RedCent”, una plataforma virtual que aparte de brindar privilegios no solo a las centrales de abastos del país, sino también a cada uno de los colombianos a detectar oportunidades de negocio para la compra y venta de productos. Otros de los privilegios con que cuentan los usuarios de la plataforma es tener la posibilidad de consultar en tiempo real y en línea las tendencias y precios de cada uno de los productos en cada central de abastos del país. Con este sistema se estandarizará los precios de los productos y se garantizará en gran medida la seguridad alimentaria de Colombia”.

Las fluctuaciones constantes que se presentan en los abastecimientos de productos alimenticios en cada una de las centrales de abastos del país, ocasionan recurrentes incrementos en los precios de la canasta familiar. Esto se debe principalmente al déficit de productos alimenticios, situación generada por múltiples factores como el clima, plagas, coste de suministros, entre otros. Sin embargo, otro factor muy importante que incide en este problema, es la falta de comunicación existente entre estas centrales para conocer en tiempo real, en qué lugares del país hay exceso y/o escasez de productos. Como respuesta a esta problemática, se desarrolló una plataforma virtual que permite gestionar toda la información correspondiente a oferta y demanda de productos alimenticios entre las Centrales de Abastos del país.

Con el fin de detectar oportunidades de negocio, “RedCent” permite determinar en tiempo real, en qué lugares del país se encuentra una escasez o exceso de un producto, así como también la variación de los precios de los mismos. Esta plataforma involucra todo el sector agropecuario del país, Además de su impacto nacional, ya que beneficia no solo a las centrales y comercializadores que participan, sino también a cualquier usuario que desee vender o comprar productos en la plataforma.

Características de las instalaciones y el abastecimiento en central de abastos de Villavicencio

La central mayorista de Villavicencio - Llanoabastos S.A., fue constituida el 16 de diciembre de 1991 en la notaria primera de Villavicencio con el fin de organizar, concentrar y proporcionar un espacio físico a los comerciantes mayoristas de alimentos perecederos de la

ciudad. También con el objeto de lograr la reubicación de los comercializadores de las plazas de mercados de San Isidro y Siete de Agosto en una única central de abastos. El presente documento tiene por objeto explicar aspectos generales de la infraestructura, logística comercial y abastecimiento de alimentos de este mercado mayorista.

Respecto a la logística en la central genera alrededor de 140 ton mensuales de desechos, de los cuales el 80 % son orgánicos. En este orden de ideas, los operarios encargados del aseo de la central recolectan y separan las basuras para que posteriormente la empresa municipal de aseo “Bioagricola” las recoja los residuos y traslade al relleno sanitario.

Adicionalmente, Llanoabastos opera todos los días desde la 1:00, hora en que inicia el mercado. Cabe destacar que los días lunes, miércoles y viernes son los de mayor concurrencia de visitantes a la mayorista y por tanto se registra un mayor ingreso de alimentos frescos.

#### *Caracterización general de los mercados mayoristas*

De acuerdo a Rodríguez (2009) en el estudio “la Función de los mercados mayoristas en los centros urbanos de Colombia” se estima que desde el punto de vista conceptual, los mercados mayoristas son estructuras físicas en las que se realizan intercambios comerciales entre agentes, reunidos con el objetivo de comprar y vender productos alimentarios frescos y transformados, en los cuales actúan diferentes tipos de operadores de servicios logísticos, financieros y de otras actividades necesarias para el buen funcionamiento comercial y el control sanitario de los alimentos. (p.18)

La definición oficial, fijada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural en el artículo primero del Decreto 397 de 1995, establece que «se considera Mercado Mayorista aquella instalación o conjunto de instalaciones construidas y adecuadas para realizar actividades comerciales de compraventa al por mayor de productos de origen agropecuario y pesquero, con el objeto de abastecer suficientemente a la población y facilitar el proceso de modernización de la comercialización, mediante el mejoramiento de las técnicas de manejo de los productos y de las prácticas de mercadeo.

Es decir, se aborda una definición desde el punto de vista de las infraestructuras, pero no desde el punto de vista funcional y del papel que cumple en sí mismo un mercado mayorista

desde un enfoque sistémico de lo que es la distribución de alimentos. Un enfoque que analice los efectos que tienen hacia atrás y hacia adelante de la cadena de distribución las decisiones y las actuaciones de los comerciantes de los mercados mayoristas y el papel que pueden llegar a desempeñar.

El mismo decreto señala, en su artículo segundo, que quienes realicen operaciones al por mayor en los mercados mayoristas, ya sea persona natural o jurídica, deben estar legalmente registrados como comerciantes en la respectiva Cámara de Comercio, cumpliendo para tal efecto con los requisitos legalmente establecidos. Sin embargo, no se definen los parámetros para determinar a qué se refiere el término «operaciones al por mayor», lo que impide establecer un control efectivo sobre el cumplimiento de requisitos a dichos agentes, más aún cuando, en muchos casos, los denominados comerciantes mayoristas cumplen con su papel de comerciar en grandes volúmenes en las primeras horas de funcionamiento del mercado, pero, a partir de cierto horario, desempeñan el papel de comerciantes minoristas con ventas al detal.

Según Rodríguez (2009) en el estudio de los mercados mayoristas se identifican algunos problemas que se citan a continuación

Componente	Problemas	Organismo responsable
Tránsito	No se aplican reglamentos de transporte. Falta presencia institucional. Dificultades de movilidad y transporte informal. Accidentes de tránsito frecuentes. Falta de control por parte de las oficinas de tránsito municipal. Incumplimiento de las normas locales de tránsito y falta de control por parte de las autoridades competentes (tipo de vehículos permitidos, horarios, transbordo de alimentos, etc.).	Secretaría de tránsito o de movilidad municipal
Salubridad	Falta de control sanitario por parte de autoridades locales. Ventas callejeras de alimentos. Falta de cultura de consumo.	Secretaría de salud municipal Invima Secretaría de gobierno municipal
Control de normas	Desconocimiento de la normatividad por parte de todos los agentes de la cadena (productores, transportadores, comercializadores). Invasión de áreas comunes y del espacio público en los alrededores de los mercados, cuyo control está bajo las secretarías de gobierno. No hay control sobre el cumplimiento de las normas; en la práctica, se cumplen voluntariamente.	Secretaría de salud municipal Invima Secretaría de gobierno municipal
Seguridad	Falta de operativos por parte de la policía. Consumo y tráfico de sustancias psicoactivas y hurtos. Difícil la interacción con la policía.	Policía Nacional

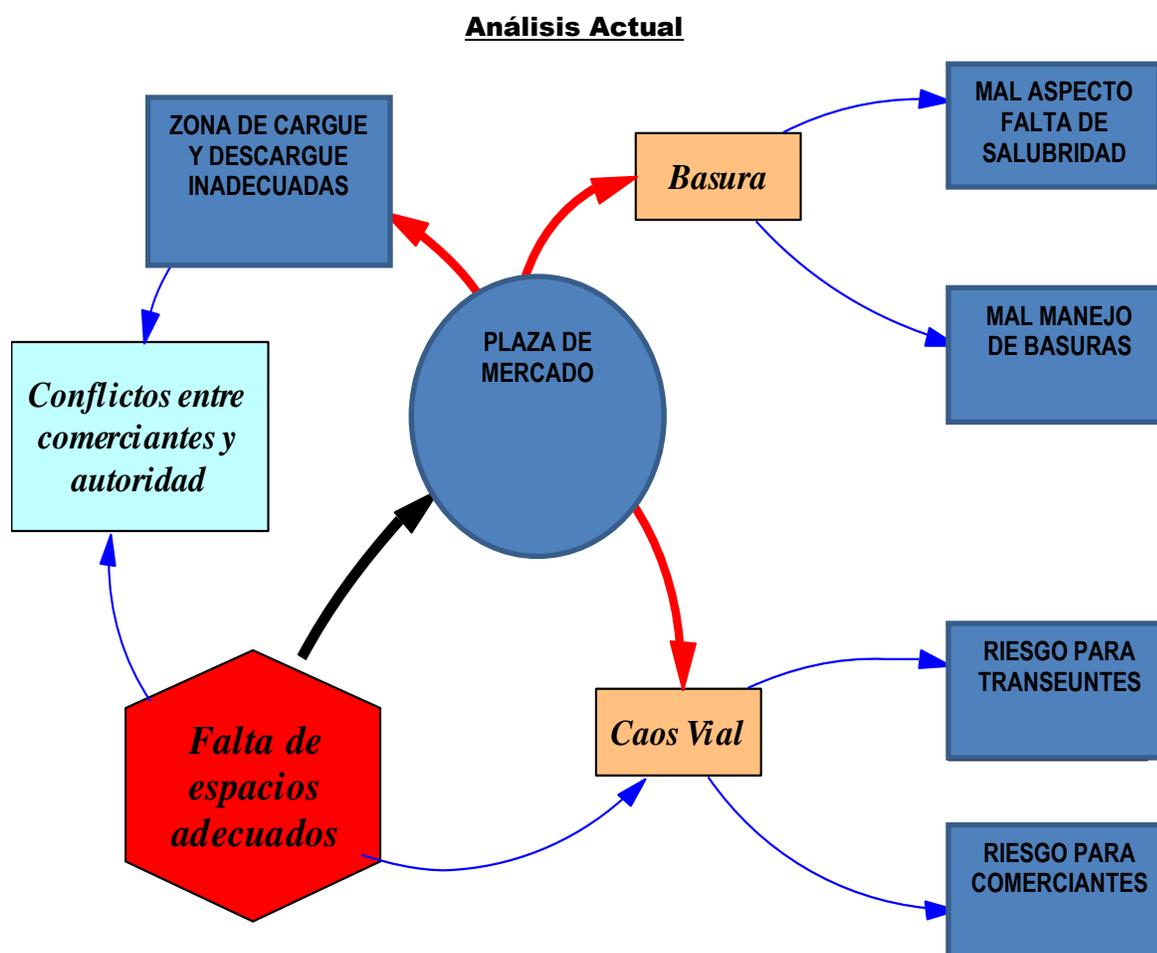
Fuente: encuesta a gerentes de mercados mayoristas, octubre de 2009.

### 2.6.3 Entorno regional

A nivel regional se encontraron algunos documentos de interés enfocados en el estudio de variables económicas, sociales y ambientales relacionadas a la comercialización de productos agroindustriales en la región.

Según Valencia (2007) la comercialización de productos frescos en plazas de mercado. De acuerdo al estudio de comercialización de productos agropecuarios en plazas de mercado elaborado en la Universidad de Nariño, expresan que la mayor parte de la producción del departamento se comercializa directamente por los agricultores y/o intermediarios en las diferentes plazas de mercado de las cabeceras municipales de la zona andina, la más importante se sitúa en la ciudad de Pasto, donde se ubican las plazas de mercado.

Figura 2. *Análisis actual de la plaza de mercado de Pasto*



Fuente: ANDRADE, Sofía (2010). Alcaldía de Pasto. Análisis previos de comercialización, competitividad, sistemas de producción agrícola para la planificación y diseño central de abastos del municipio de San Juan de Pasto. 2010.

Cuadro 2. *Principales plazas de mercado de la ciudad de Pasto*

NOMBRE	UBICACIÓN	PPALES DÍAS DE MERCADO
Mercado El Potrerillo	Zona Oriental	Lunes – Jueves
Mercado satélite El Tejar	Zona sur oriental	Lunes
Mercado de Los Dos Puentes	Zona Centro	Sábado – Domingo
Mercado CAM Anganoy	Zona occidente	Domingo
Plazas estacionarias	Diferentes zonas de la ciudad	Diferentes días

VALENCIA, Felipe (2007). Universidad de Nariño. Estudio de comercialización de productos agropecuarios en las plazas de mercado.

El estudio permite comprobar que los métodos de transporte, almacenamiento, conservación, acondicionamiento y venta no son óptimos, que hay proliferación de insectos, roedores y contaminación en general así como problemas de inseguridad.

El estado sanitario del producto es demasiado precario pues es manipulado constantemente por compradores y/o se mantiene en contacto con el suelo, animales y desechos que causan contaminación por microorganismos.

La principal causa de deterioro y pérdida del producto se presenta por deficiente capacitación e implementación de las buenas prácticas agrícolas y manejo post-cosecha las pérdidas se estiman alrededor del 25%.

Figura 3. *Situación del mercadeo en la plaza*



Fuente: VALENCIA, Felipe (2007) Universidad de Nariño. Estudio de comercialización de productos agropecuarios en las plazas de mercado.

El estudio también identifica otros aspectos importantes tales como la seguridad ciudadana y señalización industrial las cuales son deficientes frente a las necesidades de los usuarios que se encuentran expuestos a ser víctimas de conductas delictivas o a sufrir accidentes al interior del establecimiento.

### **3. Metodología**

#### **3.1 Área de estudio**

La ciudad de San Juan de Pasto, como capital del Departamento de Nariño, se localiza en el extremo suroccidental de Colombia a una altura de 2.559 metros sobre el nivel del mar y posee una temperatura media de 14 grados centígrados. El territorio municipal tiene una superficie de 1.181 km<sup>2</sup> y una área urbana de 26.4 km<sup>2</sup>. La ciudad de San Juan de Pasto se conecta hacia el Norte y por vía terrestre con Popayán, hacia el sur se localiza Ipiales en la Frontera y la República del Ecuador a través de la carretera Panamericana. Hacia el occidente la ciudad se comunica con el Puerto de Tumaco sobre el Océano Pacífico y hacia el oriente con Mocoa en el Departamento de Putumayo.

La zona urbana (cabecera municipal) cuya población censada en 2005 era de 312.759 habitantes, es la segunda ciudad más grande de la Región Pacífica después de Cali.

La población total del municipio (Urbana y rural) estimada para 2012 según datos de proyección del DANE es de 423. 217 habitantes.

#### **3.2 Tipo De Estudio y método de investigación**

Se utilizó un tipo de estudio exploratorio por cuanto se buscó indagar acerca del impacto social, económico y ambiental de la implementación de una central de abastos en la ciudad de Pasto.

Además pertenece a un enfoque descriptivo por cuanto su preocupación primordial radicó en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, en este caso la evaluación del impacto social, económico y ambiental de la implementación de la central de abastos en la ciudad de Pasto, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada.

Investigación cuantitativa: Para el presente estudio se utiliza la investigación cuantitativa porque se procederá a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas.

Método de investigación: El método de investigación a aplicar en el presente proyecto es inductivo porque se tomó una muestra poblacional y los resultados se generalizaran en el momento de tomar decisiones. Utilizó un método de investigación inductivo, ya que es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales.

El método inductivo es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares se obtiene conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados.

El método inductivo utiliza

La observación directa de los fenómenos.

La experimentación.

El estudio de las relaciones que existen entre ellos

De acuerdo a los objetivos planteados en esta investigación se aplicó el siguiente método y fuentes de recolección de información.

Objetivo	Método	Técnica de recolección de información
Realizar un diagnóstico social, económico y ambiental del entorno en las plazas de mercado en el municipio de Pasto desde el punto de vista de pequeños productores locales, ciudadanos usuarios de plazas de mercados, grandes productores y mayoristas.	Cuantitativo Inductivo Enfoque descriptivo	Encuestas Entrevistas Interpretación y análisis de encuestas.
Realizar una evaluación del impacto socioeconómico y ambiental que tiene la implementación de la central de abastos en el municipio de Pasto.	Inductivo Enfoque descriptivo	Mic Mac – introducir resultados de entrevistas en el Mic Mac para obtener calificación de impactos
Determinar los puntos críticos en el funcionamiento de la central de abastos y en base a ellos sugerir unas recomendaciones que permitan la optimización en el proceso de implementación.	Inductivo Enfoque descriptivo	Análisis Descripción opiniones expertos

### 3.3 Fuentes de recolección de información

Las fuentes de información son:

Fuentes secundarias: Las fuentes secundarias que se utilizaran en el desarrollo del presente trabajo son textos basados en Centrales de Abasto, el estudio realizado por la Alcaldía

Municipal de Pasto. Las fuentes secundarias permiten generalizar, analizar, sintetizar, interpretar o evaluar la información que se recolecte. Se utilizará para esta investigación resúmenes, compilaciones o listados de referencias, preparados con base en fuentes primarias, información ya procesada.

Fuentes primarias: Son aquellas fuentes que contienen información nueva u original y cuya disposición no sigue habitualmente ningún esquema predeterminado, se accede a ellas directamente o por las fuentes de información secundaria. Se aplicaran encuestas a productores locales – comerciantes, mayoristas, ciudadanos usuarios. Se realizara una entrevista semiestructurada a la Alcaldía Municipal y a la administración actual de la plaza de mercado.

### 3.4 Tratamiento de la información

Se trabajó en la definición de la áreas prioritarias con el fin de realizar “Evaluación del impacto social, económico y ambiental en la implementación de la central de abastos de productos agroindustriales en la ciudad de pasto – Nariño.

Se diseñó un plan para investigar directamente con los actores involucrados en el proyecto y posteriormente se tabulará la información, se realizarán Gráficos de barras, se analiza y se realizarán conclusiones sobre el tema.

Población: Se aplicó investigación de campo a los actores involucrados, el cual consiste en las siguientes poblaciones:

Muestra: El diseño muestral es Muestreo Fijo ya que se realizará el proceso sobre toda la muestra que se establece 63.069 usuarios. Se aplicará la siguiente formula con un nivel de confianza del 90% y un error del 10%:

Numero de encuestas a realizar con un Nivel de confianza del 90% con usuarios ciudadanos.

$$n = \frac{N * Z * p * q}{(N-1) * E + Z * p * q}$$

n =	Muestra población	63069	
N =	Población		$\wedge^2$
Z =	Nivel de confianza	1,64	90%
E =	Grado de error	0,1	10%
			2,6896
			0,01

p = Probabilidad éxito 0,5 50%

Probabilidad de

q = Fracaso. 0,5 50%

$$n = \frac{N * (2,6896) * 0,50 * 0,50}{(N-1)*0,01+2,6896*0,5*0,5}$$

n =	66	Encuestas realizadas a cada grupo (externo/interno)	Total encuestas aplicadas 122
-----	----	--	----------------------------------

Se realizó una investigación documental la cual es realizada en los distintos tipos de documentos tales como libros, revistas, entre otras e investigación de campo, la cual es la investigación que se realiza en el lugar de los hechos es decir donde ocurre los fenómenos estudiados.

Posteriormente se realizó tabulación de las encuestas en Microsoft Excel, MIC MAC y la realización de gráficos en barras para el análisis e interpretación de la información, se aplicaron 66 encuestas a ciudadanos usuarios externos y 66 encuestas a usuarios internos de las plazas de mercado. De la misma manera se realizaron entrevistas con expertos de la administración municipal (focus group) donde participaron el Secretario de Desarrollo Económico de Pasto, el Consultor de Programas Ruta Competitiva de la Cámara de Comercio de Pasto, el Coordinador de la Red ORMET Suroccidente Colombiano del Observatorio Laboral del PNUD, el Profesional de Desarrollo Económico del Programa Creciendo Juntos del PNUD, el Coordinador de Relaciones Públicas e Internacionales del SENA Regional Nariño.

## 4. Resultados de la investigación

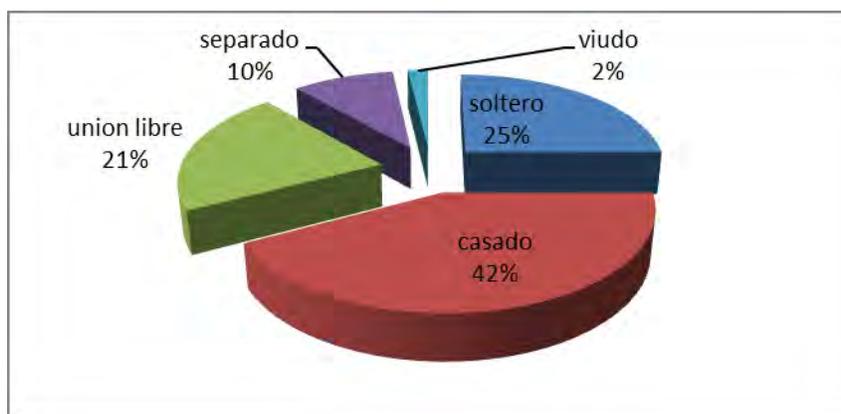
### 4.1 Diagnóstico social, económico y ambiental del entorno en las plazas de mercado

A continuación se presentan los resultados del diagnóstico social, económico y ambiental en el entorno de las plazas de mercado en el municipio de Pasto analizados de acuerdo a la perspectiva del pequeño productor local, los ciudadanos usuarios de plazas de mercados, y los grandes productores o mayoristas.

#### 4.1.1 Resultados de las encuestas a usuarios de la plaza de mercado

Con un margen de confianza del 90% se aplicaron 66 encuestas a usuarios de la plaza de mercado del Potrerillo donde fue posible determinar la situación actual de los usuarios y su percepción frente al funcionamiento y organización de la misma de la siguiente manera:

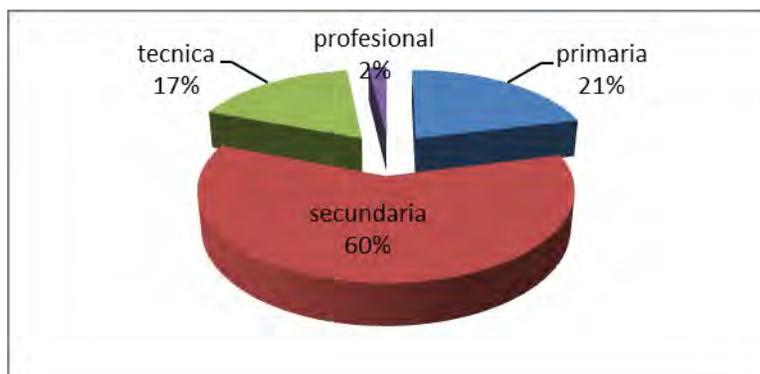
Figura 4. *Estado civil*



Fuente: El autor

Con respecto al estado civil de los usuarios encuestados el 42% son casados, 25% solteros, 21% vive en unión libre, 10% son separados y 2% son viudos. Se observa en la figura 4 que la mayoría de los encuestados son casados y en unión libre para un total 63% lo cual indica que las responsabilidades del hogar conllevan a un mayor gasto seguridad alimentaria y este a su vez al uso de las plazas de mercado convirtiéndose en parte fundamental para la economía de sus hogares.

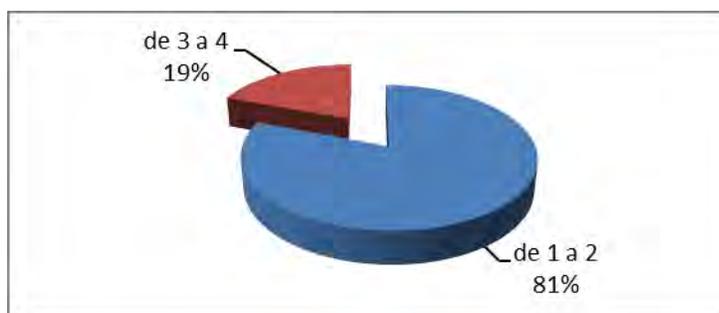
Figura 5. Nivel de estudios



Fuente: El autor

Con respecto al nivel de estudios se puede evidenciar según el trabajo de campo realizado que el 60% tiene estudios secundarios, 21% primarios, 17% técnicos y 2% profesionales. Según lo anterior se observa que entre mayor nivel educativo menor nivel de asistencia a la plaza de mercado, ya que se asocia a una plaza de mercado insegura y con poca organización, por tanto las personas con mayor grado educativo prefieren asistir a fruver en almacenes de cadena o supermercados donde el precio del producto se incrementa; otra apreciación es que generalmente los bajos niveles de educación se traducen en bajos niveles de ingreso por lo tanto un mayor impacto en el poder adquisitivo y calidad de vida de los mismos.

Figura 6. Estrato socioeconómico

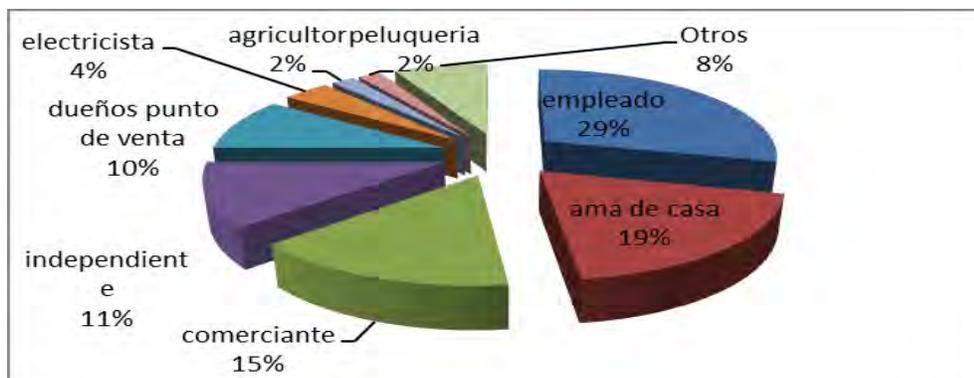


Fuente: El autor

En la gráfica se observa que el estrato socioeconómico es de 1 a 2 en un 81% y de 3 a 4 en un 19%. La mayor parte de la población usuaria es de estrato bajo y casi no se percibe la

presencia de estratos altos en las plazas de mercado, lo que se traduce de alguna en un notable ausentismo de clientes potenciales con alta importancia en el sector.

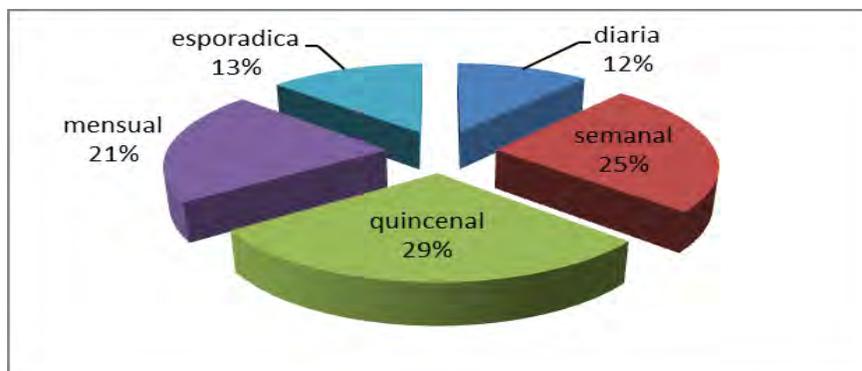
Figura 7. *Ocupación*



Fuente: El autor

Con respecto a la ocupación de las personas que asisten a la plaza de mercado, se observa que el 29% son empleados, 19% amas de casa, 15% comerciantes, 11% independientes, 10% dueños de puntos de venta, 4% electricista, 2% agricultor, 2% peluquero y 8% tiene otros oficios. Según lo observado existe un porcentaje mayor de personas empleadas que asisten a la plaza de mercado los cuales cuentan con la capacidad adquisitiva y la toma de decisiones, sin embargo es igualmente amplio el porcentaje de amas de casa que muchas veces no tiene el poder adquisitivo pero son quienes toman la decisión de compra; aspectos importantes a analizar en el planteamiento de estrategias de fijación de precios y mercadeo.

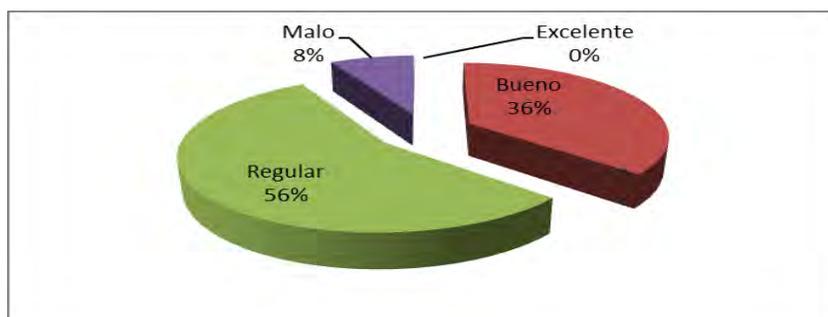
Figura 8. *Frecuencia de entrada a la plaza de mercado*



Fuente: El autor

Con respecto a la frecuencia de entrada a la plaza de mercado se observa que el 29% es quincenal, 21% mensual, 25% semanal, 12% diaria y 13% esporádica. Es importante conocer las frecuencias de compra de los usuarios para encadenar la capacidad instalada y los volúmenes de ventas; por otra parte esta frecuencia permite asociar los hábitos de compras a las formas de pago de salarios y/o ingresos del cliente los cuales efectivamente corresponden en su mayoría a quincenas y mensualidades.

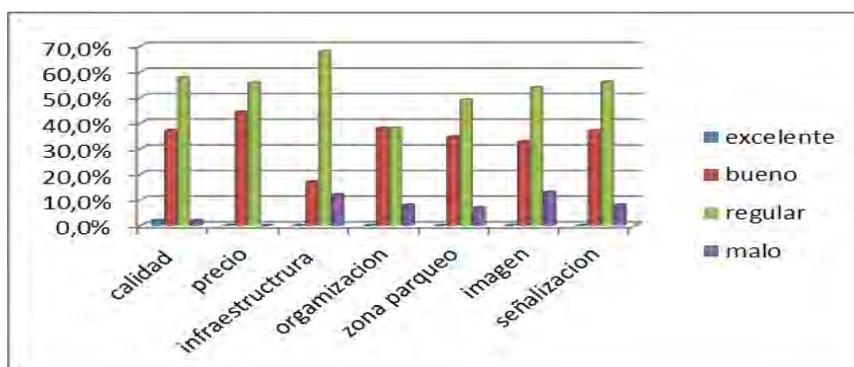
Figura 9. Calificación de factores en la plaza de mercado



Fuente: El autor

De acuerdo a la calificación de los factores en la plaza de mercado como Seguridad, Calidad del producto, Precios, Infraestructura, Organización, Zonas de parqueo y tránsito, Imagen y señalización fueron calificadas regular en un 56%, bueno 36%, malo 9% y malo 1%. Se observa en general una mala calificación ya que las condiciones de la plaza de mercado son bastantes precarias, sobresale la desorganización, el desaseo, la desorganización, difícil acceso y tránsito, entre otros. La calificación de los factores de detalla a continuación:

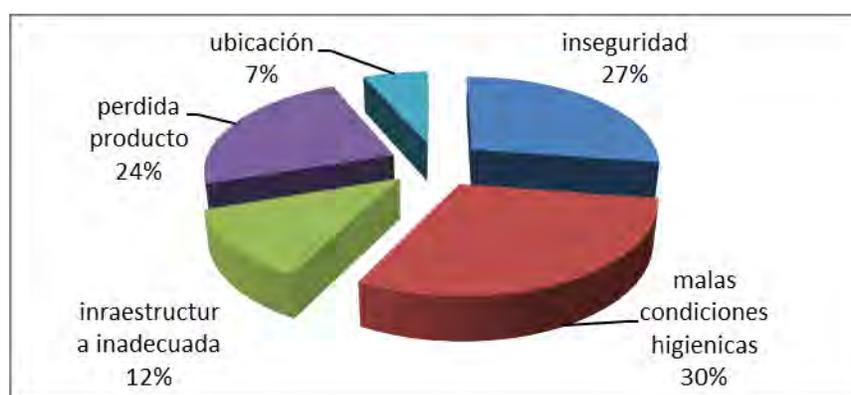
Figura 10. Calificación de factores



Fuente: El autor

Se observa que los factores más débiles según los usuarios es la infraestructura en un 62% calificado como regular, señalización en un 56% regular, imagen 54% regular, 52% regular las zonas de parqueo, 48% regular la organización y calidad en un 58% regular. En cuanto a la calidad se califica bueno en un 37% y regular en un 58% debido a la mala presentación y manejo del producto, en cuanto al precio se califica 42% bueno debido a la competitividad del precio de los productos frente a almacenes de cadena y otros establecimientos, en referencia a la infraestructura se observa que se califica regular en un 68% y mala 10% debido a que en la actualidad se encuentra muy deteriorada y no cuenta con las condiciones básicas para ofrecer un buen servicios a todos los actores que hacen uso de ella, la organización es calificada en un 38% buena y 38% regular debido a que no existen mecanismos de optimización de espacios, señalización, ubicación por productos entre otros. Las zonas de parqueo, señalización e imagen son calificadas regularmente por cuanto se presentan varias deficiencias en estas áreas.

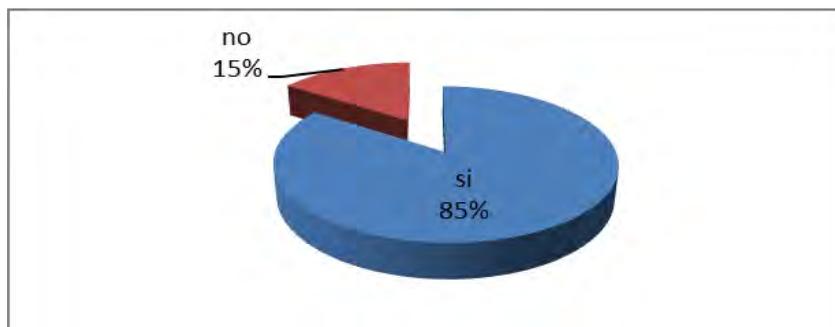
Figura 11. *Problemas que enfrenta la plaza de mercado*



Fuente: El autor

Con respecto a los problemas más frecuentes según los usuarios de la plaza se encuentran las malas condiciones higiénicas en un 30%, inseguridad en un 27%, pérdida del producto en un 24%, infraestructura inadecuada 12% y ubicación 7%. En este sentido es de destacar que según los usuarios se reconoce una problemática bastante evidente con respecto a las pésimas condiciones de salubridad y manejo poscosecha del producto que puede asociarse a la salud y tiene directamente que ver con la decisión de compra en la plaza de mercado.

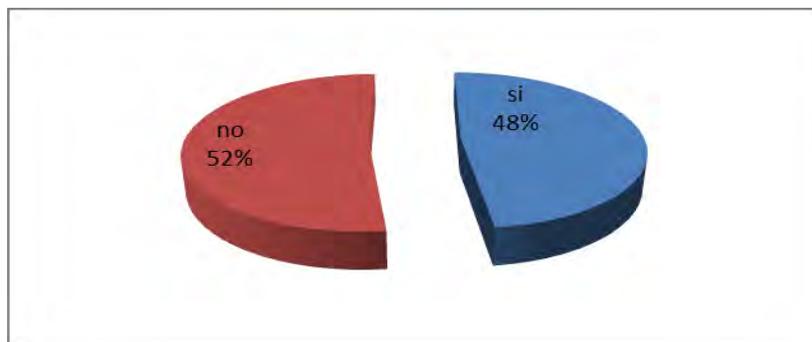
Figura 12. *Considera necesaria la implementación de una central de abastos en la ciudad de Pasto*



Fuente: El autor

Con respecto a la necesidad de la implementación de una central de abastos en la ciudad de Pasto se observa la importancia ya que un 85% considera una alta prioridad a este proyecto de gran impacto económico, social y ambiental en la ciudad de Pasto que se verá reflejado en un mejor calidad de vida tanto de los agentes internos que operan dentro de la plaza como los usuarios que buscan un servicio para abastecerse de productos de la canasta familiar. Estos usuarios observan según sus opiniones que la central de abastos será una solución al problema de la inseguridad, desorganización, malas condiciones higiénicas y manejo poscosecha de los productos que se comercializan en la plaza de mercado.

Figura 13. *Asistiría con mayor frecuencia a la central de abastos*

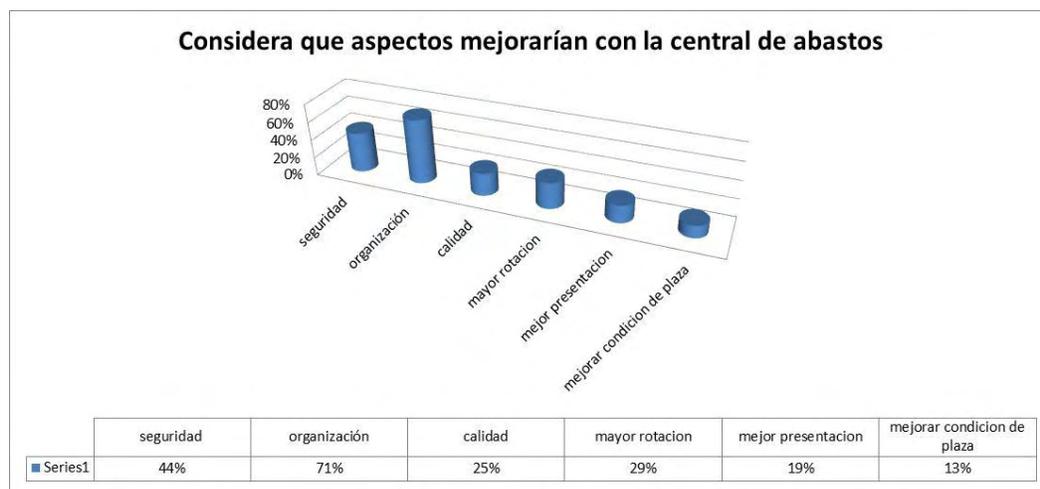


Fuente: El autor

Solucionados los problemas más frecuentes que atraviesa actualmente la plaza de mercado con respecto a la inseguridad, desorganización, entre otros y teniendo en cuenta la posibilidad de que la Alcaldía municipal de Pasto realice esta obra de gran importancia para la

ciudad, se observa que los usuarios que actualmente acuden a la plaza de mercado incrementarían la frecuencia de asistencia a la central de abastos en un 48%, situación que afectaría positivamente el incremento en las ventas de los comercializadores de productos mejorando sus ingresos y calidad de vida. Analicemos además que actualmente los estratos altos un sector importante y de alta relevancia no asisten a la plaza de mercado por los problemas antes mencionados, estos serán clientes potenciales de alto valor que muy probablemente cambiarían sus hábitos de compra para acceder a la central de abastos.

Figura 14. Aspectos que mejorarían con la central de abastos

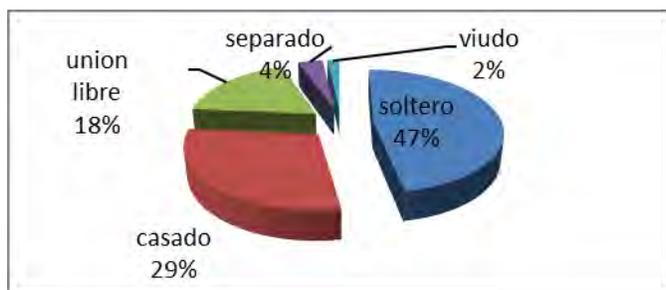


Fuente: El autor

De acuerdo a los resultado obtenidos los usuarios de la plaza de mercado del Potrerillo con la implementación de una central de abastos mejorarían aspectos relacionados con la organización en un 71%, seguridad 44%, mayor rotación del producto en un 25%, mejor presentación de los productos en un 19% y mejoramiento de las condiciones de plaza en un 13%. Siendo así evidente la necesidad que estos tienen de las mejoras inmersas en este proceso y el aporte a la ciudadanía.

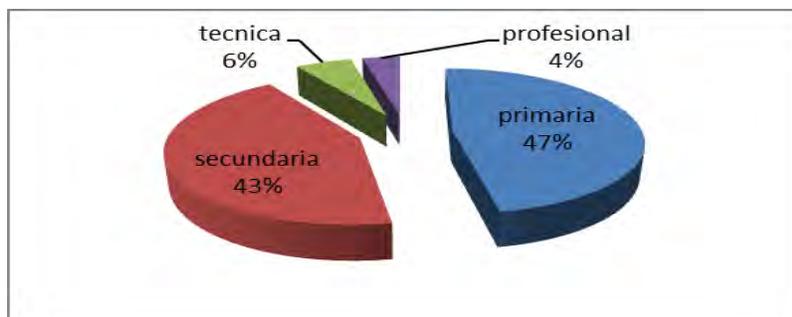
#### **4.1.2 Resultados de las encuestas a comercializadores, mayoristas y minoristas**

Con un margen de 90% de confianza se encuestó a 66 agentes internos que laboran dentro de la plaza de mercado del Potrerillo donde se evidenció un entorno con presencia de muchas debilidades que se percibe en la baja calidad de vida de las personas que permanecen de 12 a 15 horas diarias dentro de la plaza.

Figura 15. *Estado civil*

Fuente: El autor

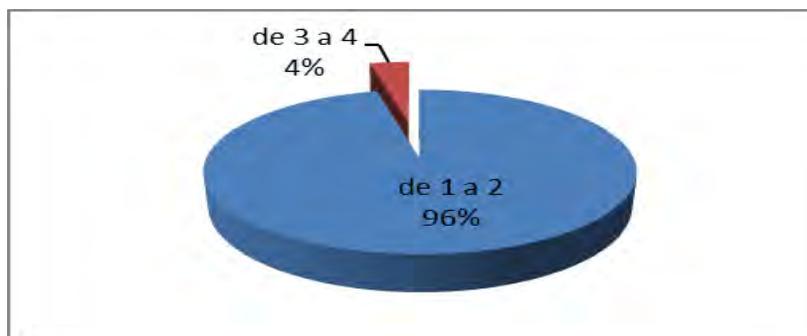
Con respecto al estado civil de los usuarios encuestados el 29% son casados, 47% solteros, 18% vive en unión libre, 4% son separados y 2% son viudos; teniendo en cuenta los hogares donde su mayor fuente de ingreso son sus actividades comerciales y de servicios en la plaza de mercado estos son del 47% es decir casi la mitad del total de la población objeto, sin perjuicio de los viudos o separados que seguramente son cabeza de familia entendemos el impacto que representa una mejora del ingreso y las condiciones laborales en estas familias.

Figura 16. *Nivel de estudios*

Fuente: El autor

Con respecto al nivel de estudios se observa que existe un bajo nivel educativo entre los agentes que laboran dentro de la plaza de mercado ya que el 47% tan solo tiene estudios primarios, 43% estudios secundarios, 6% técnicos y 4% profesionales, esta información es determinante para cuantificar los esfuerzos que deben hacerse en programas de capacitación y profesionalización de su actividad productiva de la mano en la implementación de proyectos de infraestructura tales como la central de abastos para que estos como agentes directos sean parte del cambio.

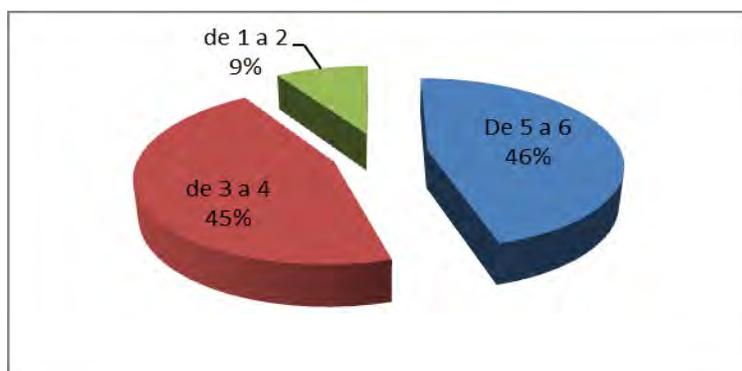
Figura 17. *Estrato socioeconómico*



Fuente: El autor

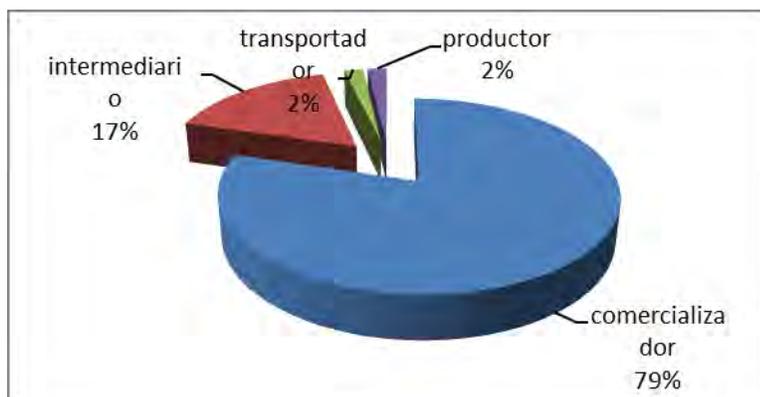
Con respecto al estrato socioeconómico se observa que el 96% de los agentes que laboran dentro de la plaza de mercado como comercializadores, mayoristas y minoristas pertenecen a estratos bajo de 1 a 2 y tan sólo el 4% pertenece a estratos 3 a 4. Razón por la cual se justifica la inversión social, su impacto en el desarrollo de la economía y la calidad de vida de la región.

Figura 18. *Número de integrantes en la familia*



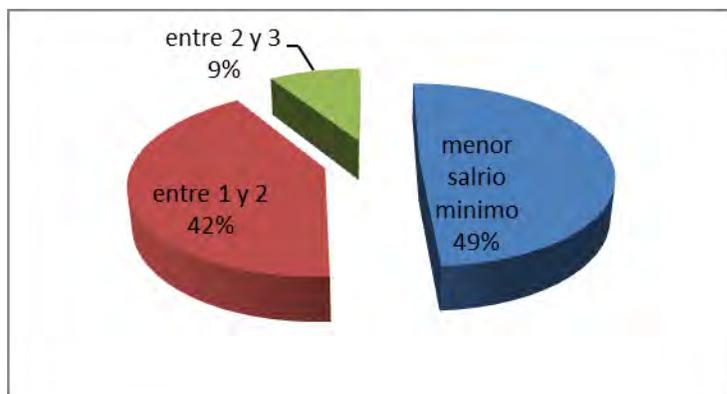
Fuente: El autor

Con respecto al número de integrantes en la familia es de 3 a 4 en un 45%, de 5 a 6 en un 46% y de 1 a 2 9%. Notablemente se observa que los grupos familiares son más altos asociados a los bajos niveles de educación y estrato, razón por la cual se agudizan los indicadores de pobreza en estos usuarios que requieren de mejoramiento en el índice de necesidades insatisfechas.

Figura 19. *Actividad económica*

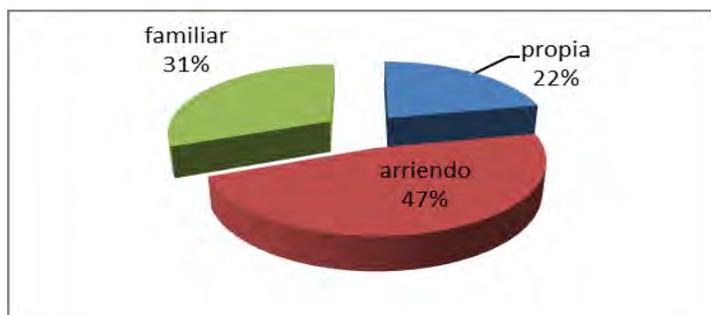
Fuente: El autor

Esta gráfica representa la importancia de la necesidad de mejorar las condiciones y capacidades de las plazas de mercado a una central de abastos ya que el 79% de sus usuarios son comercializadores otros 17% intermediarios pero todos basan sus ingresos en las utilidades que esta actividad les representa.

Figura 20. *Ingreso promedio*

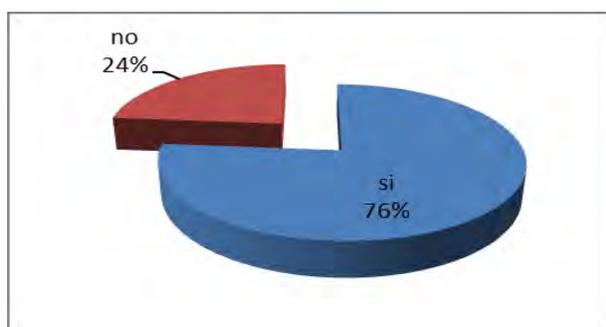
Fuente: El autor

Con respecto a los ingresos de los encuestados se observa que en un 49% corresponde a menos de un salario mínimo legal vigente, 42% entre 1 y 2 salarios mínimos y tan sólo un 9% de 2 a 3 salarios mínimos. Es crítica la situación frente a la generación de ingresos por familia si esta se contrasta con el número de integrantes de la misma traducido en un aumento de la pobreza ya que se desmejoran las oportunidades de educación, alimentación y necesidades básicas.

Figura 21. *Tenencia de la vivienda*

Fuente: El autor

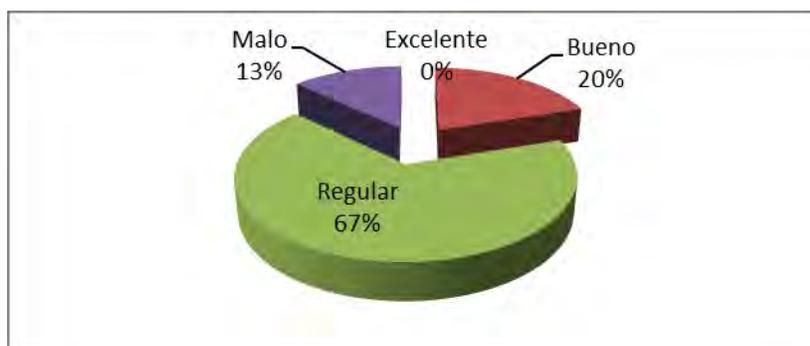
Con respecto a la tenencia de la vivienda se observa que un 47% es en arriendo, 31% familiar y 22% propia. Igualmente este es un indicador social que nos permite medir la calidad de vida ya que los arrendatarios además de sus gastos familiares en la canasta básica educación y salud requieren invertir gran parte de su ingreso en vivienda, el caso de la vivienda familiar no es muy lejano a esta realidad ya que corresponde a familias que muchas veces conviven en casas compartidas con otros familiares ya que su ingreso no les permite independizarse.

Figura 22. *Considera necesario montar una central de abastos en Pasto*

Fuente: El autor

Se evidencia la necesidad en la implementación de una central de abastos por parte de los agentes internos que laboran en la plaza de mercado, en un 76% frente a la expectativa del mejoramiento de sus condiciones laborales e ingreso vs un 24% que no lo ve necesario ya que probablemente se encuentra en un commodity que les da ventaja frente a sus competidores y otras simplemente hacen parte de la resistencia al cambio frente a su bajo conocimiento que esto representa o el miedo a enfrentarse a situaciones desconocidas.

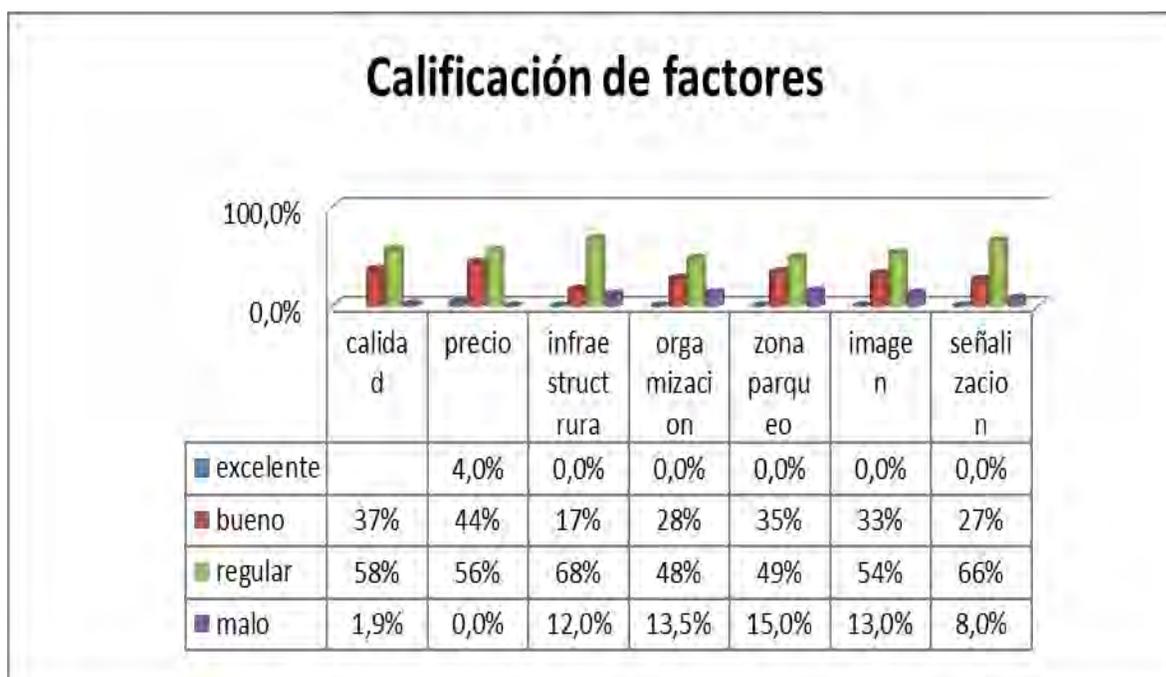
Figura 23. Calificación de factores en la plaza de mercado



Fuente: El autor

De acuerdo a la calificación de los factores en la plaza de mercado como Seguridad, Calidad del producto, Precios, Infraestructura, Organización, Zonas de parqueo y tránsito, Imagen y señalización fueron calificadas regular en un 67%, bueno 20%, malo 13%. Se observa en general una mala calificación ya que las condiciones de la plaza de mercado son bastantes precarias, sobresale la desorganización, el desaseo, la desorganización, difícil acceso y tránsito, entre otros. A continuación se detallan como se calificó cada factor.

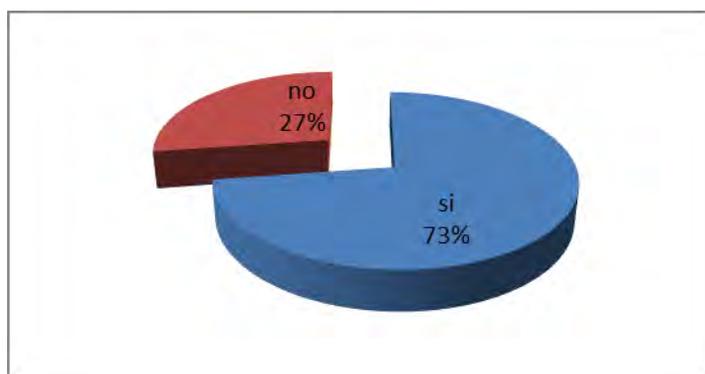
Figura 24. Calificación de factores



Fuente: El autor

Se observa que los factores más débiles según los usuarios es la infraestructura en un 68% calificado como regular, señalización en un 66% regular, imagen 54% regular, 49% regular las zonas de parqueo, 48% regular la organización y calidad en un 58% regular. En la figura se observa que la mayoría de los factores son calificados regularmente, por ejemplo la calidad se asocia a la mala presentación, inadecuado manejo de productos, entre otros. Con respecto a la infraestructura se también se califica regular por cuanto no existe espacios y locales bien adecuados, las zonas sanitarias y comunes presentan bastantes deficiencias, no existen zonas de parqueo apropiadas. En cuanto a la señalización es casi nula y la imagen de la plaza presenta desorganización, desaseo e inseguridad.

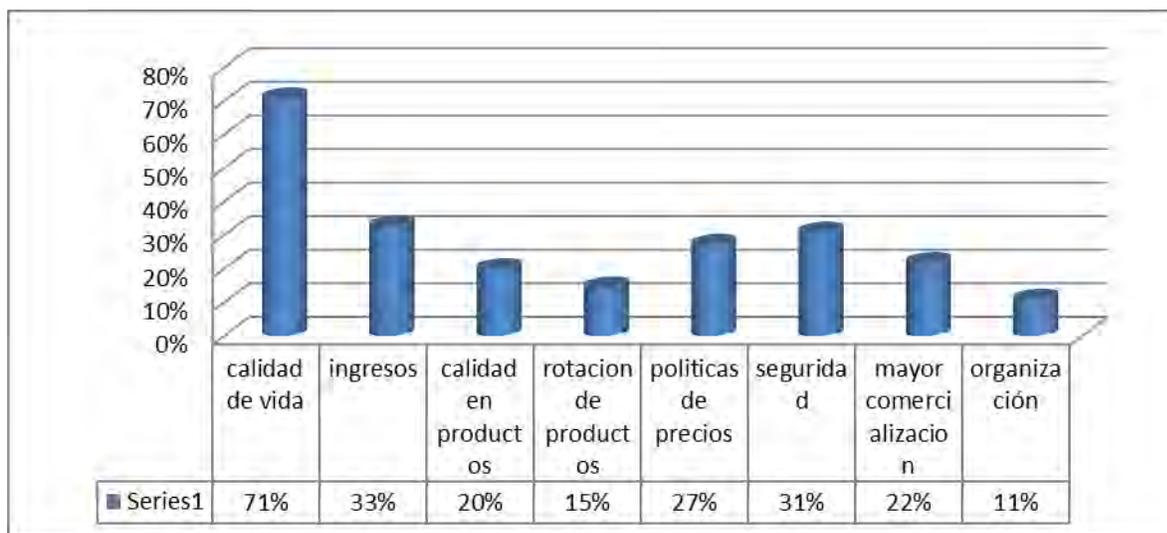
Figura 25. *Estaría de acuerdo con la central de abastos*



Fuente: El autor

El 73% de los agentes que laboran dentro de la plaza de mercado estarían de acuerdo con la implementación de la central de abastos en la ciudad de Pasto, un 27% no se encuentran de acuerdo ya que lo asocian erradamente a mayores costos y gastos que se debe a una cultura poco abierta al cambio y/o al mejoramiento. Sin embargo la gran mayoría son conscientes de la necesidad de un proyecto con estas magnitudes que traerá innumerables beneficios sociales, económicos y ambientales tanto para la comunidad como para los agentes que integran la plaza de mercado en su interior.

Figura 26. Aspectos que mejoraría la central de abastos



Fuente: El autor

Con respecto a los aspectos que mejorarían con la central de abastos se encuentran la calidad de vida en un 71%, ingresos 33%, calidad del producto 20%, políticas de precios 27%, rotación de productos en un 15%, seguridad 31%, mayor comercialización 22% y organización 11%. Lo que indica que la perspectiva de la comunidad frente a la central de abastos se cataloga como de un impacto muy positivo en todos los aspectos analizados en esta investigación.

Figura 27. Situación en la plaza de mercado



Fuente: El autor

La situación actual de las plazas de mercado en Pasto y en especial el porterillo tiene además de las descritas anteriormente serias implicaciones en el desarrollo de la ciudad afectando el paisaje urbanístico, generando invasión del espacio público, congestión, desorden espacial y organizacional. Mucho menos cumple con las políticas de inclusión a la población con limitado acceso a los servicios que esta presta y finalmente se convierte en un centro de delincuencia común, consumo de bebidas alcohólicas y sustancias alucinógenas en menor medida pero que la fuerza pública no es capaz de manejar dada la dimensión del espacio y su desorganización.

Las vías de acceso no son las adecuadas para el número de vehículos de tipo pesado que ingresan a la zona desde tempranas horas de la madrugada y terminan parqueando sus vehículos en las afueras de las instalaciones esperando cupo para lograr su ingreso.

La poca y casi nula diferenciación de los espacios destinados a la comercialización de los diferentes tipos de productos tales como granos, fruver, tubérculos, animales, víveres y abarrotes no permite para el usuario identificar y realizar una comparación en tiempo real de las variaciones de producto y sus precios así como tampoco permiten al productor comercializador acceder a clientes especializados que buscan productos específicos con características y calidades por las cuales están dispuestos a pagar una mayor diferencia por su valor agregado.

Todas estas anomalías relacionadas a lo largo del proyecto de investigación finalmente se traducen en pérdidas de producto que son llamadas costos fantasmas que se asumen en el precio total de ventas o se deducen de los ingresos de manera difícilmente cuantificable como podremos analizar a continuación.

Factores que generan pérdida del producto

Ezeta (2002) afirma: Inevitablemente siempre habrá pérdidas de producto durante el proceso de comercialización y estas constituyen un ejemplo de un costo de comercialización invisible.

Las clases de pérdidas que se pueden presentar son:

**Pérdida de peso:** El producto puede acusar reducción en su peso, principalmente con la pérdida de agua en el almacenamiento, transporte y comercialización, es posible que un

comerciante adquiera una tonelada de producto y que como resultado de la pérdida de agua solo pueda vender una cantidad menor que la adquirida.

Pérdida de valor a través del tiempo: Mientras más fresco es el producto más alto es su precio, los productos frescos son más duraderos, probablemente tendrán mejor sabor y serán más nutritivos, a lo largo del tiempo, los daños causados por golpes o por plagas se harán más notorios y la pérdida de agua hará que muchos productos empiecen a mostrar arrugas, causas todas que conducirán a mermar la calidad y el precio la pérdida más obvia ocurre cuando es preciso botar el producto.

Pérdidas físicas: son las que se generan a través de agentes infecciosos como las bacterias y hongos encontrados en el ambiente.

Pérdidas mecánicas: son las que se generan al producto cuando se ejerce la manipulación sobre este; al empacarlo o al embalarlo como también al transportarlo o almacenarlo por lo que se considera que es de suma importancia la pérdida mecánica.

Esta situación es la que refleja con mayor precisión las pérdidas en valor que se presentan como resultado de la combinación de pérdida por humedad, deterioro, enfermedades y disminución de frescura, así como la porción de la cosecha que se debe botar.

Para un comerciante es muy importante minimizar las pérdidas, parte de la diferencia entre el precio al consumidor y el precio pagado al agricultor se debe a que el comerciante necesita obtener el mayor margen posible para cubrir las pérdidas y el costo del producto dañado.

#### Impacto causado en la comercialización por la pérdida del producto

El impacto desde luego es negativo tanto para los productores como para los comerciantes ya que dependen mucho de la margen de rentabilidad generada por la venta muchas veces en volumen del producto.

Esta situación está anclada a la pérdida generada por diversos factores, tanto en la producción como en la comercialización de productos en fresco por lo que se hace necesario minimizar los riesgos por las pérdidas generadas al producto teniendo especial énfasis en la

forma organizada de efectuar las actividades que corresponden a la actividades mencionadas en la venta de productos en fresco.

En este orden se tiene que cuando se ejerza una actividad de planificación como de manejo y conservación de producto se la deba realizar con los respectivos cuidados para que no se genere pérdida por cualquiera de estos aspectos mencionados.

Sinaipa (2002) dice: Las relaciones de negocios más provechosas son aquellas que se mantienen en el largo plazo, es frecuente que los comerciantes hagan negocios con otros comerciantes con quienes han trabajado a lo largo de los años o aún de generaciones, Sin embargo a menudo los agricultores se muestran poco dispuestos a tener un comprador duradero porque un nuevo comprador les puede estar ofreciendo un precio levemente superior. (p.234)

Esta puede ser una política riesgosa como táctica con el fin de asegurar el abastecimiento y su participación en el mercado, los nuevos compradores acostumbran ofrecer inicialmente excelentes precios, pero nadie puede garantizar que ellos continúen pagando precios superiores, lo que puede representar pérdidas en la negociación de los productos, entonces se hace necesario la negociación con un nivel fijo de precio pero que este pueda prevalecer en un lapso de tiempo; de esta manera manteniendo el precio estable no se corre el riesgo de entrar en pérdidas.

Para que los acuerdos de comercialización agrícola perduren durante un largo tiempo, es necesario que sean financieramente soportables, aunque es probable que haya períodos en los que los productos son vendidos a pérdida; una cadena producción - comercialización sostenible es aquella en la cual todos los negocios involucrados en ella generan ganancias.

La FAO (1999) considera que con frecuencia no se tiene claridad sobre qué tan importantes son los comerciantes, si no existiera gente preparada para comprar la producción de los agricultores, organizar su distribución y encontrar mercados, no podrían los agricultores tener un buen vivir ni los consumidores satisfacer sus necesidades de alimentos.

Mientras más dinámico sea el sector comercio y mayor la competencia entre los comerciantes, mayores serán los volúmenes de productos trasladados desde las zonas de producción hasta las de comercialización, de igual forma los ingresos dirigidos hacia la comunidad agrícola; en consecuencia los comerciantes deben ser estimulados y apoyados.

La actividad ejercida por los comerciantes es de mucha importancia ya que por medio de esta los productos fluyen del productor hasta el consumidor final, además esta actividad no solo la ejercen las personas especializadas sino que también con la información necesaria del mercado se puede convertir o adaptar en habilidades de otro tipo de persona (hibridación de comercialización).

#### **4.1.3 Análisis de resultados con la metodología MEF E y MEF I**

##### Matriz de Evaluación De Factores Externos (M.E.F.E)

Una vez realizado el diagnóstico externo de los entornos (político, legal, gubernamental, económico, social, cultural, demográfico, geográfico y tecnológico) y la aplicación y análisis de las encuestas al cliente externo, se identificaron oportunidades y amenazas claves que intervienen y que son conveniente tener en cuenta para realizar un correcto direccionamiento de las actuales plazas de mercado hacia el futuro para maximizar su impacto.

Cuadro 3. *Matriz de Evaluación de los Factores Externos*

Factor externo clave	Ponderación	Calificación	Total
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Entorno político, legal y gubernamental			
Las políticas del gobierno, contempladas en los planes de desarrollo para el apoyo y el fomento de las central de Pasto en la ciudad de Pasto	0,1	4	0,4
La legislación colombiana que regula todas las actividades de almacenamiento, manipulación y comercialización de los productos con el fin de que las empresas garanticen la calidad de los diferentes bienes que adquieren los consumidores.	0,07	3	0,21
Medidas establecidas por la Ley 789 de 2002 referente a la reforma de Flexibilidad Laboral, que garantizan una mayor productividad, seguridad social, bienestar y calidad de las relaciones laborales.	0,06	4	0,24
Entorno Económico			
Desperdicios y alta pérdida económica	0,08	3	0,24

Entorno social, cultural, demográfico y geográfico			
Presencia de nuevas tendencias que generan cambios en las necesidades, preferencias y estilos de vida del consumidor.	0,07	3	0,21
Entorno tecnológico y competitivo			0
El desarrollo de nuevas tecnologías mejoran los procesos administrativos y operativos.	0,04	3	0,12
Programas y entidades tanto públicas como privadas orientadas hacia la capacitación y cualificación del recurso humano en áreas administrativas, mercadeo, sistemas y atención al cliente que potencien y promuevan el alcance de una mayor eficiencia y competitividad.	0,08	3	0,24
Proyecto de modernización en infraestructura	0,1	4	0,4
AMENAZAS			0
Entorno político, legal y gubernamental			0
Imposición de nuevos impuestos que dificultan el desarrollo y crecimiento de las unidades estratégicas de negocio y disminuyen el margen de utilidad del empresario.	0,09	1	0,09
Entorno económico			0
El incremento de la inflación, específicamente en los productos de la canasta familiar afecta la gestión comercial del sector empresarial, ya que el poder adquisitivo de las personas disminuye y limita la demanda de estos bienes.	0,15	2	0,3
Las altas tasas de desempleo en la ciudad de Pasto ocasionan un bajo nivel de ingresos de la población, que limita su poder adquisitivo y genera una disminución de la demanda.	0,06	2	0,12
Entorno Social, Cultural, Demográfico Y Geográfico			0
La situación de inseguridad y delincuencia común generan en los habitantes de la ciudad cierto grado de limitación en cuanto al desplazamiento hacia los establecimientos comerciales para realizar sus compras de la canasta familiar.	0,1	2	0
			0
TOTAL	1		2,57

Fuente: El autor

Análisis Matriz MEFE. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la anterior matriz, se observa que la plaza de mercado obtiene un resultado de 2,57 lo que significa que el entorno externo le ofrece a la empresa más amenazas que oportunidades lo que dificulta el alcance de un mayor crecimiento y desarrollo en el mercado local. Esta matriz además permite determinar las oportunidades que tienen mayor incidencia en el estudio relacionadas con los aspectos legales en la implementación de la central de abasto; de igual manera destaca la presencia de oportunidades como la globalización de la economía que brinda la posibilidad de adquirir con mayor facilidad productos, tecnologías y software que mejoren la gestión comercial y generen mayor competitividad a través del fortalecimiento de las unidades estratégicas de negocio.

Se observa el apoyo e interés favorable a la pequeña y mediana empresa por parte del gobierno a fin de fortalecerlas a través de políticas contempladas en los planes de desarrollo, como promotoras del progreso y gestoras en la generación de empleo. Y se destaca la existencia de programas y entidades tanto públicas como privadas, orientadas hacia la capacitación y cualificación del recurso humano en áreas administrativas, mercadeo, sistemas y atención al cliente que potencien y promuevan el alcance de una mayor eficiencia, para atender adecuadamente a los cambios presentados en las nuevas tendencias del mercado y los estilos de vida del consumidor.

La imposición de nuevos impuestos que dificultan el desarrollo y crecimiento de las unidades de negocio disminuyendo el margen de utilidad del empresario se determinó como una de las amenazas más representativas, aspectos como la mejora en la seguridad de las plazas de mercado, las mejoras en condiciones de infraestructura, calidad en los bienes y servicios, los horarios extendidos, el personal calificado unido a la realización de una adecuada atención al cliente y agresivas estrategias de publicidad, promociones y descuentos se identifican como de alta importancia para el desarrollo del mercado en incremento de los volúmenes a comercializar y por ende el ingreso; aspectos que se deben aprovechar y desarrollar en conjunto con las políticas públicas que los favorecen.

## Matriz De Evaluación De Factores Internos (M.E.F.I)

La identificación oportuna de las fortalezas y debilidades nos indican la capacidad real que tienen las plazas de mercado para alcanzar sus objetivos sociales, económicos y ambientales minimizando o resolviendo parte de la problemática que se presenta en la actualidad.

Cuadro 4. *Matriz de Evaluación de los Factores Internos*

FACTOR INTERNO CLAVE	PONDERACION	CALIFICACION	TOTAL
MERCADEO			
Ubicación estratégica	0,1	4	0,4
La excelente calidad de los productos que se comercializan en la plaza de mercados	0,06	4	0,24
Conocimiento del mercado que posibilita la orientación de la oferta comercial hacia la satisfacción del cliente actual y potencial.	0,07	3	0,21
Precio competitivo de los productos	0,05	4	0,2
FINANCIERO			0
Sistemas de concesión o arrendamiento de áreas que les permite incrementar sus ingresos.	0,04	4	0,16
DEBILIDADES			0
PLANEACION			0
No existen políticas de planeación	0,06	1	0,06
ORGANIZACIÓN			0
Inexistencia de una filosofía corporativa claramente definida	0,05	2	0,1
DIRECCION			0
Inadecuado proceso gerencial que dificulta el mejoramiento continuo y la calidad en la toma de decisiones.	0,06	1	0,06
CONTROL			0

Ausencia de apolíticas de control	0,1	1	0,1
<b>TALENTO HUMANO</b>			0
Falta de capacitación y orientación del recurso humano en cuanto a la atención y servicio al cliente.	0,05	1	0,05
Bajo nivel de comunicación abierta y continua	0,06	1	0,06
<b>MERCADEO</b>			0
Escasa gestión de mercadeo que permita guiar y orientar la empresa hacia la consecución, fidelización y mayor participación de la misma en el mercado local.	0,1	1	0,1
Inseguridad e infraestructura inadecuada	0,1	1	0,1
<b>OPERACIONES</b>			0
Inadecuada distribución de los puntos de venta	0,1	1	0,1
<b>TOTAL</b>	1		1,94

Fuente: El autor

#### Análisis Matriz MEFI.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la matriz anterior, se observa que la actual plaza de mercado obtuvo una ponderación total de 1,94; lo cual indica que las debilidades existentes en la plaza de mercado superan las fortalezas que posee. Es así, como se determinó que las debilidades que más afectan la plaza de mercado están relacionadas con la ausencia de un plan estratégico enfocado a la parte de mercadeo que oriente las actividades a realizar durante el año y muestre con detalles los cambios presentados en el ambiente organizacional y en el ambiente externo. Así mismo la escasa gestión de mercadeo que realizan las plazas de mercado impide guiar y orientar adecuadamente a los comerciantes hacia la consecución, fidelización y mayor participación de los mismos en el mercado local. Es preocupante así la falta de estrategias diferenciadoras e innovadoras que motiven la visita y compra de los clientes en plazas de mercado.

#### 4.1.4 Análisis del perfil competitivo plaza de mercado

Matriz de Perfil Competitivo (M.P.C), respecto a los fruver de las grandes cadenas de almacenes en la ciudad. La evaluación de las empresas contempladas en esta matriz se realiza con base al conocimiento, percepción y calificación que los clientes encuestados le dieron a cada una de ellas en cuanto a las variables presentadas en el formulario de encuesta, los cuales permitieron valorar e identificar los factores más relevantes que interfieren en la decisión de compra del cliente y que determinan los factores claves de éxito que las empresas presentan vs nuestras plazas de mercado.

Cuadro 5. *Matriz de Perfil Competitivo con las grandes cadenas de almacenes en Pasto.*

VARIABLES	POND.	Almacenes ÉXITO		Almacenes METRO		Hipermercado ALKOSTO		Plazas de Mercado	
		Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total
Atención y servicio al cliente	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3	2	0,2
Uso de la imagen corporativa	0,15	3	0,45	3	0,45	4	0,6	2	0,3
Cualificación del talento humano	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24	2	0,16
Calidad de los productos	0,11	4	0,44	4	0,44	4	0,44	4	0,44
Precios competitivos	0,05	2	0,1	2	0,1	2	0,1	4	0,2
Disponibilidad y variedad de productos	0,11	3	0,33	3	0,33	3	0,33	4	0,44
Infraestructura del establecimiento	0,1	4	0,4	4	0,4	4	0,4	1	0,1
Estrategias de mercadeo desarrolladas	0,1	3	0,3	4	0,4	4	0,4	1	0,1
Organización administrativa	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27	1	0,09

Tecnología implementada en el establecimiento	0,11	3	0,33	3	0,33	4	0,44	1	0,11
TOTAL	1		3,16		<u>3,26</u>		3,52		2,14

Fuente: El autor

La matriz del perfil competitivo evidencia que la empresa que posee mayor posición y ventajas competitivas frente a las demás es Alkosto, con un resultado de 3,52 puntos; lo cual indica que este establecimiento presenta una excelente aceptación en el sector comercial, debido a que presenta fortalezas en cuanto a los aspectos relacionados con la calidad, disponibilidad y variedad de los productos ofrecidos, y las intensas y agresivas estrategias de mercadeo que utiliza para atraer y fidelidad al cliente, factores que representan sus factores claves de éxito.

De igual manera, la matriz muestra que el segundo lugar competitivo lo ocupa Metro, con una ponderación total de 3,26; lo cual indica que este establecimiento ha logrado obtener una buena aceptación en el mercado local, gracias a la excelente imagen corporativa que posee, a la calidad, disponibilidad y variedad de los productos que ofrece y a las estrategias de mercadeo continuas que maneja y que lo han llevado a posicionarse en el mercado pese al poco tiempo que lleva de incursión en el mismo.

Las plazas de mercado obtiene una calificación baja de 2,14% basada la perspectiva que tiene el cliente de su realidad aunque siempre resaltan sus precios competitivos, la posición competitiva de las plazas de mercado respecto a los fruver de los grandes almacenes de cadena es débil y baja viéndose afectado directamente y en gran proporción por la presencia de estos hipermercados. Sin embargo cabe resaltar que pese a sus bajas posibilidades frente a la competencia ha logrado conservar un gran número de clientes que la mantiene viva en el comercio que en términos de ventas mayoristas ocupa muy por encima de sus competidores el primer puesto en ventas como podremos apreciar en los estudios de económicos.

#### 4.1.5 Perfil DOFA

Cuadro 6 .*Matriz Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas*

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ubicación estratégica</li> <li>2. La excelente calidad de los productos que se comercializan en la plaza de mercados</li> <li>3. Conocimiento del mercado que posibilita la orientación de la oferta comercial hacia la satisfacción del cliente actual y potencial.</li> <li>4. Precio competitivo de los productos</li> <li>5. FINANCIERO</li> <li>6. Sistemas de concesión o arrendamiento de áreas que les permite incrementar sus ingresos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No existen políticas de planeación</li> <li>2. Inexistencia de una filosofía corporativa claramente definida</li> <li>3. Inadecuado proceso gerencial que dificulta el mejoramiento continuo y la calidad en la toma de decisiones.</li> <li>4. Ausencia de políticas de control</li> <li>5. Falta de capacitación y orientación del recurso humano en cuanto a la atención y servicio al cliente.</li> <li>6. Bajo nivel de comunicación abierta y continua</li> <li>7. Escasa gestión de mercadeo que permita guiar y orientar la empresa hacia la consecución, fidelización y mayor participación de la misma en el mercado local.</li> <li>8. Inseguridad e infraestructura inadecuada</li> <li>9. Inadecuada distribución de los puntos de venta</li> </ol>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las políticas del gobierno, contempladas en los planes de desarrollo para el apoyo y el fomento de las central</li> </ol>	(F1 – O1) Formular proyectos a los fondos de fomento a las mipyme, enfocados hacia el mejoramiento de la	(D1 – O1) Aprovechar las políticas creadas por el gobierno para el fomento y apoyo, dirigidas hacia el

<p>de Pasto en la ciudad de Pasto</p> <p>2. La legislación colombiana que regula todas las actividades de almacenamiento, manipulación y comercialización de los productos con el fin de que las empresas garanticen la calidad de los diferentes bienes que adquieren los consumidores.</p> <p>3. Medidas establecidas por la Ley 789 de 2002 referente a la reforma de Flexibilidad Laboral, que garantizan una mayor productividad, seguridad social, bienestar y calidad de las relaciones laborales.</p>	<p>competitividad de la central de abastos, en el cual se involucre al talento humano en las etapas de formulación, ejecución y evaluación del mismo, con el fin de hacerlos partícipes del proceso y fortalecer los lazos y sentido de pertenencia hacia la central de abastos.</p> <p>(F1 – O7) Fortalecer el nivel de satisfacción del cliente interno a través de su vinculación a distintos programas educativos, mediante la realización de convenios con entidades educativas que capaciten a los colaboradores de la Central de abastos dependiendo del área al cual pertenezca.</p> <p>(F2 – O2) Actualizar constantemente los certificados de calidad de los productos, para ofrecerle al cliente bienes en buenas condiciones. (F2 – O2, 7) Capacitar al talento humano sobre la correcta manipulación, almacenamiento y comercialización de productos, para dar cumplimiento a las leyes implantadas por el gobierno colombiano.</p> <p>(F2 – O6) Aprovechar la calidad de los productos que se comercializan, con el fin de satisfacer las necesidades, gustos y preferencias del cliente actual y potencial.</p>	<p>mejoramiento de la gestión administrativa y comercial del Central de abastos.</p> <p>(D4 – O7) Mediante programas educativos de instituciones públicas o privadas capacitar al personal en atención al cliente, mercadeo y ventas y manejo poscosecha.</p> <p>(D5 – O7) A través de la cualificación del recurso humano mejorar los niveles de comunicación de manera ascendente y descendente.</p>
---	--	--

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desperdicios y alta pérdida económica</li> <li>2. Presencia de nuevas tendencias que generan cambios en las necesidades, preferencias y estilos de vida del consumidor.</li> <li>3. El desarrollo de nuevas tecnologías mejoran los procesos administrativos y operativos.</li> <li>4. Programas y entidades tanto públicas como privadas orientadas hacia la capacitación y cualificación del recurso humano en áreas administrativas, mercadeo, sistemas y atención al cliente que potencien y promuevan el alcance de una mayor eficiencia y competitividad.</li> <li>5. Proyecto de modernización en infraestructura</li> <li>6. Imposición de nuevos impuestos que dificultan el desarrollo y crecimiento de las unidades estratégicas de negocio y disminuyen el margen de utilidad del empresario.</li> <li>7. El incremento de la inflación, específicamente en los productos de la canasta familiar afecta la gestión comercial del sector empresarial, ya que el poder adquisitivo de las personas disminuye y limita la demanda de estos bienes.</li> <li>8. Las altas tasas de desempleo en la ciudad de Pasto ocasionan un bajo nivel de ingresos de la población, que limita su</li> </ol>	<p>(F1 – A4) Realizar actividades que permitan mantener y desarrollar las capacidades del talento humano para optimizar la atención y servicio al cliente, con el fin de mejorar la competitividad de la central de abastos, a través de la capacitación y cualificación del personal.</p> <p>(F2 – A4) Enfrentar a la competencia a través de la comercialización de productos regionales y con marcas propias, que posean altos estándares de calidad.</p> <p>(F3 – A5) Destacar la ubicación estratégica que tendrá la central de abastos, mediante la realización de eventos de promoción y publicidad.</p> <p>(F4 – A2) Estar constantemente informados sobre las tendencias económicas del IPC, con el fin de que el Central de abastos prevea las alzas de los precios de los productos, lo cual les permitirá, aprovisionarse de mercancía a menores precios y generar una mayor ventaja competitiva.</p> <p>(F4 – A3) Aprovechar el conocimiento del mercado para diseñar e implementar estrategias enfocadas hacia la</p>	<p>(D1, 2 – A2) Aplicación de una mercadotecnia más fuerte a los productos ya existentes, mediante una oferta de precio más conveniente que el de la competencia, desarrollo de actividades de publicidad, descuentos y promociones de ventas llamativas.</p> <p>(D1, 2 – A3) Diseñar un programa de servicio al cliente para generar lealtad y preferencia, mediante el uso adecuado de la imagen corporativa, mensajes publicitarios y estrategias de mercadeo innovadoras que llamen la atención del consumidor.</p> <p>(D2 – A4) Realizar un benchmarking competitivo con el fin de analizar, conocer y contrarrestar las características y mejores condiciones de la competencia, mediante la orientación de las nuevas estrategias de mercadeo y la gestión empresarial de la Central de abastos hacia el incremento de la satisfacción del cliente actual y potencial.</p> <p>(D2 – A5) Desarrollar eventos, promociones, descuentos y publicidades llamativas, con el fin de que el mercado objetivo conozca los productos y servicios que</p>

<p>poder adquisitivo y genera una disminución de la demanda.</p> <p>9. La situación de inseguridad y delincuencia común generan en los habitantes de la ciudad cierto grado de limitación en cuanto al desplazamiento hacia los establecimientos comerciales para realizar sus compras de la canasta familiar.</p>	<p>creación de servicios adicionales, que generen mayor valor agregado y garanticen condiciones de seguridad y bienestar a los clientes.</p> <p>(F5 – A4, 5) Desarrollar nuevas pautas publicitarias en los medios masivos de comunicación, que contrarresten de alguna manera la publicidad agresiva de la competencia, con el fin de posicionar la imagen de la central de abastos, llegar a nuevos clientes y dar a conocer los productos, servicios, promociones y descuentos que este ofrece a sus clientes.</p> <p>(F6 – A1) Realizar proyecciones financieras anuales que permitan prever los cambios en las tasas de impuestos.</p>	<p>el Central de abastos ofrece.</p> <p>(D4 – A3) Realizar capacitaciones al personal en cuanto a la prevención y manejo de situaciones de inseguridad y alto riesgo.</p>
--	---	---

Fuente: El autor

## 4.2 Evaluación del impacto socioeconómico y ambiental

A continuación se presentará la información obtenida para efectuar de lograr una evaluación del impacto socioeconómico y ambiental que tiene la implementación de la central de abastos en el municipio de Pasto.

### ***4.2.1 Resultados de las entrevistas con expertos y grupo focal (MIC MAC y Mactor).***

Con el propósito de realizar una evaluación del impacto socioeconómico y ambiental que tiene la implementación de la central de abastos en el municipio de San Juan de Pasto se realizaron entrevistas y grupo focal a entidades y actores dentro de la plaza de mercado.

Se presentan a continuación los resultados de dichas entrevistas y el análisis MIC MAC que permite determinar el alcance de estos los impactos socioeconómicos y ambientales desde la

perspectiva de expertos en el tema que realizan actividades directas con esta comunidad y trabajan por su desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de los usuarios y la región.

Cuadro 7. *Presentación resultados entrevista.*

Preguntas  (información complementaria y adicional en Anexos)	Entrevistado 1  PNUD  Profesional de proyectos productivos PCJ 2013	Entrevistado 2  Alcaldía de Pasto  Secretario de Desarrollo Económico 2013	Entrevistado 3  SENA  Líder Regional de Emprendimiento Nariño 2013	Entrevistado 4  Cámara de Comercio  Profesional Ruta de Competitividad 2013
¿Cómo considera el funcionamiento actual de la plaza de mercado de Pasto?	En los actuales momentos es posible observar que la plaza de mercados presenta diferentes problemas entre los cuales se puede mencionar inseguridad en los alrededores e incluso en la plaza como tal, los productos no tienen una buena conservación, la venta de los productos se hace no por peso sino más bien según se negocie con el vendedor, los vendedores no prestan un buen servicio al cliente, el transporte de los productos no es el adecuado, existen olores desagradables y la presentación de los	Deficiente infraestructura física e inapropiado equipamiento que impide el adecuado funcionamiento operativo y de mercadeo.  El creciente deterioro del tejido social que genera conductas inadecuadas como violencia e inseguridad.  Dificultad en las condiciones para la movilidad peatonal, de vehículos automotores, de tracción humana y animal.  Escasa cultura	La plaza de mercado carece de autoridad y esto ha generado las siguientes situaciones: Falta de calendario y horario para la venta de productos perecederos; control en la entrada y salida de vehículos y mercancía; los mayoristas e intermediarios operan por su propia cuenta; pésima manipulación, elaboración y distribución de productos perecederos; precios variables cada hora.	Considero que la plaza de mercado como funciona actualmente no es ni eficiente ni eficaz tanto para el cliente como para cada uno de los actores que participan de la ventas (llámense productores, revendedores, etc.), pues cabe tener en cuenta que el balance entre la oferta y la demanda debe tener un equilibrio que permita una ganancia equitativa y no se genere plusvalía, por otro lado el cliente no cuenta con calidad lo que no se reflejaría en el precio pagado y el desorden genera pérdida de tiempo y calidad de búsqueda

	<p>locales no es la más adecuada, en especial en las zonas de frutas y verduras.</p>	<p>ciudadana en el respeto por las normas de tránsito, de ocupación del espacio público y reglamento interno de plazas de mercado.</p> <p>Bajos niveles de asociatividad a nivel de los comerciantes y demás actores sociales que limitan el mejoramiento de los procesos de comercialización, la resolución de conflictos y la seguridad ciudadana.</p> <p>Falta de recursos económicos por parte de los comerciantes para mantener un adecuado capital de trabajo que permita potenciar el desarrollo de su actividad, lo cual obliga a acudir a prácticas inadecuadas de financiamiento como el crédito “gota a gota” y</p>		
--	--	--	--	--

		otras formas de endeudamiento con intereses de hasta un 20% diario.		
¿Que conoce acerca del proyecto para la implementación una central de abastos para el municipio de Pasto? ¿Si es conoce el proyecto sabe si se han presentado avances?	En realidad conozco que hace varios años se viene desarrollando la idea de hacer el montaje de una central de abastos, sin embargo no se observa un avance específico al respecto, en ese sentido es posible observar que se han hecho eventos informativos por parte de las administraciones de turno para informar sobre el proyecto pero este no muestra avances significativos.	El proyecto de una Central de Abastos Mayorista en la ciudad de Pasto se viene gestando al interior de la administración municipal. No se conocen los avances debido a que se está trabajando con consultores del interior del País. Se sabe que la administración municipal cuenta con un lote de 22 has ubicado en la inmediaciones de la variante de la vía panamericana entre los corregimientos de Catambuco y San Fernando.	En la presentación del Plan de Desarrollo Municipal y Departamental se encuentra identificada la construcción de una Central de Abastecimiento como estrategia para impulsar el desarrollo de economía agrícola.	He escuchado del proyecto para la implementación de una plaza, reubicación de la misma, entre otros que solamente se convierten en rumores, por lo que hace falta una comunicación asertiva para la comunidad que entraría a ser parte activa o como beneficiario
Como observa usted la problemática actual de las plazas de mercado en la ciudad desde el punto de vista de	Es posible advertir que los pequeños productores locales acuden a la plaza de mercado a vender sus productos, sin embargo en muchas ocasiones los precios no son los más favorables	En diferentes espacios se ha manifestado el deterioro de las condiciones económicas de los comerciantes y demás actores por efecto de la crisis de las	Actualmente es un espacio físico donde no se conocen los ciclos de comercialización de productos alimenticios y la plaza de mercado que actualmente existe en el	En si la problemática cuando no se cuenta con una regulación de precios y lugares para la disposición de locales que permitan mantener la sanidad de los productos que se vende, la calidad de los mismos y por

<p>pequeños productores locales, ciudadanos usuarios de plazas de mercados, grandes productores y mayoristas.</p>	<p>si se tiene en cuenta las condiciones del mercado, los ciudadanos no acuden a las plazas porque consideran que los productos no son de la mejor calidad, porque las plazas son inseguras o por el servicio al cliente que en las plazas se ofrecen, los grandes productores y los mayoristas casi no acuden a las plazas de mercado sino para ofrecer los productos de descarte, siempre y cuando los mayoristas no adquieran sus productos.</p>	<p>pirámides. Se considera que la mayoría de los comerciantes invirtió su capital producto del trabajo en este tipo de captadoras ilegal de dinero, afectando su capital de trabajo y en muchos casos su trayectoria crediticia. Una cantidad considerable de comerciantes manifiesta que se encuentran reportados en las centrales de riesgo, impidiendo el acceso al crédito bancario para financiar la compra de mercancías.</p> <p>Los usuarios viven a diario problemas de Inseguridad en la plaza de mercado y sus entornos. Aunque esta situación ha venido en franca mejoría con las intervenciones recientes de las autoridades municipales, especialmente</p>	<p>Municipio de Pasto por un lado, carece de la promoción, construcción y explotación de mercados y por otro, los servicios complementarios no son precisos para su utilización y la comodidad de los usuarios.</p>	<p>ende una estabilidad en los precios resultan ser problemas de amplia gama, en algunos actores repercutiendo de manera más profunda que otros.</p> <p>Desde el punto de vista como ciudadana usuaria, la plaza de mercado actual tiene un problema grave de ubicación, de sanidad, de control de precios, de inseguridad, de mal aspecto a la ciudad, de manejo inadecuado de residuos sólidos, entre otros que en ninguna instancia benefician a la comunidad usuaria de los productos y servicios de la plaza.</p>
---	---	---	---	--

		mediante el fortalecimiento de la presencia de la Policía Nacional demás organismos de seguridad y la conformación del cuadrante No. 43.		
¿Qué impacto socioeconómico considera usted que tendría la implementación de una central de abastos en el municipio en Pasto?	El impacto fundamentalmente se vería reflejado en un mejoramiento de la dinámica comercial para los pequeños productores, adicionalmente se verían beneficiados los ciudadanos, si se tiene en cuenta que un centro de abastos mejoraría la organización de los espacios para la comercialización, igualmente es posible advertir que el centro tendría unas posibilidades de mayor seguridad para los visitantes y usuarios de la misma.	Es una oportunidad para mejorar el proceso de comercialización de los productos locales y de la región, beneficiando de esta manera el mantenimiento del empleo en el campo y la generación de nuevos empleos en la ciudad.	Una Central de abasto implementada en el Municipio de Pasto traería desarrollo en lo económico con la mejora en la calidad de sueldos, precios controlados para la oferta y demanda de los productos; en lo social, mejoraría la calidad de vida de los comerciantes quienes viven en la tendencia del “mal vender para mal comer” ; en lo cultural, se educaría a los proveedores e intermediarios para la oferta de los productos	Construir un lugar especializado brindará seguridad a los comerciantes, productores e inversionistas, beneficiando a la economía y generando circulante, sin embargo no es suficiente con adecuar un espacio físico de la mano es necesario una articulación con el gobierno local y/o central que permitan una estabilidad de precios sostenibles, es conveniente la implementación de una central de abastos principalmente debido a que se fortalecería el papel de los ayuntamientos en los procesos de comercialización para regular la oferta y demanda de alimentos, asegurando ingresos suficientes a los productores y haciendo rendir el ingreso familiar,

				<p>además de otra razón de fuerza, y es que se obtienen mayores ingresos para la hacienda municipal, ya que la operación de estos instrumentos de comercialización genera recursos por concepto del pago de contribuciones y derechos, y si estos últimos son bien canalizados se pueden hacer reinversiones ya sea en la misma infraestructura, adecuaciones pero también algo que va de la mano es la educación, pues no solo "es vender", sino "saber vender", con calidad de atención y con información, pues es de vital importancia atender a un consumidor que se rige de las tendencias actuales (salud, belleza, nutrición, tiempo, informado, etc.)</p>
<p>¿Qué impacto ambiental considera usted que tendría la implementación de una central de abastos en el municipio en</p>	<p>Una reducción en el impacto ambiental si se considera que habría una mejor disposición de los residuos, de hecho ese sería uno de los grandes logros, es decir que el centro debería</p>	<p>El impacto ambiental se relaciona con la generación de desechos orgánicos, los impactos sobre el paisaje con la construcción de las instalaciones físicas y</p>	<p>El impacto sería bajo, siempre y cuando se haya planeado en el proyecto un manejo adecuado tanto para los residuos sólidos de las materias primas o insumos como</p>	<p>Como tal la central de abastos por sí sola no beneficiaría en nada al medio ambiente, pero si va acompañado de la implementación de programas de sanidad tal es el caso de controles de plagas, de aguas</p>

Pasto?	considerar una política de aprovechamiento de los residuos sólidos en beneficio de los usuarios.	posiblemente la contaminación de las aguas aledañas.	los residuos líquidos	residuales, de residuos sólidos, y su constante monitoreo y verificación con sus respectivos planes de mejoramiento y planes de acción de ejecución inmediata se podría decir que habría manejo de dichos residuos de forma adecuada, ahora bien, así como en el punto anterior , es imperativo una capacitación el entendimiento y manejo de estos programas y claro esta su aplicación, pues estos programas no serían nada sin las personas que ejecutan y verifican.
¿Mencione algunos factores que considera importantes para la implementación de la central de abastos?	Mejoramiento de la comercialización de los productos de los campesinos de la región y reducción del impacto del medio ambiente serían los principales resultados.	La necesidad de contar con una infraestructura adecuada para la comercialización de los productos agropecuarios a nivel mayorista en beneficio de la producción regional.  La generación de empleo  La posibilidad de fomentar el desarrollo agropecuario ante el	Mejorar la Calidad del producto  Incrementar las ventas de productos agrícolas  Mejor la distribución de los productos hortofrutícolas  Disminución del impacto ambiental  Mejorar la calidad de vida de los	Articulación de los diferentes actores participantes (productor, transportador, autoridades, etc.)  Una buena distribución de espacios que tenga una visión holística pero a la vez de profundidad que más tarde no requiera re-procesos  Implementación de programas de saneamiento básico  Estrategias de

		mejoramiento de los procesos de comercialización.	proveedores-intermediarios-clientes  Fomentar el autoempleo  Seguridad para los productores, comerciantes e inversionistas	control de oferta y demanda
--	--	---	--	-----------------------------

#### ***4.2.2 Resultados del MIC MAC***

Se presentan a continuación las siguientes variables las cuales se identifican y cruzan impactos en los anexos:

Diagnostico actual (Diagnostic).La plaza de mercado carece de autoridad y esto ha generado las siguientes situaciones: falta de calendario y horario para la venta de productos perecederos; control en la entrada y salida de vehículos y mercancía; los mayoristas e intermediarios operan por su propia cuenta; pésima manipulación, elaboración y distribución de productos perecederos; precios variables cada hora.

Proyecto central de abastos (Proyecto): En la presentación del Plan de Desarrollo Municipal y Departamental se encuentra identificada la construcción de una Central de Abastecimiento como estrategia para impulsar el desarrollo de economía agrícola.

Problemática: Actualmente es un espacio físico donde no se conocen los ciclos de comercialización de productos alimenticios y la plaza de mercado que actualmente existe en el municipio de Pasto por un lado, carece de la promoción, construcción y explotación de mercados y por otro, los servicios complementarios no son precisos para su utilización y la comodidad de los usuarios.

Impacto socioeconómico (socioecono). Una Central de Abasto implementada en el Municipio de Pasto traería para región desarrollo en lo económico con la mejora en la calidad de sueldos, precios controlados para la oferta y demanda de los productos; en lo social, mejoraría la calidad de vida de los comerciantes quienes viven en la tendencia del “mal vender para mal

comer”; en lo cultural, se educaría a los proveedores e intermediarios para la oferta de los productos.

Impacto ambiental (ambiental): El impacto ambiental positivo sería alto, siempre y cuando se haya planeado en el proyecto un manejo adecuado tanto para los residuos sólidos de las materias primas o insumos como los residuos líquidos.

Calidad del producto (calidad). Mejorar la Calidad del producto que implica Incrementar las ventas de productos agrícolas y mejorar la distribución de los productos hortofrutícolas.

Calidad de vida (social). Mejorar la calidad de vida de los proveedores-intermediarios-clientes y se fomenta el autoempleo.

Entorno actual plaza de mercado (Entorno). En los actuales momentos es posible observar que la plaza de mercados presenta diferentes problemas entre los cuales se puede mencionar inseguridad en los alrededores e incluso en la plaza como tal, los productos no tienen una buena conservación, la venta de los productos se hace no por peso sino más bien según se negocie con el vendedor, los vendedores no prestan un buen servicio al cliente, el transporte de los productos no es el adecuado, existen olores desagradables y la presentación de los locales inadecuados.

Proyecto Central de abastos (Abastos). Los avances específicos de acuerdo a la última información de conocimiento general es que fue incluido en el Contrato Plan firmado entre Presidencia de la Republica y la Administración Municipal como uno de los proyectos necesarios para contribuir al desarrollo de la economía regional, sin embargo aún no presenta avances significativos.

“Hago énfasis que el presente estudio de investigación contribuirá a la priorización y direccionamiento de recursos destinados a hacer realidad esta necesidad para el municipio como ya se manifestó en la justificación toda vez que los estudios de impacto socioeconómico ayudan a las administraciones públicas a la toma de decisiones frente a la priorización de la inversión social y su alcance”.

Problemas (Problemas). Es posible advertir que los pequeños productores locales acuden a la plaza de mercado a vender sus productos, sin embargo en muchas ocasiones los precios no son los más favorables si se tiene en cuenta las condiciones del mercado, los ciudadanos no

acuden a las plazas porque consideran que los productos no son de la mejor calidad, porque las plazas son inseguras o por el servicio al cliente que en las plazas se ofrecen, los grandes productores y los mayoristas casi no acuden a las plazas de mercado

Dinámica comercial (Impacto). El impacto fundamentalmente se vería reflejado en un mejoramiento de la dinámica comercial para los pequeños productores, adicionalmente se verían beneficiados los ciudadanos, si se tiene en cuenta que un centro de abastos mejoraría la organización de los espacios para la comercialización, igualmente es posible advertir que el centro tendría unas posibilidades de mayor seguridad para los visitantes y usuarios de la misma.

Residuos sólidos (Ambiental). Una reducción las descargas de residuos orgánicos estimados en un 10% menos de los actuales sumados al buen manejo y aprovechamiento de los mismos como subproductos de la comercialización, mitigaría notablemente el impacto ambiental que afecta la ciudad en la actualidad; de hecho se considera la posibilidad de crear empresas generadoras de empleo que aprovechen estos “insumos” para el procesamiento de nuevos productos generadores de valor.

Infraestructura física (Infraestructura). Deficiente infraestructura física e inapropiado equipamiento que impide el adecuado funcionamiento operativo y de mercadeo

Tejido social (Social). El creciente deterioro del tejido social que genera conductas inadecuadas como violencia e inseguridad.

Movilidad (Movilidad). Dificultad en las condiciones para la movilidad peatonal, de vehículos automotores, de tracción humana y animal

Cultura ciudadana (Cultura). Escasa cultura ciudadana en el respeto por las normas de tránsito, de ocupación del espacio público y reglamento interno de plazas de mercado.

Asociatividad (Asociatividad). Bajos niveles de asociatividad a nivel de los comerciantes y demás actores sociales que limitan el mejoramiento de los procesos de comercialización, la resolución de conflictos y la seguridad ciudadana

Recursos económicos (Recursos). Falta de recursos económicos por parte de los comerciantes para mantener un adecuado capital de trabajo que permita potenciar el desarrollo de

su actividad, lo cual obliga a acudir a prácticas inadecuadas de financiamiento como el crédito “gota a gota” y otras formas de endeudamiento con intereses de hasta un 10% diario.

Planeación (Plan). El proyecto de una Central de Abastos Mayorista en la ciudad de Pasto se viene gestando al interior de la administración municipal como una propuesta frente a las necesidades explícitas de los usuarios, en el POT se considera la posibilidad de ubicar este mega proyecto en un lote de 22 Has en la nueva variante de la vía panamericana entre los corregimientos de San Fernando y Catambuco y dejar la actual plaza de mercado con las adecuaciones necesarias como una sede satélite de la misma para los detallistas, sin embargo aún no se ha cristalizado nada al respecto.

Generación de empleo (Empleo). Es una oportunidad para mejorar el proceso de comercialización de los productos locales y de la región, beneficiando de esta manera el mantenimiento del empleo en el campo y la generación de nuevos empleos en la ciudad.

Economía dinamizada (Economía). Construir un lugar especializado brindará seguridad a los comerciantes, productores e inversionistas, beneficiando a la economía y generando mayor flujo de capital circulante, sin embargo no es suficiente con adecuar un espacio físico de la mano es necesario una articulación con el gobierno local y central con políticas de desarrollo para el sector así como también su participación en los mercados y nuevas tendencias de comercialización en centrales de abastos del país.

Programas de sanidad (Sanidad). Como tal la central de abastos por sí sola no genera reducción del impacto al medio ambiente, si no que esta debe ser implementada en conjunto con programas de sanidad específicamente enfocados al control de plagas, manejo de aguas residuales, manejo y reciclaje de residuos sólidos, adecuado tratamiento de residuos peligrosos, reciclaje y reutilización de los residuos orgánicos con un constante monitoreo y verificación del cumplimiento de los mismos.

#### ***4.2.3 Determinación de impactos***

Impacto Socioeconómico. Para medir el impacto socioeconómico es importante conocer la caracterización de la plaza de mercado del Potrerillo realizada por la Alcaldía municipal de Pasto.

Las instalaciones del mercado de Potrerillo, ubicadas al sur oriente de la ciudad de Pasto en la Comuna 4, fueron construidas en 1950, como Corporación y Plaza de Ferias destinadas al mercado de ganado. La disposición de este espacio como principal plaza de mercado de la ciudad, se sucedió en el año de 1975 de manera espontánea y no planificada, luego del incendio de la plaza mercado ubicada en el centro de la ciudad donde hoy se sitúa el complejo bancario en cuya infraestructura se halla el Banco de la República.

La habilitación de esta infraestructura de manera improvisada ha generado múltiples dificultades para la ciudad y sus habitantes desde el punto de vista urbanístico y de abastecimiento alimentario. Se considera que la capacidad física es inferior a la demanda y necesidades reales de la población, con una creciente sobresaturación de comercializadores que presionan la disponibilidad existente, de hecho presenta problemas de acueducto y alcantarillado siendo este causa de una inundación en los últimos años que dejó grandiosas pérdidas económicas.

Para el año de 2013, según las proyecciones del DANE, el municipio de Pasto cuenta con 428.890 habitantes, 354.808 (82,7%) ubicados en el área urbana y 74.082 (17,3%) en el resto del municipio. Las cinco plazas de mercado públicas existentes en la ciudad de Pasto, siendo la principal el Potrerillo, abastecen aproximadamente al 80% de la población urbana<sup>1</sup>, lo que representa cerca de 285.000 habitantes; tan solo 20% compra en tiendas de barrio, supermercados y grandes superficies.

El mercado de Potrerillo constituye también un importante eslabón en el encadenamiento productivo agropecuario local y regional en el cual concurren de manera directa los productores campesinos e intermediarios del sector. La zona o área de influencia va más allá de la circunscripción del Municipio de Pasto el aprovisionamiento posee una influencia del suroccidente colombiano y los departamentos de Valle, Cauca y Putumayo y, una importante variedad de productos provenientes del Ecuador.

En términos del proceso de comercialización y generación de empleo en el mercado a la plaza El Potrerillo acuden comerciantes y personas vinculadas a diversas formas de trabajo, entre ellos se destacan los distribuidores mayoristas, minoristas, productores que comercian sus

---

propios productos. La cadena de intermediación es bastante amplia incluso muchos de ellos no poseen puestos físicos de trabajo sino que se dedican a la intermediación de productos entre comerciantes de diferentes sectores de país entero, adicionalmente tenemos a los prestadores de servicios de los transporte y carga. Se estima que en un día normal de mercado acuden aproximadamente 12.000 personas entre comerciantes y prestadores de servicios. Andrade (2010) plantea: En diversos análisis de la problemática asociada a la dinámica de las plazas de mercado de potrerrillo se destacan los siguientes aspectos:

- Deficiente infraestructura física e inapropiado equipamiento que impide el adecuado funcionamiento operativo y de mercadeo.
- El creciente deterioro del tejido social que genera conductas inadecuadas como violencia e inseguridad.
- Inseguridad en la plaza de mercado y sus entornos. Aunque esta situación ha venido en franca mejoría con las intervenciones recientes de las autoridades municipales, especialmente mediante el fortalecimiento de la presencia de la Policía Nacional demás organismos de seguridad y la conformación del cuadrante No. 43.
- Dificultad en las condiciones para la movilidad peatonal, de vehículos automotores, de tracción humana y animal.
- Escasa cultura ciudadana en el respeto por las normas de tránsito, de ocupación del espacio público y reglamento interno de plazas de mercado.
- Bajos niveles de asociatividad a nivel de los comerciantes y demás actores sociales que limitan el mejoramiento de los procesos de comercialización, la resolución de conflictos y la seguridad ciudadana.
- Falta de recursos económicos por parte de los comerciantes para mantener un adecuado capital de trabajo que permita potenciar el desarrollo de su actividad, lo cual obliga a acudir a prácticas inadecuadas de financiamiento como el crédito “gota a gota” y otras formas de endeudamiento con intereses de hasta un 10% diario.
- Deterioro de las condiciones económicas de los comerciantes y demás actores por efecto de la crisis de la pirámides. Se considera que la mayoría de los comerciantes invirtió su capital producto del trabajo en este tipo de captadoras ilegal de dinero, afectando su capital de trabajo y en muchos casos su trayectoria crediticia, una cantidad considerable de comerciantes

manifiesta que se encuentran reportados en las centrales de riesgo, impidiendo el acceso al crédito bancario para financiar la compra de mercancías.

#### Dinámica económica y estimación del tamaño del mercado

La infraestructura del mercado de Potrerillo comprende un área de terreno de 4,5 hectáreas dividida en 32 sectores con 2.524 puestos permanentes y 9 puertas de acceso, de manera adicional se estima el asentamiento de aproximadamente 1.000 puestos eventuales diarios.

Los puestos permanentes corresponden a la infraestructura de los usuarios que tienen asignado un puesto de manera oficial por parte de la Alcaldía Municipal, estos puestos están ingresados en la base de datos de la Dirección Administrativa de Plazas de Mercado y poseen resolución de adjudicación pagando un valor de uso o explotación en función de la superficie o área ocupada.

Cuadro 8. *Número de puestos en la Plaza de Mercado de Potrerillo.*

Plaza	Puestos Permanentes	%	Puestos Eventual	%	Total
Potrerillo	2.524	71,62%	1000	28,4%	3.524

Fuente: Alcaldía de Pasto. Dirección Administrativa de Plazas de Mercado 2013.

Alcaldía de Pasto (2013): De acuerdo con la información contenida en la administración municipal secretaria de desarrollo económico encontramos las siguientes caracterizaciones de la población y plazas de mercado que serán tenidas en cuenta para complementar las valoraciones cuantitativas.

Con relación a la clasificación de los puestos permanentes por actividad económica se observa que la mayor participación en número dentro del total la poseen las misceláneas con el 34,5%; y que estas corresponden a establecimientos comerciales dedicados a la venta de una amplia variedad de alimentos, especialmente granos y especias, en su orden le siguen los puestos asignados al raleo con el 18,3% que corresponden a comerciantes minoristas dedicados a la venta de productos agropecuarios de manera indiscriminada sin ninguna especialización; merece

especial importancia el número de puestos asignados a la venta de papa, los cuales representan el 12.0% del total ya que el municipio tiene una gran vocación por este tipo de cultivo.

Los “Puestos eventuales” son ocupados por comercializadores no registrados en la base de datos de la Alcaldía Municipal. Corresponden a una población que no ha sido exactamente calculada, dado que su presencia es fluctuante, en la medida que no acuden diariamente al mercado, siendo notable su presencia especialmente los días lunes, jueves y sábado.

El aprovisionamiento de los productos agropecuarios y demás mercancías se efectúa mediante un flujo constante de vehículos; se estima un promedio diario de 400 vehículos automotores de 1 hasta 18 toneladas que ingresan los días pico de mercado (lunes, miércoles, jueves y sábado).

Alcaldía de Pasto (2013): el mercado de potrerrillo diariamente inicia su funcionamiento a la una (1) de mañana y se cierra a las seis (6) de la tarde. Entre la una de la mañana (1:00 A.M.) y las seis de la mañana (6:00 A.M.) se realiza el mercadeo de distribuidores mayorista en el sector de la Antigua Plaza de Feria, los comerciantes abastecen el mercado con productos provenientes de municipios de Nariño de otras regiones del país y del Ecuador y a su vez también realizan compras de productos que no existen en sus regiones.

Entre las seis de la mañana y hasta la seis de la tarde se realiza el mercadeo minorista y de raleo confluendo el público en general a aprovisionar sus hogares y negocios. En un día de Mercado Alto en la Plaza el Potrerrillo acuden hasta 20.000 personas con el fin de comprar y abastecerse de productos agropecuarios, abarrotes, carnes, pescado, ropa, calzado entre otros; la mayor concurrencia se presenta los sábados y jueves que son los principales días de mercado, los lunes acuden cerca de 10.000 personas, el miércoles día de abastecimiento del mercado, concurren cerca de 8.000 personas y el martes y viernes de 6.000 a 7.000 personas.

Se estima que el esquema el abastecimiento y encadenamiento productivo del mercado respecto a la producción agropecuaria proviene en un 65% de la producción regional y el 35% restante de otras regiones del interior del país y del norte del Ecuador.

## Caracterización de los comerciantes

Alcaldía de Pasto (2013): La caracterización de los comerciantes del mercado de El Potrerillo de la ciudad de Pasto parte de definirlos como aquellos usuarios que corresponden a los vendedores internos ubicados en puestos permanentes y puestos eventuales. Una de las limitaciones para la identificación de los comerciantes permanentes constituye la falta de correspondencia entre quien ocupa el puesto y a quien fue adjudicado debido a que en algunos casos el subarrendamiento de dichos puestos es ocasionados fundamentalmente por la pérdida del capital de trabajo para el desarrollo de la actividad comercial.

En el caso de los denominados vendedores eventuales se presentan dificultades en su identificación por no ser constantes ni generar patrones regulares de participación, sin embargo existen en gran número y son importantes; esta población como se afirma anteriormente se estima en cerca de 1000 personas. Dadas las limitaciones a continuación se efectúa una breve caracterización de los comerciantes internos de la plaza de mercado que ocupan puestos permanentes.

Número de comerciantes. El número de comerciantes permanentes alcanza 2.245, la diferencia observada con respecto al número de puestos asignados obedece a que algunos comerciantes poseen más de un puesto asignado.

Naturaleza Jurídica de los comerciantes. De los 2.245 comerciantes existentes en la plaza de mercado 2.238 el 99,67% realizan su actividad comercial como persona natural, tan solo se observa la presencia de seis asociaciones que representan el 0,27% del total de comerciantes y únicamente una sociedad comercial que significa el 0,04% del total.

Distribución por género. La distribución por género de los 2.238 comerciantes que actúan como persona natural 1.532 son mujeres (68,24%) y 706 son hombres.

Organización para el proceso de comercialización. Existe un bajo nivel de asociatividad entre los comerciantes del mercado de Potrerillo, únicamente 6 asociaciones u organizaciones de otro tipo poseen asignados 19 puestos permanentes, normalmente estas corresponden a asociaciones de productores campesinos dentro de las cuales se destacan la asociación Gualmatán y la asociación Jongovito que agrupan a productores campesinos de los corregimientos del mismo nombre.

En cuanto a la organización interna de los comerciantes la mesa de trabajo mercado el Potrerillo es el único espacio que agrupa a los líderes de todos los sectores incluidos carretilleros de tracción humana y animal.

Utilización de créditos extra bancarios. La utilización de créditos extra bancarios para solventar las necesidades de capital de trabajo para el desarrollo de la actividad comercial es una práctica común entre los comerciantes del mercado de potrerillo, la modalidad más destacada para este fin es el crédito gota a gota consistente el pago diario de capital e interés en un corto periodo de tiempo con altos intereses.

#### 4.2.4 Medición de impactos socioeconómicos

Con la realización del grupo focal para la recolección de datos cuantitativos de la actual plaza de mercado y complementando esta la información con la anteriormente suministrada por la secretaria de desarrollo económico de Pasto, se realizaron las proyecciones necesarias que permitan valorar los impactos socioeconómicos del proyecto de la siguiente manera.

Con el grupo focal se determinó aspectos generales como ingresos, costo de venta, gastos de administración, porcentajes de pérdida del producto promedios para todos los comerciantes y productores; así mismo se identificó la problemática actual de acuerdo a los agentes que intervienen en la plaza de mercado.

Cuadro 9. *Estudio económico plaza de mercado en la actualidad*

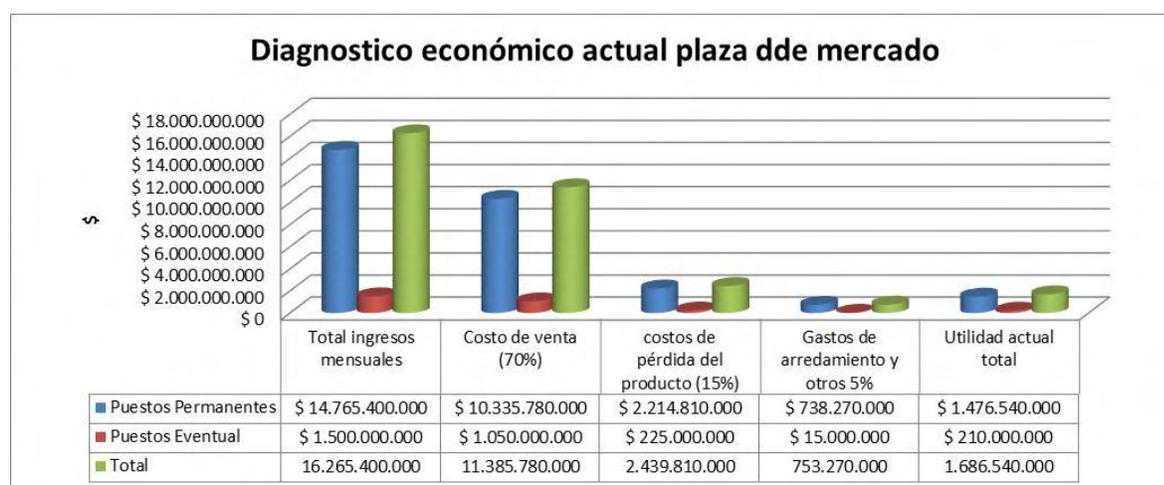
Plaza	Puestos Permanentes	Puestos Eventual	Total
Potrerillo	2.524	1000	3.524
Pequeños comerciantes	2271,6	1000	3.272
Mayoristas	252,4	0	252
Promedio diario de ventas mayoristas	600.000	0	600.000
Promedio diario de ventas pequeños comerciantes	150.000	50.000	200.000
Ingresos pequeños comerciantes	340.740.000	50.000.000	390.740.000
Ingresos promedio mayorista	151.440.000	0	151.440.000
Total ingresos diarios	492.180.000	50.000.000	542.180.000
Total ingresos mensuales	14.765.400.000	1.500.000.000	16.265.400.000
Costo de venta (70%)	10.335.780.000	1.050.000.000	11.385.780.000

Costos de pérdida del producto (15%)	2.214.810.000	225.000.000	2.439.810.000
Gastos de arrendamiento y otros 5%	738.270.000	15.000.000	753.270.000
Utilidad actual total	1.476.540.000	\$ 210.000.000	1.686.540.000
Utilidad promedio por unidad	585.000	210.000	

Fuente: el autor

En el anterior cuadro se muestra el total de puestos permanentes y eventuales el cual se distribuye así un 90% son pequeños comerciantes y 10% mayoristas, de los 2524 mayoristas 252 tiene un promedio diario de ventas de \$600.000 teniendo en cuenta que hay días donde se comercializa más producto y los pequeños comerciantes tienen ventas diarias promedio de \$150.000. Esta situación permite obtener el dato del promedio diario de ventas en la plaza de mercado alrededor de 492 millones y 14 mil millones mensuales. El costo de venta actual del producto corresponde al 70%, el 15% de pérdida del producto, y un 5% de gastos de administración lo cual genera una utilidad mensual estimada de 1476 millones aproximadamente determinando unos ingresos mensuales promedio por cada punto de venta de \$585.000; sin embargo la media es diferente a la mediana y esta cifra afecta directamente proporcional al tamaño del comerciante. Como se observa en muchos casos los ingresos mensuales son inferiores a un mínimo lo cual coincide con los resultados de la encuesta que fue citada en páginas anteriores.

Figura 28. *Diagnóstico económico actual*



Fuente: el autor

Cuadro 10. *Medición del impacto económico con la central de abastos*

Plaza	Puestos Permanentes	Puestos Eventual	Total
Potrerillo	2.524	1000	3.524
Pequeños comerciantes	2271,6	1000	3.272
Mayoristas	252,4	\$ 0	252
Promedio diario de ventas mayoristas	720.000	0	720.000
Promedio diario de ventas pequeños comerciantes	180.000	60.000	240.000
Ingresos pequeños comerciantes	408.888.000	60.000.000	468.888.000
Ingresos promedio mayorista	181.728.000	0	181.728.000
Total ingresos diarios	590.616.000	60.000.000	650.616.000
Total ingresos mensuales	7.718.480.000	1.800.000.000	19.518.480.000
Costo de venta (70%)	12.402.936.000	1.260.000.000	13.662.936.000
Costos de pérdida del producto (5%)	885.924.000	90.000.000	975.924.000
Gastos de arrendamiento y otros 5%	885.924.000	18.000.000	903.924.000
Ingresos por subproductos	17.718.480	1.800.000	19.518.480
Utilidad actual total	3.561.414.480	433.800.000	3.995.214.480
Utilidad promedio por unidad	1.411.020	433.800	

Fuente: el autor

Teniendo en cuenta que se proyecta un incremento en las ventas mínimo del 20% por la afluencia de mayor número de usuarios, de que se estima que con manejo adecuado de poscosecha y manipulación la pérdida del producto pasara de un 15% a un 5% y que los subproductos serán utilizados para la elaboración de otros productos complementarios con abonos orgánicos entre otros se proyecta una utilidad de 3.561 millones frente a \$1476 millones del escenario actual y una utilidad por comercializador de \$1.411.020 de los puestos permanentes y \$433.800 de los temporales.

Este cuadro resume el impacto económico para la implementación de la central de abastos de acuerdo a la información suministrada por los expertos y valorada con información actualizada a 2013 de la administración municipal.

Figura 29. *Impacto económico*

Fuente: el autor

Cuadro 11. *Comparación escenario actual vs central de abastos*

Plaza	Puestos Permanentes	Puestos Eventual	Total
Utilidad promedio por unidad plaza de mercado	585.000	210.000	795.000
Utilidad central de abastos por unidad	1.411.020	433.800	1.844.820
Diferencia	826.020	59%	

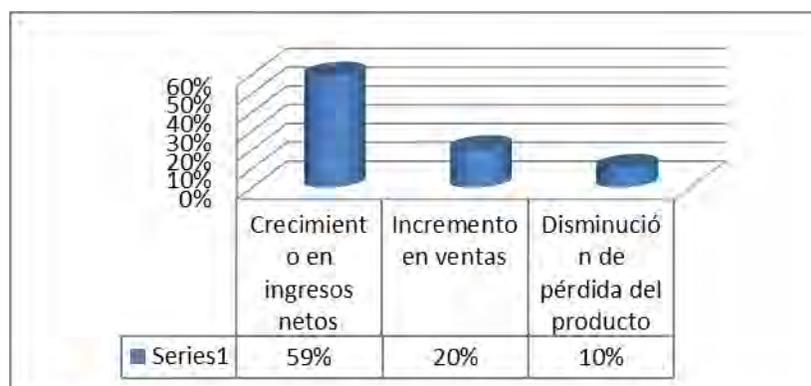
Fuente: el autor

Figura 30. *Comparación de escenarios*

Fuente: el autor

Se observa en la anterior gráfica la diferencia de ingresos netos que obtiene cada comercializador en un promedio mensual pasando de \$585.000 a \$1.411.020 lo que se traduce en un mejoramiento de la calidad de vida y mayor acceso a las necesidades básicas insatisfechas.

Figura 31. *Indicadores económicos*



Fuente: el autor

En la anterior gráfica se puede observar que se incrementarían los ingresos netos de las familias que laboran dentro de la central de abastos en un 59% a causa de un 20% de incremento en las ventas que se obtuvo del grupo focal con expertos de entidades y plaza de mercado y una disminución de pérdida del producto del 10%.

#### ***4.2.5 Impactos sociales, económicos y ambientales***

En primera medida los ingresos de la Alcaldía de Pasto por concepto de administración de la central de abastos es significativa.

En cuanto al trabajo infantil la Centro Abastos como entidad organizada y regula de esta inmersa en liderar el programa “territorio libre de trabajo infantil” erradicando de este flagelo a los menores de 13 años, es importante mencionar que esta misma problemática en los menores entre 13 y 18 años es casi imposible de erradicar por experiencias previas ya que de su trabajo no sólo depende él menor sino también el de su familia.

Mitigar los indicadores de desempleo en la ciudad con la generación de por lo menos 4102 empleos directos que se traducen a su vez en familias con capacidad de compra y que demanda nuevos productos y servicios en la región.

Mejoramiento de la calidad de vida e indicadores de necesidades básicas insatisfechas de los 3524 comercializadores de la central de abastos con un mejoramiento considerable del ingreso para sus hogares con total de 14.096 personas beneficiadas.

- Mejora de las condiciones de trabajo
- Condiciones sanitarias adecuadas tanto para los agentes internos como los usuarios
- Mejoramiento de las condiciones de seguridad y salubridad
- Disminución de problemas sociales como pandillismo, drogadicción y alcoholismo
- Acceso a mercados potenciales de alto valor

Desde luego, el presente estudio tiene un enfoque en la aplicación de las ciencias del Mercadeo Agroindustrial al desarrollo de la economía regional y su contribución en la consolidación y éxito en la implementación de la Central de Abastos de Pasto, reflejados finalmente en mayores volúmenes de ventas e ingresos y desarrollo de nuevos mercados emergentes y sostenibles para la producción local. Aspectos tan importantes como el posicionamiento de marca de nuestros productos regionales y reconocimiento de la identidad e idiosincrasia de los Pastos deben ser aprovechados para este fin.

La comunidad en general ya está experimentando la construcción de varias obras de ingeniería e inversión social tales como el túnel de Daza con una extensión cercana a los 2 kms siendo uno de los proyectos viales más importantes de Colombia, la variante de la vía panamericana Rumichaca – Pasto – Troncal de occidente con 18 kms, el puente vehicular sobre la panamericana sur, el ingreso de grandes cadenas de supermercados e hipermercados, la construcción de un hospital universitario de primer nivel, el sistema de transporte masivo AVANTE entre otros que ha hecho que ya se exijan obras de esta magnitud que contribuyen al urbanismo, la movilidad y el desarrollo en general pero sobre todo que esté relacionado con su vocación y uno de sus renglones principales de la economía como la Central de Abastos.

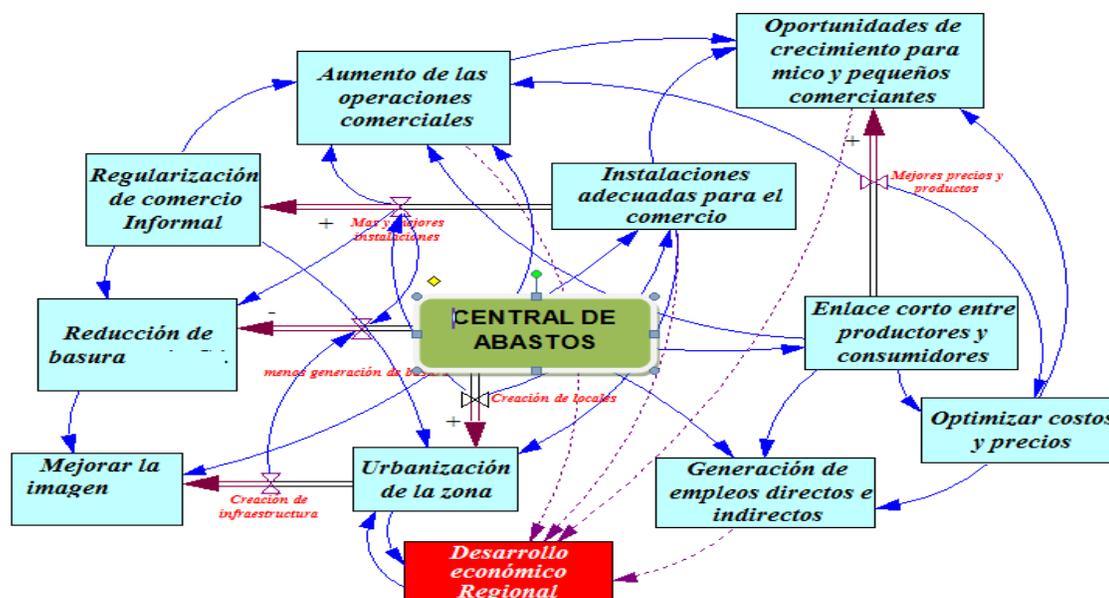
La economía de los hogares mejora debido al incremento de los ingresos cuantificados de acuerdo a los mayores volúmenes de ventas, reducción de los costos de producción y comercialización, mayor acceso a los productos y mercados a precios competitivos y con mayor valor agregado.

En el aspecto ambiental. Será posible promover la eliminación eficiente o reducción de residuos mediante la reutilización, aprovechamiento y/o reciclaje de acuerdo al tipo de material que deba manejarse, estos comprenden residuos de origen animal y vegetal, productos agrícolas, alimentos procesados, empaques de papel y plástico y material inorgánico no degradable. Por lo tanto, se debe además complementar esta actividad con el control de las condiciones de almacenamiento y la disposición transitoria de residuos disminuyendo de esta manera el contacto con el público.

Otro elemento a considerar será el uso correcto y proporcionado de los servicios públicos como energía y agua, siendo ésta determinante para lograr el funcionamiento saludable de las instalaciones, la presentación aséptica de los productos y la adecuada disposición de las aguas servidas, evitando así cualquier tipo de contaminación tanto superficial como subterránea que puedan constituir foco de infección, humedad o proliferación de plagas.

El impacto económico social y ambiental se unen al reducir los costos que asume la ciudad al tener que disponer de manera eficiente toda la carga que las plazas de mercado generan, la reducción del impacto debido a buen manejo y aprovechamiento de los residuos sólidos y orgánicos así como la reducción del daño al medio ambiente y la salud pública.

Figura 30. Diagrama de la situación esperada:



Fuente: el autor

Figura 31. *Beneficiarios*

Fuente: el autor

El efecto principal es la resultante más importante de todo el proceso de acuerdo a la situación esperada es la que finalmente ocurre en una relación circular; para nuestro caso encontramos como efecto principal el desarrollo económico regional originado principalmente por:

- La generación de empleos directos e indirectos
- Las oportunidades de crecimiento para micro y pequeños comerciantes
- El aumento de las operaciones comerciales
- La mitigación del impacto ambiental
- Mejora del paisaje urbanístico de la ciudad.

Evidentemente el impacto en desarrollo económico se considera como el factor fundamental del proyecto impulsando de manera directa la inversión privada y pública para beneficiar a más de 312.759 habitantes de la ciudad de Pasto.

#### **4.3 Puntos críticos en el funcionamiento de la central de abastos**

Se presenta a continuación los puntos críticos en el funcionamiento de la central de abastos y con base en ellos sugerir unas recomendaciones que permitan la optimización en el proceso de implementación.

Resistencia al cambio. Quizá en un principio se pueda entender que exista resistencia como ha ocurrido con los centros populares y vendedores ambulantes de la ciudad anteriormente en otros proyectos similares de comercio, sin embargo la implementación de instalaciones

adecuadas se comporta de forma proporcional a la regularización del comercio informal o dicho de otra forma inversamente proporcional al comercio ambulante entre más y mejores espacios se tengan menor será la presencia del comercio informal. Por su parte, los comerciantes al tener instalaciones adecuadas tendrán mayor oportunidad de crecimiento y generación de empleo siendo propulsores del desarrollo económico de la región. (Modelo de relación entre el comercio ambulante y la magnitud de las operaciones comerciales).

La central de abastos tendrá un fuerte impacto en cuanto al aumento de las operaciones comerciales en la región debido al incremento de los mercados potenciales, la generación de valor entre otros y este mismo proceso inicia una actividad de regulación del mercado y sus fuerzas de oferta y demanda inicialmente en la región que poco a poco se ira compenetrando con el mercado nacional, esto exige acompañamiento especializado a los comerciantes y productores para entender y adaptarse a la nueva economía de mercado sacando provecho de la misma.

La reducción notable de residuos orgánicos, sólidos y basuras no significa que no se generen totalmente, sino que tendrán espacios adecuados para el depósito y recolección de los mismos con puntos ecológicos y de aprovechamiento. Pero si cambia de manera indudable la imagen de la ciudad y de los usuarios internos y externos.

Finalmente los habitantes de la ciudad de Pasto necesitan ser concientizados de que los beneficios del proyecto son de interés general y benefician a todos los agentes involucrados para justificación y rendición de cuenta a la participación ciudadana.

Figura 324. *Beneficiarios del proyecto*



Fuente: El autor

## Conclusiones

De los resultados de la investigación “impacto social, económico y ambiental en la implementación de la central de abastos de productos agroindustriales en la ciudad de pasto – Nariño” se concluye:

Teniendo en cuenta el impacto social, la necesidad de la priorización en la ejecución de este proyecto es de interés general y beneficio común para la ciudad de Pasto y para la región, toda vez que su actividad principal consiste en mejorar las condiciones de comercialización de productos agrícolas, pecuarios y agroindustriales del departamento y sus países vecinos haciéndolos de más fácil acceso a los mercados internos y externos; implementación del proyecto representa mejoras en aspectos sociales, ambientales y económicos que necesariamente contribuye a la disminución de necesidades básicas insatisfechas, mayor acceso a los productos de la canasta familiar, el aumento de la capacidad adquisitiva debido a una evidente reducción en los precios con mejores condiciones de calidad de los productos, reducción de pérdidas a productores y comerciantes así como acciones de regulación de los precios por fuerza de oferta y demanda.

Frente al impacto económico se evidencia que la principal variable afectada de manera positiva y significativa es el ingreso de los usuarios internos, con un incremento en las ventas del 20% debido a mayor afluencia de clientes, incremento en el ingreso representado a una disminución de pérdida de sus producto en un 10% debido a las acciones de buenas prácticas y manejo poscosecha así como un incremento adicional del 5% por manejo y disposición adecuada de subproductos orgánicos que tienen un valor comercial; La utilidad neta proyectada es de \$3.561 millones frente a \$1.476 millones del escenario actual distribuidos proporcionalmente entre los comercializadores con \$1.411.020 en puestos permanentes y \$433.800 en puestos temporales; se estimó también la diferencia netas de ingresos obtiene cada comercializador en promedio mensual pasando de \$585.000 a \$1.411.020.

Ambientalmente, la carga de residuos generada por las plazas de mercado se disminuiría alrededor del 10% efecto de un buen manejo de los subproductos orgánicos que se destinarían a otras plantas de procesos generadoras de nuevas fuentes de ingreso y de empleo, el costo por el tratamiento de las basuras se reduciría al 50%, el uso correcto y adecuado de los servicios

públicos en aprovechamiento de la energía, reducir el desperdicio del agua potable entre muchos otros, acciones en conjunto mitigarían significativamente el impacto ambiental generado por las plazas de mercado.

Sin embargo se debe concluir que la sola implementación del proyecto por si misma limitada a acciones de inversión en infraestructura pública por sí sola no generaría los impactos proyectados, ya que esta inversión debe ir acompañada conjuntamente desde su planeación, ejecución y funcionamiento con programas y campañas de formación en: buenas prácticas y manejo poscosecha, almacenamiento y conservación, higiene y seguridad alimentaria, asociatividad, urbanismo, empresarismo, técnicas de negociación y marketing entre muchas otras que fortalecerán las competencias de quienes como ya lo habíamos dicho son usuarios del sistema pero tienen bajos niveles de formación y capacitación; ellos solo ven en esta gran despensa de alimentos su oportunidad para vivir del llamado “rebusque” una actividad informal para subsistir más nunca se proyectan como empresarios y comerciantes generadores de empleo y desarrollo.

De la misma manera este nuevo espacio ciudadano en un ambiente amigable, organizado y agradable afecta directa y positivamente las condiciones actuales de trabajo infantil, delincuencia común, tráfico de estupefacientes, caos y congestión vehicular y de los usuarios, contaminación visual y auditiva en general la imagen frente a la comunidad, residentes estudiantiles, nacionales y extranjeros que visitan nuestra ciudad teniendo en cuenta como referente los casos exitosos en la implementación de una Central de Abastos en América central, Latinoamérica y por supuesto en Colombia como se refiere en el contenido de este documento.

## Recomendaciones

Promover la cooperación de los organismos de financiamiento internacional y regional hacia el tema de la gestión del desarrollo sostenible del proyecto que permita la descentralización e internacionalización de la economía regional.

Es fundamental integrar y encadenar la producción regional hacia clusters para garantizar el incremento y sostenibilidad en volúmenes de comercialización.

La central de abastos hace parte de un proceso logístico implícito en la cadena de abastecimiento y distribución, por lo que se debe mejorar la eficiencia logística en todos los canales de distribución y especialmente el alimentario de productos frescos.

Incentivar la producción y especialización regional de productos en los que el departamento sea altamente competitivo aprovechando los nuevos alcances y escenarios de comercialización.

Formación y capacitación no solo en el ámbito de manejo de los productos sino también en el campo empresarial y financiero a sus usuarios, concientización del factor ambiental y seguridad alimentaria.

Realizar estudios de inversión complementarios pero encadenados a la central de abastos orientados a la agroindustrialización de los productos del sector primario en bienes intermedios y/o de consumo final y que estos a su vez sean lanzados al mercado exterior a través de la plataforma comercial.

## **Bibliografía**

Alcaldía de Pasto. Secretaria de Desarrollo Económico - Dirección Administrativa de Plazas de Mercado (2013).

*Agricultura para el Desarrollo* (2008) Banco Mundial *Reseñas de Políticas* La Agricultura y la Reducción de la Pobreza.

Andrade, S (2010). Alcaldía de Pasto. Análisis previos de comercialización, competitividad, sistemas de producción agrícola para la planificación y diseño central de abastos del municipio de San de Pasto. Colombia.

Baker, J, (2000). Banco Mundial. Evaluación de impacto de los proyectos de desarrollo.

Washington.

Director de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización del DANE; magíster en Economía, Universidad Nacional de Colombia; cursos de doctorado en Economía, Universidad Complutense de Madrid. jagutierrezl@dane.gov.co

Dunlap, r. y Catton, W. (1979). "Environmental sociology", en *Annual Review of Sociology* nº 5: 243-273.

Elementos para Evaluar el Impacto Económico, Social y Ambiental del Turismo de Naturaleza en México, 2007.

Estudio de Competitividad. (2010) Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Colombia

Gómez (1995) Evaluación del impacto ambiental. Logros y retos para el desarrollo sustentable.

Semarnak. México.

Peláez, J (2012) PWC. Estudio de impacto socioeconómico. México.

Plan de Desarrollo Departamento de Nariño. (2010) Colombia.

Roque (2007) *Bases generales para la confección de planes estratégicos de desarrollo*

*Sostenible integral*, Ed Popular Sociedad Canaria.

Rodríguez (2009). La función de los mercados mayoristas en los centros urbanos de Colombia.

Colombia.

Sistemas agrícolas y silvopastoriles de Colombia 2011. Ed Planeta.

Orozco (2001) “Organización comercial en la central de abastos en Toluca. México.

### **Net grafía**

Autoridad nacional de licencias ambientales. (Formato Digital) Recuperado de <http://www.anla.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=1373&conID=8052>. Octubre de 2013

# **ANEXOS**

### Anexo A.

#### ENCUESTA SOCIO ECONOMICA

Objetivo: Realizar un diagnóstico social, económico y ambiental del entorno en las plazas de mercado en el municipio de Pasto desde el punto de vista de pequeños productores locales, ciudadanos usuarios de plazas de mercados, grandes productores y mayoristas.

1. ¿Estado civil?

Soltero(a)                       Casado(a)                       Viudo(a)   
 Separado(a)                       Divorciado(a)

2. ¿Cuál es su nivel educativo?

Educación primaria                       Educación Secundaria   
 Técnico                       Superior no Universitario   
 Superior Universitario

3. Estrato socioeconómico

1 o 2                       3 o 4   
 5 o 6

4. Número de integrantes en su familia:

1 o 2                       3 o 4   
 5 o 6                       6 o más

5. ¿Qué actividad productiva ejerce en la actualidad?

Comercializador

Transportador

Productor

Intermediario

6. Total de ingresos mensuales

Menos de 1 smlv

Entre 1 y 2 smlv

Entre 2 y 3 smlv

7. Tenencia de la vivienda

Propia

Arrendado

Familiar

8. ¿Considera necesario en la ciudad de Pasto el montaje de una Central de Abastos?

SI  NO

9. ¿Qué problemas enfrenta en la actualidad en la plaza de mercado?

Inseguridad

Malas condiciones higiénicas

Infraestructura inadecuada

Precios inadecuados

Perdida del producto

Otro

10. Califique los siguientes factores en la plaza de mercado:

Factor	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Seguridad				
Calidad del producto				
Precios				
Infraestructura				
Organización				
Zonas de parqueo y tránsito				
Imagen				
Señalización				

11. ¿Está de acuerdo con la implementación de una central de abastos? SI \_\_\_ NO \_\_\_

12. ¿Qué aspectos mejorarían con una central de abastos en el municipio de Pasto?

Calidad de vida

Mejores ingresos

Calidad de los productos

Mayor rotación de productos

Políticas de precios

Seguridad

Mejor comercialización

Otros

Observaciones:

---



---



---

**Anexo B.****ENCUESTA SOCIO ECONOMICA A USUARIOS**

Objetivo: Realizar un diagnóstico social, económico y ambiental del entorno en las plazas de mercado en el municipio de Pasto desde el punto de vista de ciudadanos usuarios de plazas de mercados.

- ¿Estado civil?

Soltero (a)

Casado (a)

Viúdo (a)

Separado(a)

Divorciado(a)

- ¿Cuál es su nivel educativo?

Educación primaria

Educación Secundaria

Técnico

Superior no Universitario

Superior Universitario

- Estrato socioeconómico

1 o 2

3 o 4

5 o 6

- Número de integrantes en su familia:

1 o 2

3 o 4

5 o 6

6 o más

- Actividad económica: \_\_\_\_\_

- ¿Con que frecuencia visita la plaza de mercado?

Diario \_\_\_\_\_ Semanal \_\_\_\_\_

Quincenal \_\_\_\_\_ Mensual \_\_\_\_\_

Esporádico \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

- ¿Qué opinión le merece la estructura actual de la plaza de mercado?

Excelente \_\_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_

- Califique los siguientes factores en la plaza de mercado:

Factor	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Seguridad				
Calidad del producto				
Precios				
Infraestructura				
Organización				
Zonas de parqueo y tránsito				
Imagen				
Señalización				

- ¿Qué problemas enfrenta en la actualidad en la plaza de mercado?

Inseguridad	<input type="checkbox"/>
Malas condiciones higiénicas	<input type="checkbox"/>
Infraestructura inadecuada	<input type="checkbox"/>
Precios inadecuados	<input type="checkbox"/>
Perdida del producto	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

- Considera necesaria la implementación de una central de abastos en la ciudad de Pasto.

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

- ¿Asistiría con mayor frecuencia a esta central a realizar sus compras?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

- ¿Considera que aspectos mejorarían con la central de abastos?

Seguridad	<input type="checkbox"/>
Organización	<input type="checkbox"/>
Calidad de los productos	<input type="checkbox"/>
Mayor rotación de productos	<input type="checkbox"/>
Mejor presentación	<input type="checkbox"/>
Señalización	<input type="checkbox"/>
Impacto ambiental positivo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

**Anexo C.****ENTREVISTA A EXPERTOS**

Objetivo: Realizar una evaluación del impacto social, económico y ambiental en la implementación de la Central de Abastos en el municipio de Pasto

Funcionario: \_\_\_\_\_

Entidad: \_\_\_\_\_

1. ¿Cómo considera el funcionamiento actual de la plaza de mercado de Pasto?

---

---

---

---

2. ¿Que conoce acerca del proyecto para la implementación una central de abastos para el municipio de Pasto? ¿Si conoce el proyecto sabe si se han presentado avances?

---

---

---

---

3. Como observa usted la problemática actual de las plazas de mercado en la ciudad desde el punto de vista de pequeños productores locales, ciudadanos usuarios de plazas de mercados, grandes productores y mayoristas.

---

---

---

---

---

4. ¿Qué impacto socioeconómico considera usted que tendría la implementación de una central de abastos en el municipio en Pasto?

---

---

---

---

---

5. ¿Qué impacto ambiental considera usted que tendría la implementación de una central de abastos en el municipio en Pasto?

---

---

---

6. ¿Mencione algunos factores que considera importantes para la implementación de la central de abastos?

---

---

---

## **INFORMACIÓN DE CONTEXTO**

### **1. ANTECEDENTE**

San Juan de Pasto cuenta con una favorable ubicación geográfica siendo capital del departamento de Nariño reconocido por su vocación agropecuaria ancestral y por tener diversidad de microclimas así como sus cercanías a fronteras de otros países hermanos, posición que la convierte en una ciudad de paso obligado para la comercialización y distribución de grandes cantidades de productos agrícolas y pecuarios con destinos nacionales e internacionales. Sin embargo hoy solo cuenta con plazas de mercado que no están acordes a sus necesidades; de ahí

surge la necesidad de implementar la construcción de una central de abastos que le permita potenciar todas estas ventajas comparativas, pero esta se ha visto truncada por problemáticas de índole política y económica como la priorización de las inversiones públicas del interés para algunos empresarios y no frente a los sectores más necesario para la comunidad.

En la actualidad se evidencia una problemática de urgente resolución ya que al no existir una central de abastos organizada, las plazas de mercado experimentan graves problemas socioeconómicos y ambientales como son: caos vehicular, inseguridad, deficiente calidad e insalubridad de los productos, malas prácticas en la manipulación de alimentos, falta de tecnificación e infraestructura necesaria en empaque y embalaje, altas cantidades de desperdicios que contaminan ambientalmente, desperdicio de producto, pérdidas económicas, entre otros, que en conjunto reflejan un pésima imagen de la ciudad al igual que amenaza directamente la salud de los consumidores; en este sentido es de interés común la realización de esta investigación tendiente a evaluar el impacto social, económico y ambiental de la implementación de la central de abastos en la ciudad de Pasto.

Plan de Desarrollo Municipal: dentro del Plan de Desarrollo Municipal en el Capítulo II Competitividad y Productividad una de las bases del bienestar económico de la población se encuentra sustentada en la existencia de micro, pequeñas y medianas empresas que generan un considerable porcentaje de las oportunidades laborales, estas se tropiezan con una deficiente infraestructura que impide incluirse exitosamente en el escenario globalizado vigente, una debilidad manifiesta en la capacitación del recurso humano hacia habilidades laborales específicas. Como respuesta, esta política pública de competitividad pretende generar bases de crecimiento local e impulsar el emprendimiento y la asociatividad empresarial, que posibilita la generación de ingresos y el incremento de la oferta de empleo para sus habitantes y realiza intervenciones en los diferentes frentes.

#### Resultados:

Problema específico: Deficiente equipamiento estructural que impide el adecuado funcionamiento u desarrollo integral municipal.

Objetivo específico: Construir y mejorar el equipamiento estructural necesario para el funcionamiento y desarrollo integral del Municipio de Pasto.

Líneas básicas de intervención priorizadas con la comunidad: Gestión para la construcción de equipamientos estratégicos como: Central de Abasto.

Meta periodo: Se evaluará, decidirá y gestionará la construcción por concesión y/u otras formas de articulación pública o privada de los equipamientos estratégicos para el mejoramiento de la Productividad y Competitividad del Municipio como la Central de Abasto.

Indicador: Equipamientos de alto impacto con evaluación de factibilidad y GESTION PARA LA CONSTRUCCION por concesión y/u otras formas de articulación pública y privada

## 2. PROPÓSITOS DE ESTA INVESTIGACION

Realizar una evaluación del impacto social, económico y ambiental en la implementación de la Central de Abastos en el municipio de Pasto.

Propósitos específicos

- Realizar un diagnóstico social, económico y ambiental del entorno en las plazas de mercado en el municipio de Pasto desde el punto de vista de pequeños productores locales, ciudadanos usuarios de plazas de mercados, grandes productores y mayoristas.
- Realizar una evaluación del impacto socioeconómico y ambiental que tiene la implementación de la central de abastos en el municipio de Pasto.
- Determinar los puntos más críticos en el funcionamiento de la central de abastos y en base a ellos sugerir unas recomendaciones que permitan la optimización en el proceso de implementación.

## **Anexo D.**

### **FORMATO GRUPO FOCAL**

#### **1. ANTECEDENTE**

San Juan de Pasto cuenta con una favorable ubicación geográfica siendo capital del departamento de Nariño reconocido por su vocación agropecuaria ancestral y por tener diversidad de microclimas así como sus cercanías a fronteras de otros países hermanos, posición que la convierte en una ciudad de paso obligado para la comercialización y distribución de grandes cantidades de productos agrícolas y pecuarios con destinos nacionales e internacionales. Sin embargo hoy solo cuenta con plazas de mercado que no están acordes a sus necesidades; de ahí surge la necesidad de implementar la construcción de una central de abastos que le permita potenciar todas estas ventajas comparativas, pero esta se ha visto truncada por problemáticas de índole política y económica como la priorización de las inversiones públicas del interés para algunos empresarios y no frente a los sectores más necesario para la comunidad.

En la actualidad se evidencia una problemática de urgente resolución ya que al no existir una central de abastos organizada, las plazas de mercado experimentan graves problemas socioeconómicos y ambientales como son: caos vehicular, inseguridad, deficiente calidad e insalubridad de los productos, malas prácticas en la manipulación de alimentos, falta de tecnificación e infraestructura necesaria en empaque y embalaje, altas cantidades de desperdicios que contaminan ambientalmente, desperdicio de producto, pérdidas económicas, entre otros, que en conjunto reflejan un pésima imagen de la ciudad al igual que amenaza directamente la salud de los consumidores; en este sentido es de interés común la realización de esta investigación tendiente a evaluar el impacto social, económico y ambiental de la implementación de la central de abastos en la ciudad de Pasto.

## 2. PROPÓSITOS

Realizar una evaluación del impacto social, económico y ambiental en la implementación de la Central de Abastos en el municipio de Pasto.

### Propósitos específicos

- Realizar un diagnóstico social, económico y ambiental del entorno en las plazas de mercado en el municipio de Pasto desde el punto de vista de pequeños productores locales, ciudadanos usuarios de plazas de mercados, grandes productores y mayoristas.
- Realizar una evaluación del impacto socioeconómico y ambiental que tiene la implementación de la central de abastos en el municipio de Pasto.
- Determinar los puntos más críticos en el funcionamiento de la central de abastos y en base a ellos sugerir unas recomendaciones que permitan la optimización en el proceso de implementación.

<b>Nombre del moderador</b>	
<b>Nombre del observador</b>	

### Lista de asistentes

<b>Nombre</b>	<b>Ocupación</b>	<b>Contacto</b>

## Preguntas

Variables	Preguntas
Diagnostico	¿Qué opina de la situación actual de la plaza de mercado?
Problemas sociales	¿Qué problemas sociales evidencia actualmente en la plaza de mercado?
Datos cuantitativos	Ingresos, costos, gastos, pérdidas, utilidades
Problemas económicos	¿Qué problemas económicos percibe en el funcionamiento actual de la plaza de mercado?
Problemas ambientales	Que daños ambientales causa actualmente la plaza de mercado
Central de abastos	¿Qué concepto tiene acerca de una central de abastos?
Impacto socioeconómico	Que aspectos socioeconómicos mejorarían con la implementación de una central de abastos desde el punto de vista de productores – comercializadores, mayoristas, ciudadanos usuarios
Impacto ambiental	Que acciones ambientales mejorarían con la implementación de una central de abastos
Puntos críticos de éxito	Que elementos considera necesario para un correcto funcionamiento de una central de abastos en la ciudad de Pasto.

## 5. Pauta de chequeo (evaluación)

- Chequear elementos presentes en el grupo focal (evaluación del observador)
- Lugar adecuado en tamaño y acústica.
- Lugar neutral de acuerdo a los objetivos del Grupo focal.
- Asistentes sentados en U en la sala.
- Moderador respeta tiempo para que los participantes desarrollen cada tema

- Moderador escucha y utiliza la información que está siendo entregada.
- Se cumplen los objetivos planteados para esta reunión.
- Explicita en un comienzo objetivos y metodología de la reunión a participantes
- Permite que todos participen.
- Reunión entre 60 y 120 minutos.
- Registro de la información (grabadora o filmadora)
- Refrigerios adecuados y no interrumpen el desarrollo de la actividad.
- Escarapelas con identificación de asistentes.

## Anexo E.

### Resultados MIC MAC

Matrices de entrada

Matriz de Influencias Directas (MID)

La Matriz de Influencias Directas (MID) describe las relaciones de influencias directas entre las variables que definen el sistema.

Cuadro

Matriz de influencias directas

	1 : Diagnostic	2 : Proyecto	3 : problemas	4 : socioecono	5 : ambiental	6 : calidad	7 : social	8 : Entorno	9 : Abastos	10 : Problemas	11 : Impacto	12 : Ambiental	13 : Infraestru	14 : Social	15 : Movilidad	16 : Cultura	17 : Asociativi	18 : Recursos	19 : Plan	20 : Empleo	21 : Economia	22 : Sanidad	
1 : Diagnostic	0	1	1	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2
2 : Proyecto	3	0	3	2	3	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	3	2
3 : problemas	3	3	0	3	2	3	2	1	1	0	1	1	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2
4 : socioecono	3	2	1	0	3	2	0	1	3	2	1	3	2	1	3	3	2	3	2	3	2	3	3
5 : ambiental	3	2	2	1	0	2	3	1	2	3	1	2	3	2	3	2	1	1	1	1	2	0	0
6 : calidad	2	3	2	3	2	0	1	2	3	2	1	2	1	2	3	2	1	2	3	2	1	0	0
7 : social	3	2	3	2	3	2	0	3	2	3	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1
8 : Entorno	2	3	1	2	1	2	3	0	1	2	3	2	1	3	2	2	1	1	3	2	2	1	1
9 : Abastos	3	3	2	1	2	2	3	2	0	1	2	3	2	1	2	3	1	2	1	2	2	0	0
10 : Problemas	3	2	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	2	3	3
11 : Impacto	1	0	0	1	1	0	0	3	3	2	0	0	2	0	0	0	1	2	3	2	1	3	3
12 : Ambiental	1	0	2	0	0	0	0	3	0	2	3	0	2	0	0	0	2	3	1	3	2	1	1
13 : Infraestru	1	3	3	0	0	2	2	1	1	0	0	0	0	0	2	0	1	2	1	2	1	1	1
14 : Social	2	0	0	0	2	2	1	1	2	3	2	0	2	0	2	2	2	1	2	3	0	2	2
15 : Movilidad	2	0	0	0	2	0	3	0	2	3	2	1	0	1	0	3	1	3	0	2	1	0	0
16 : Cultura	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	3	0	0	0	0	1	1
17 : Asociativi	1	2	3	2	1	2	3	2	1	1	0	0	3	2	1	0	0	3	0	0	0	0	0
18 : Recursos	1	2	1	3	0	1	2	1	2	1	1	1	0	0	0	2	2	0	3	3	3	1	1
19 : Plan	0	1	2	3	2	1	1	0	1	2	3	2	1	3	2	1	3	3	0	2	3	1	1
20 : Empleo	1	2	2	3	2	0	1	2	2	2	1	0	2	1	2	3	2	1	2	0	0	1	1
21 : Economia	1	1	2	3	1	2	2	2	0	1	1	1	2	2	3	2	0	3	0	2	0	2	2
22 : Sanidad	1	1	1	0	2	3	2	2	3	1	1	2	2	2	0	1	2	0	0	1	1	0	0

© LPSOR-EPITA-MICMAC

Fuente: El autor

Las influencias se puntúan de 0 a 3, con la posibilidad de señalar las influencias potenciales:

0 : Sin influencia

1 : Débil

2 : Media

3 : Fuerte

P : Potencial

### Matriz de Influencias Directas Potenciales (MIDP)

La Matriz de Influencias Directas Potenciales MIDP representa las influencias y dependencias actuales y potenciales entre variables. Completa la matriz MID teniendo igualmente en cuenta las relaciones visibles en un futuro.

#### Cuadro

Matriz de influencias directas potenciales

	1 : Diagnostic	2 : Proyecto	3 : problemas	4 : socioecono	5 : ambiental	6 : calidad	7 : social	8 : Entorno	9 : Abastos	10 : Problemas	11 : Impacto	12 : Ambiental	13 : Infraestru	14 : Social	15 : Movilidad	16 : Cultura	17 : Asociativi	18 : Recursos	19 : Plan	20 : Empleo	21 : Economía	22 : Sanidad
1 : Diagnostic	0	1	1	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2
2 : Proyecto	3	0	3	2	3	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	2
3 : problemas	3	3	0	3	2	3	2	1	1	0	1	1	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2
4 : socioecono	3	2	1	0	3	2	0	1	3	2	1	3	2	1	3	3	2	3	2	3	2	3
5 : ambiental	3	2	2	1	0	2	3	1	2	3	1	2	3	2	3	2	1	1	1	1	2	0
6 : calidad	2	3	2	3	2	0	1	2	3	2	1	2	1	2	3	2	1	2	3	2	1	0
7 : social	3	2	3	2	3	2	0	3	2	3	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
8 : Entorno	2	3	1	2	1	2	3	0	1	2	3	2	1	3	2	2	1	1	3	2	2	1
9 : Abastos	3	3	2	1	2	2	3	2	0	1	2	3	2	1	2	3	1	2	1	2	2	0
10 : Problemas	3	2	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	2	3
11 : Impacto	1	0	0	1	1	0	0	3	3	2	0	0	2	0	0	0	1	2	3	2	1	3
12 : Ambiental	1	0	2	0	0	0	0	3	0	2	3	0	2	0	0	0	2	3	1	3	2	1
13 : Infraestru	1	3	3	0	0	2	2	1	1	0	0	0	0	0	2	0	1	2	1	2	1	1
14 : Social	2	0	0	0	2	2	1	1	2	3	2	0	2	0	2	2	2	1	2	3	0	2
15 : Movilidad	2	0	0	0	2	0	3	0	2	3	2	1	0	1	0	3	1	3	0	2	1	0
16 : Cultura	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	3	0	0	0	0	1
17 : Asociativi	1	2	3	2	1	2	3	2	1	1	0	0	3	2	1	0	0	3	0	0	0	0
18 : Recursos	1	2	1	3	0	1	2	1	2	1	1	1	0	0	0	2	2	0	3	3	3	1
19 : Plan	0	1	2	3	2	1	1	0	1	2	3	2	1	3	2	1	3	3	0	2	3	1
20 : Empleo	1	2	2	3	2	0	1	2	2	2	1	0	2	1	2	3	2	1	2	0	0	1
21 : Economía	1	1	2	3	1	2	2	2	0	1	1	1	2	2	3	2	0	3	0	2	0	2
22 : Sanidad	1	1	1	0	2	3	2	2	3	1	1	2	2	2	0	1	2	0	0	1	1	0

© UPSOR-EPTA-MICMAC

Fuente : El autor

Las influencias se puntúan de 0 à 3 :

0 : Sin influencia

1 : Débil

2 : Media

3 : Fuerte

Resultados del estudio

Influencias directas

Estabilidad a partir de MID

Demuestra que toda la matriz debe converger hacia una estabilidad al final de un cierto número de interacciones (generalmente 4 ó 5 para una matriz de 30 variables), es interesante poder seguir la evolución de esta estabilidad en el curso de multiplicaciones sucesivas. En ausencia de criterios matemáticamente establecidos, ha sido elegido para apoyarse sobre un número determinado de interacciones.

*Cuadro*

Estabilidad a partir de MID

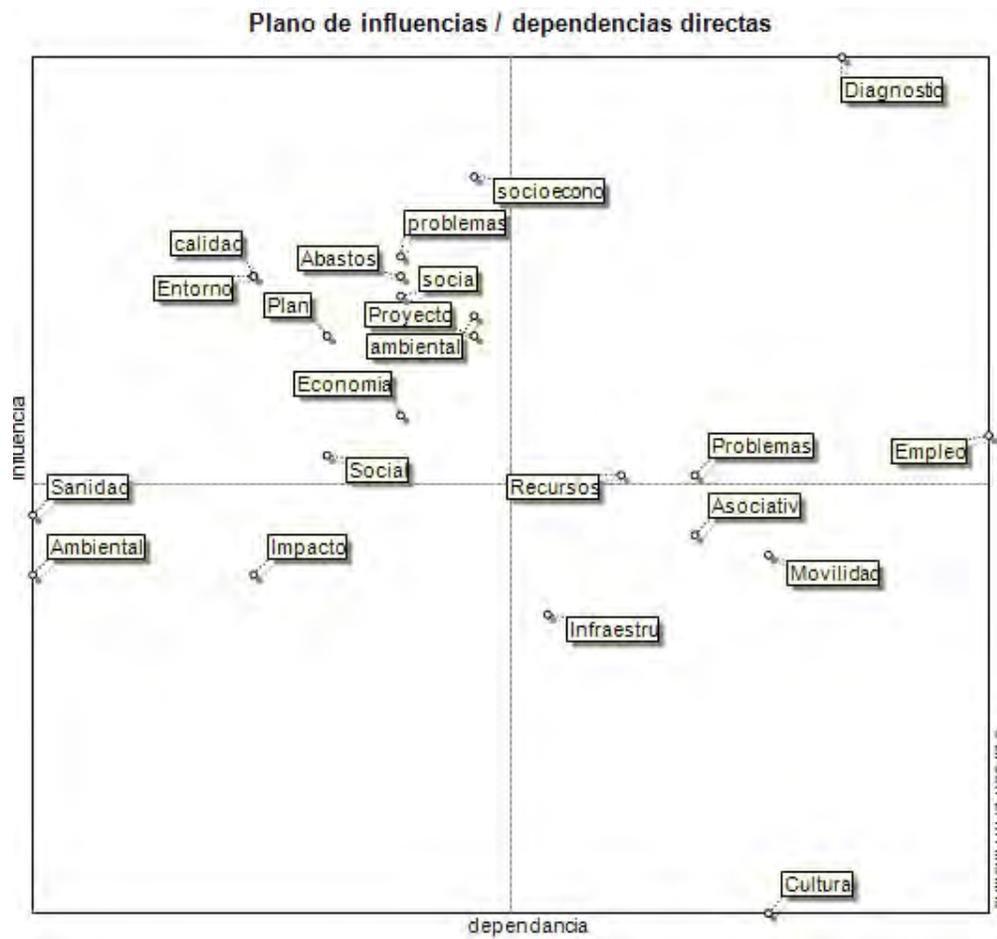
INTERACCIÓN	INFLUENCIA	DEPENDENCIA
1	102 %	93 %
2	102 %	101 %

Fuente : El autor

Plano de influencias / dependencias directas

Este plano se determina a partir de la matriz de influencias directas MID.

Plano de influencias directas

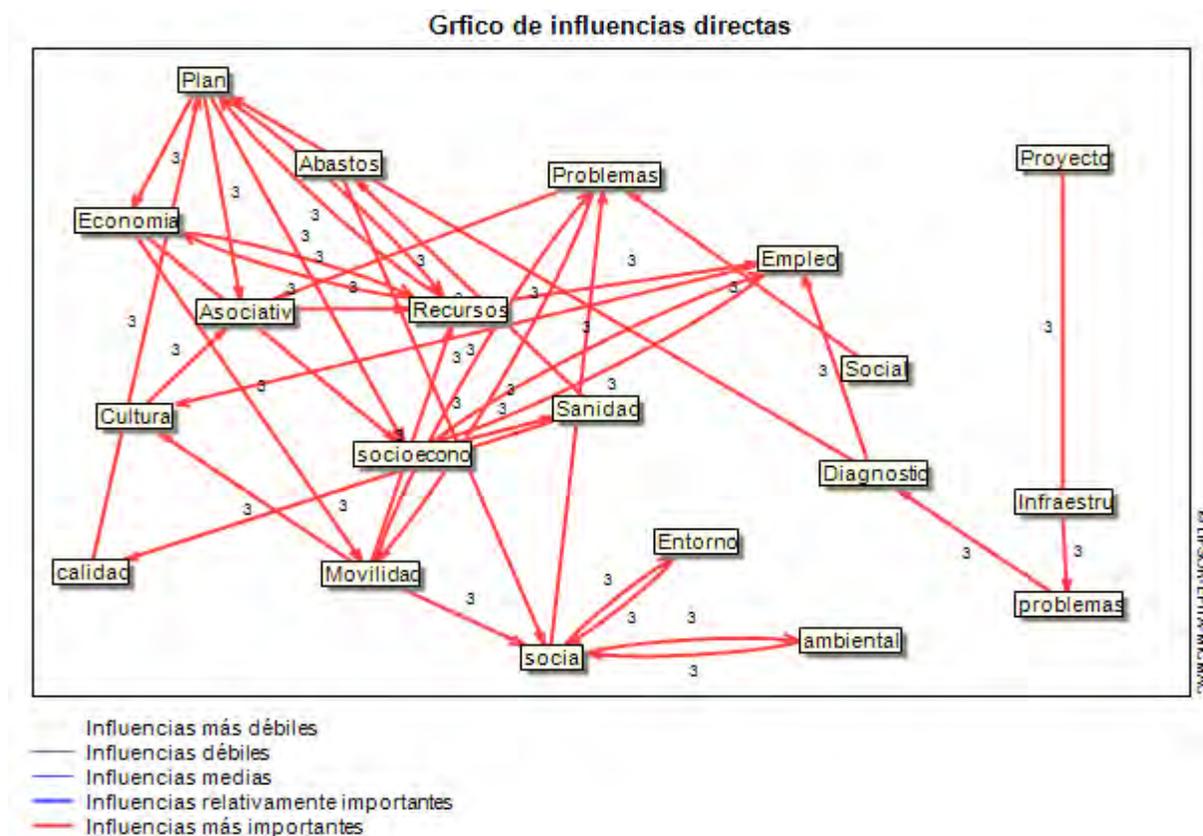


Fuente : El autor

## Gráfico de influencias directas

Este gráfico se determina a partir de la matriz de influencias directas MID.

## Gráfico de influencias directas



Fuente : El autor

Influencias directas potenciales

Estabilidad a partir de MIDP

Demuestra que toda matriz debe converger hacia una estabilidad al final de un cierto número de interacciones (generalmente 4 ó 5 para una matriz de 30), es interesante poder seguir la evolución de esta estabilidad después de multiplicaciones sucesivas. En ausencia de criterios matemáticamente establecidos, se elige apoyarse en un número de permutaciones (tri à bulles) necesarios en cada interacción para clasificar, la influencia y la dependencia, del conjunto de variables.

## Estabilidad a partir del Midp

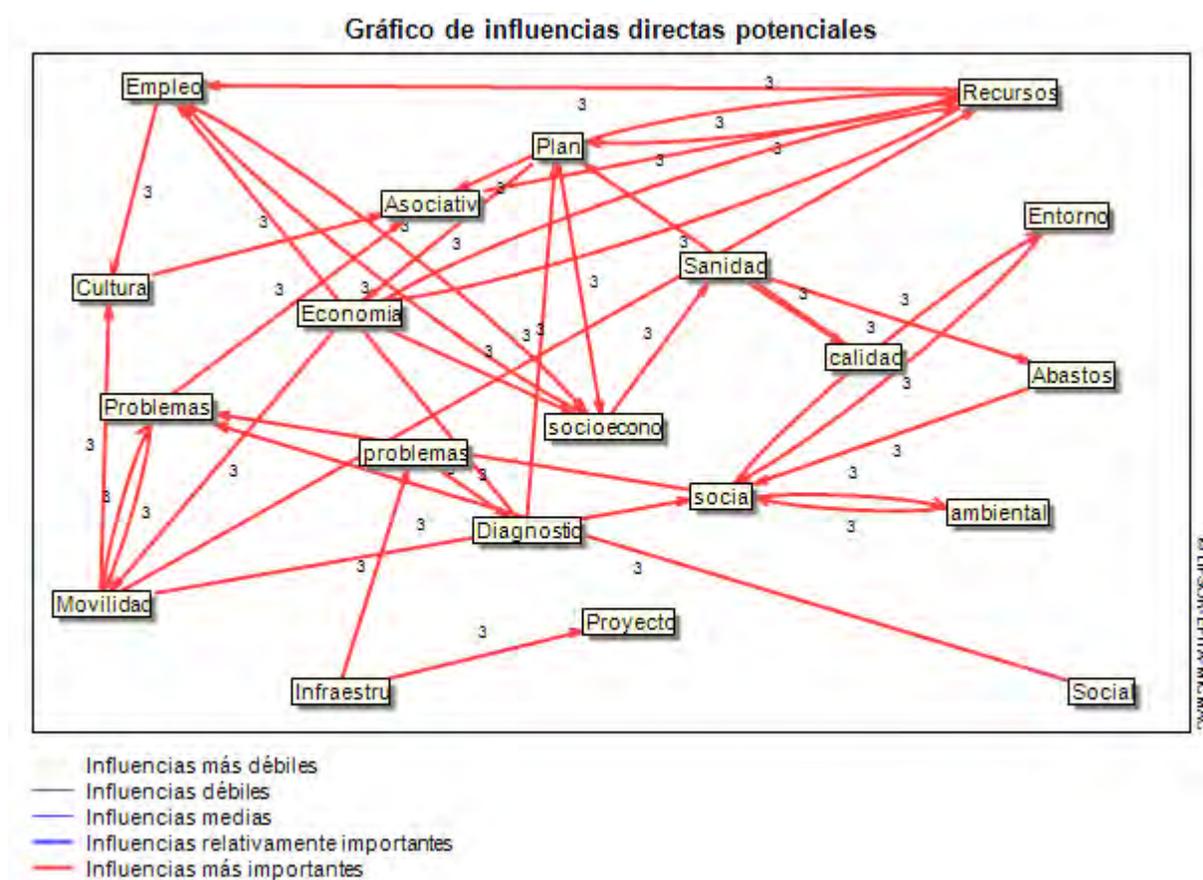
INTERACCIÓN	INFLUENCIA	DEPENDENCIA
1	102 %	93 %
2	102 %	101 %

Fuente : El autor

## Gráfico de influencias directas potenciales

Este gráfico se determina a partir de la matriz de influencias directas potenciales MIDP.

## Gráfico de influencias directas potenciales

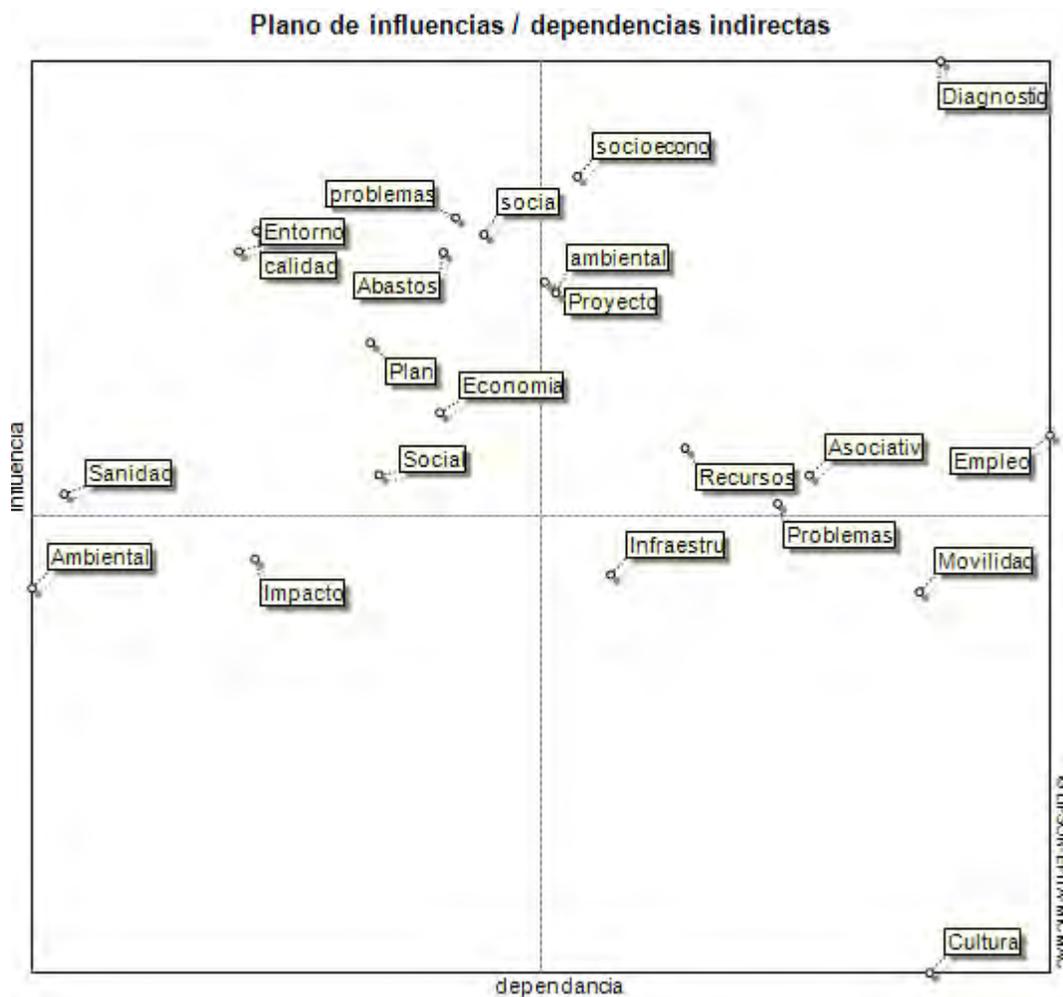


Fuente : El autor

## Influencias indirectes

Este plano se determina a partir de la matriz de influencias indirectas MII.

### Plano de influencias indirectas



Fuente : El autor

Influencias indirectas potenciales

Matriz de Influencias Indirectas Potenciales (MIIP)

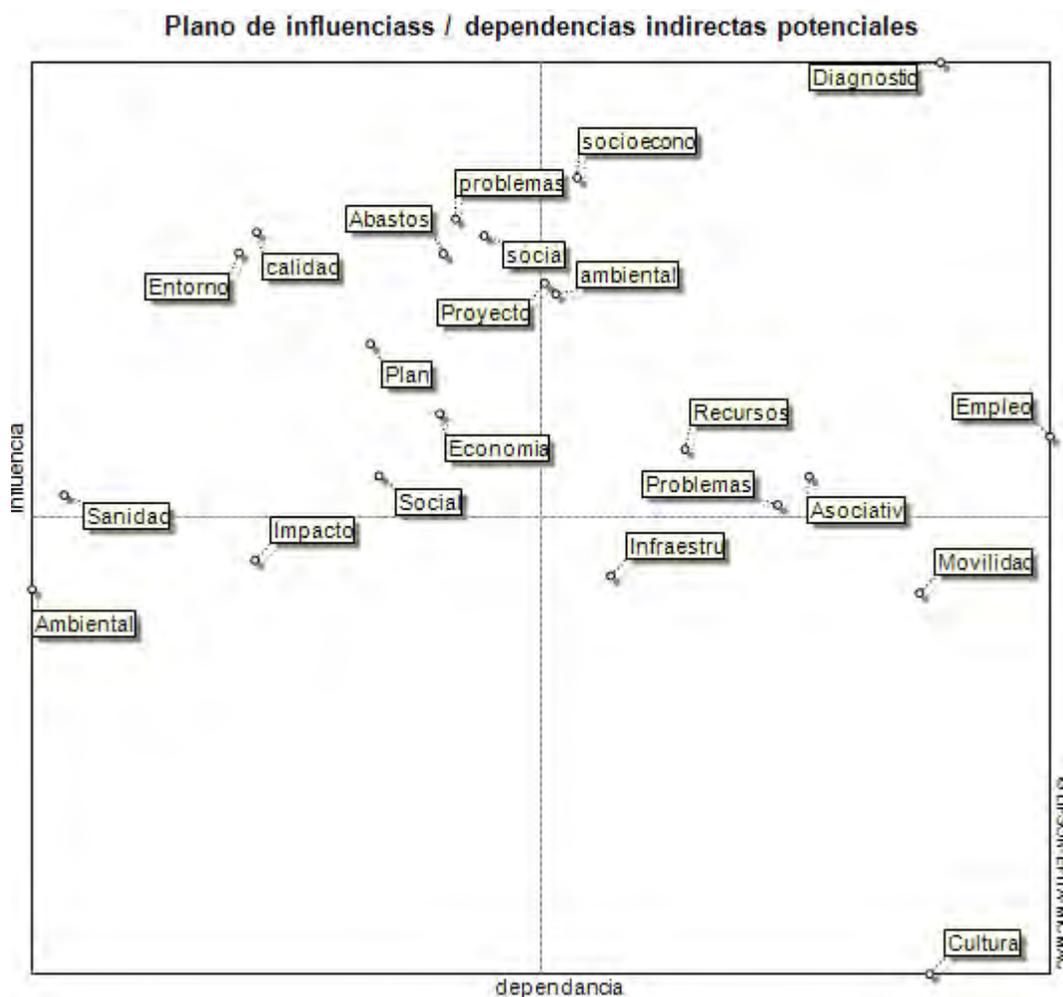
La Matriz de Influencias Indirectas Potenciales (MIIP) corresponde a la Matriz de Influencias Directas Potenciales (MIDP) elevada a la potencia, por interacciones sucesivas. A

partir de esta matriz, una nueva clasificación de las variables pone en valor las variables potencialmente más importantes del sistema.

Los valores representan la tasa de influencias indirectas potenciales

Plano de influencias / dependencias indirectas potenciales

Este plano se determina a partir de la matriz de influencias indirectas potenciales MIIP.

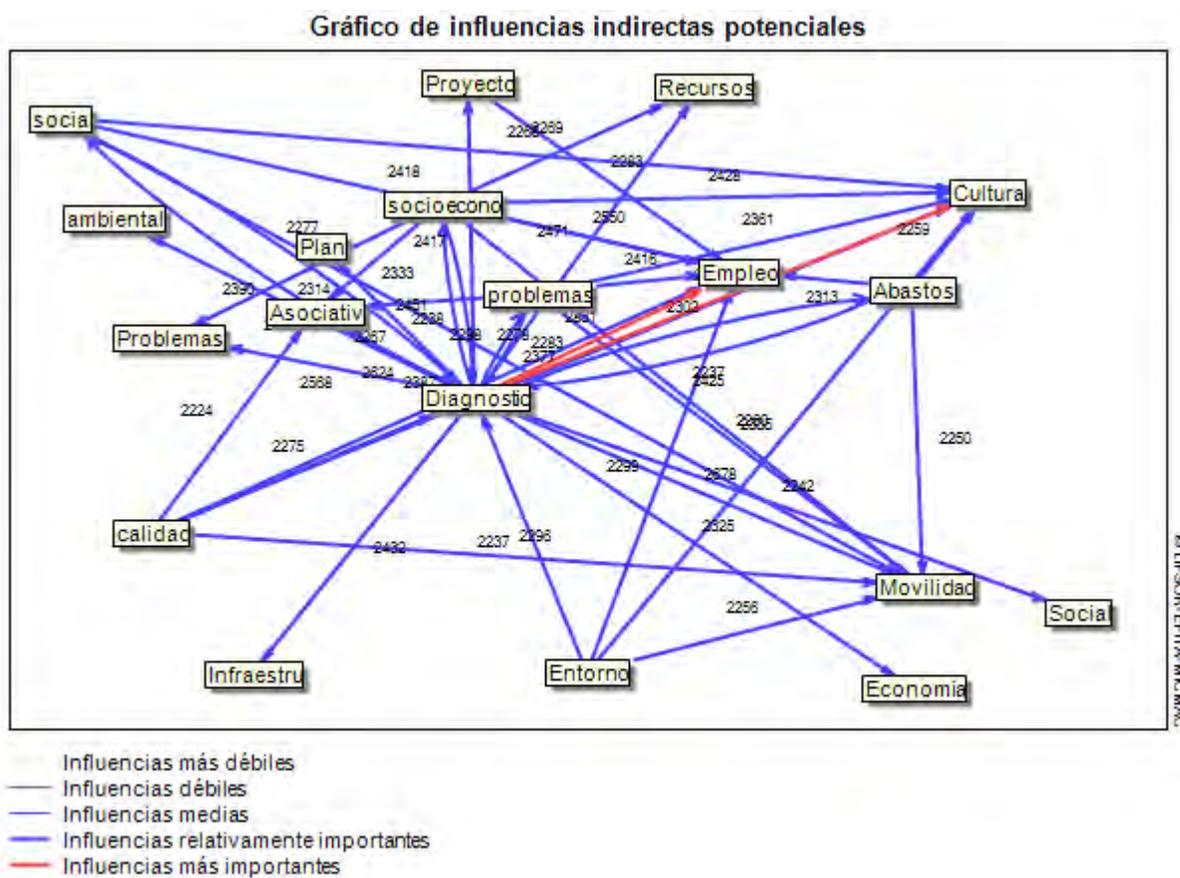


Fuente : El autor

Gráfico de influencias indirectas potenciales

Este gráfico se determina a partir de la matriz de influencias indirectas MIIP.

Gráfico de influencias indirectas potenciales



Fuente : El autor

*Presentación de resultados mactor*

Actores :

1. Miranda (Armando) Rol: Secretario de desarrollo económico, Alcaldía de Pasto.
2. Villarreal (Omar) Rol: Coordinador Regional, Unidad de Emprendimiento y Empresarismo SENA Nariño
3. Cánchala (Mónica) Rol: Profesional Ruta de Competitividad, Cámara de Comercio
4. Delgado (Dummer) Rol : Profesional de Programa Creciendo Juntos PNUD
5. Actor (Actor) Rol : Representante Plazas de Mercado

## **2. LISTA DE HIPÓTESIS**

- Impacto socioeconómico (Socioec)
- Impacto ambiental (Ambiental)
- Cambios socioeconómicos (Social )
- Variables ambientales (Ambiente)
- Desarrollo socioeconómico (Desarrollo)
- Residuos sólidos (Ambiental)

## **3. DESCRIPCIÓN DE LAS HIPÓTESIS**

### 1. Impacto socioeconómico (Socioec)

Descripción : Es una oportunidad para mejorar el proceso de comercialización de los productos locales y de la región, beneficiando de esta manera el mantenimiento del empleo en el campo y la generación de nuevos empleos en la ciudad.

## 2. Impacto ambiental (Ambiental)

Descripción : El impacto ambiental se relaciona con la generación de desechos orgánicos, los impactos sobre el paisaje con la construcción de las instalaciones físicas y posiblemente la contaminación de las aguas aledañas.

## 3. Cambios socioeconómicos (Social )

Descripción : Construir un lugar especializado brindará seguridad a los comerciantes, productores e inversionistas, beneficiando a la economía y generando circulante, sin embargo no es suficiente con adecuar un espacio físico de la mano es necesario una articulación con el gobierno local y/o central que permitan una estabilidad de precios sostenibles, es conveniente la implementación de una central de abastos principalmente debido a que se fortalecería el papel de los ayuntamientos en los procesos de comercialización para regular la oferta y demanda de alimentos, asegurando ingresos suficientes a los productores y haciendo rendir el ingreso familiar, además de otra razón de fuerza, y es que se obtienen mayores ingresos para la hacienda municipal, ya que la operación de estos instrumentos de comercialización genera recursos por concepto del pago de contribuciones y derechos, y si estos últimos son bien canalizados se pueden hacer reinversiones ya sea en la misma infraestructura, adecuaciones pero también algo que va de la mano es la EDUCACION, pues no solo "es vender", sino "saber vender", con calidad de atención y con información, pues es de vital importancia atender a un consumidor que se rige de las tendencias actuales (salud, belleza, nutrición, tiempo, informado, etc.)

## 4. Variables ambientales (Ambiente)

Descripción : Como tal la central de abastos por sí sola no beneficiaría en nada al medio ambiente, pero si va acompañado de la implementación de programas de sanidad tal es el caso de controles de plagas, de aguas residuales, de residuos sólidos, y su constante monitoreo y verificación con sus respectivos planes de mejoramiento y planes de acción de ejecución inmediata se podría decir que habría manejo de dichos residuos de forma adecuada, ahora bien, así como en el punto anterior , es imperativo una capacitación el entendimiento y manejo de estos programas y claro esta su aplicación, pues estos programas no serían nada sin las personas que ejecutan y verifican.

#### 5. Desarrollo socioeconomico (Desarrollo)

Descripción : Una Central de abasto implementada en el Municipio de Pasto traería para región desarrollo en lo económico con la mejora en la calidad de sueldos, precios controlados para la oferta y demanda de los productos; en lo social, mejoraría la calidad de vida de los comerciantes quienes viven en la tendencia del “mal vender para mal comer” ; en lo cultural, se educaría a los proveedores e intermediarios para la oferta de los productos

#### 6. Residuos sólidos (Ambiental)

Descripción : El impacto sería bajo, siempre y cuando se haya planeado en el proyecto un manejo adecuado tanto para los residuos sólidos de las materias primas o insumos como los residuos líquidos