



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES**

Escuela Profesional de Administración

“ANÁLISIS DEL SISTEMA LOGÍSTICO DE DISTRIBUCIÓN DE PAPA EN EL MERCADO MOSHOQUEQUE – PROPUESTA DE MEJORA”

TESIS

**PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Bach. Hashimoto Guevara, David Matahiko

ASESOR: Lic. De la Torre Prettel, Melquiades Alejandro

Lambayeque, Junio 2015

ANÁLISIS DEL SISTEMA LOGÍSTICO DE DISTRIBUCIÓN DE PAPA EN EL MERCADO MOSHOQUEQUE – PROPUESTA DE MEJORA

TESIS PRESENTADA POR:

HASHIMOTO GUEVARA, DAVID MATAHIKO
Bachiller en Administración

LIC. ADM. MELQUIADES ALEJANDRO DE LA TORRE PRETEL
Asesor

TESIS APROBADA POR:

LIC. ADM. ELMER AMÉRICO SILVA ROMERO
Presidente de Jurado

**LIC. ADM. GUIDO ALARCON
VILLANUEVAS**
Vocal

**LIC. ADM. ROSA AURORA
FERNANDEZ SAAVEDRA**
Secretario de Jurado

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mis padres que son las piedras fundamentales de mi crianza. A ellos que con su compañía y amor me educaron y orientaron para cada una de las decisiones más importantes de mi vida, dándome la libertad y confianza necesaria para desarrollarme mejor.

Quisiera dedicarle este trabajo también a mis hermanos, de quienes aprendí muchísimo que me conocen como a ningún otro entendiendo las cosas que necesitaba antes de pedírselas. A ellos que con sus propias experiencias me aconsejaron para mi bienestar.

Por último quisiera dedicarle este trabajo a mi pareja que a través de los años me enseñó a ser un mejor ser humano y de la cual aprendí todas las cosas necesarias para tener una vida plena.

INDICE

APROBACIÓN DE TESIS	II
DEDICATORIA.....	III
INDICE.....	IV
RESUMEN.....	- 1 -
ABSTRACT	- 3 -
INTRODUCCIÓN.....	- 5 -
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ANTECEDENTES	- 7 -
1.1 EL PROBLEMA	- 8 -
1.1.1 Selección del problema	- 10 -
1.1.2 Antecedentes	- 11 -
1.1.2.1. Referencias atinentes	- 11 -
1.1.2.2. Estudios Anteriores.....	- 23 -
1.1.3 Formulación Interrogativa del Problema	- 31 -
1.1.3.1 Problema General:	- 31 -
1.1.3.2 Problemas Específicos:	- 31 -
1.1.4 Justificación de la Investigación.....	- 31 -
1.1.5 Limitaciones y restricciones de la investigación	- 32 -
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	- 33 -
1.2.1 Objetivo General	- 33 -
1.2.2 Objetivos Específicos	- 33 -
1.3 HIPÓTESIS.....	- 33 -
1.3.1 Hipótesis Global:	- 33 -
1.3.2 Hipótesis Específicas	- 34 -
1.4 VARIABLES	- 34 -

1.4.1 Identificación de Variables.....	- 34 -
1,5 TIPOS DE INVESTIGACIÓN Y DE ANÁLISIS	- 36 -
1.5.1 Tipos de investigación	- 36 -
1.5.2 Tipo de análisis	- 36 -
1.6 DISEÑO DE LA EJECUCIÓN DEL PLAN COMO DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	- 36 -
1.6.1 Población y muestra de la investigación.....	- 36 -
1.6.2 Técnicas, instrumentos, informantes o fuentes, y variables a las que se aplicará cada instrumento.	- 37 -
1.6.4 Forma de tratamiento de los datos	- 38 -
CAPÍTULO II: MARCO TEORICO	- 39 -
2.1 MARCO TEÓRICO	- 40 -
2.1.1 Conceptos Básicos.....	- 40 -
2.1.1.1 Mercado de Abastos:.....	- 40 -
2.1.1.2 Sistema logístico de distribución.....	- 41 -
2.1.1.3 Transporte.....	- 42 -
2.1.1.4 Limpieza.....	- 42 -
2.1.1.5 Transitable.....	- 43 -
2.1.1.6 Comerciantes	- 43 -
2.1.1.7 Productor.....	- 44 -
2.1.1.8 Acopiador	- 44 -
2.1.1.9 Mayorista.....	- 45 -
2.1.1.10 Zona de descarga.....	- 45 -
2.1.2 Sistemas Logísticos de Distribución	- 46 -
2.1.2.1 Concepto:.....	- 46 -
2.1.2.2 Evolución:.....	- 47 -
2.1.2.3 Componentes:	- 49 -
2.1.3 Cadena de Valor de la Papa	- 50 -
2.1.3.1 Concepto:.....	- 50 -
2.1.3.2 Agentes:.....	- 50 -
2.2. MARCO NORMATIVO.....	- 52 -

2.2.1. Internacional.....	- 52 -
2.2.2. Nacional	- 57 -
2.2.2.1 <i>Ley Orgánica de Municipalidades – Ley N° 27972I</i>	- 57 -
2.2.2.2 <i>Norma sanitaria de funcionamiento de mercados de abasto y ferias – Ministerio de Salud</i>	- 59 -
CAPÍTULO III: RESULTADOS	- 72 -
3.1 ANALISIS DEL SISTEMA LOGÍSTICO, LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPO DE LA DISTRIBUCIÓN DE PAPA EN EL MERCADO MOSHOQUEQUE, SEGÚN LOS AGENTES,	- 73 -
3.1.1 Ubicación de la infraestructura	- 73 -
3.1.2 Análisis de los agentes del sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque.....	- 76 -
3.1.2.1 <i>Transportistas</i>	- 76 -
3.1.2.2 <i>Cargadores</i>	- 90 -
3.2 NIVELES DE LIMPIEZA, TRANSITABILIDAD Y COSTOS QUE GENERA EL ACTUAL SISTEMA LOGÍSTICO DE DISTRIBUCIÓN DE PAPA.....	- 95 -
3.2.1 Transitabilidad.....	- 95 -
3.2.2 Limpieza.....	- 96 -
3.2.3 Costos.....	- 97 -
3.3 ANÁLIZAR LAS RELACIONES ENTRE LOS AGENTES Y MEDIOS UTILIZADOS PARA DESARROLLAR EL NUEVO MODELO PARA EL SISTEMA LOGÍSTICO DE DISTRIBUCIÓN DE LA PAPA.....	- 98 -
3.4 PROPUESTA DE MEJORA.....	- 99 -
3.4.1 <i>Limpieza</i> :.....	- 99 -
3.4.2 <i>TRANSITABILIDAD</i>	- 101 -
3.4.3 “LA DESPENSA DE MOSHOQUEQUE”	- 101 -
3.4.3.1 <i>UBICACIÓN Y ACCESO</i>	- 101 -
3.4.3.2 <i>BENEFICIARIOS</i>	- 103 -
3.4.3.3 <i>CARACTERISTICAS GENERALES</i>	- 103 -
3.4.3.4 <i>RUBROS CONSIDERADOS</i>	- 104 -

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES.....	- 106 -
4 CONCLUSIONES:.....	- 107 -
CAPÍTULO V: RECOMENDACIONES	- 108 -
5 RECOMENDACIONES.....	- 109 -
REFERENCIA Y ANEXOS.....	- 110 -
6 REFERENCIAS	- 111 -
7 ANEXOS.....	115
ANEXO Nº 1	115
ANEXO Nº 2:	- 106 -
ANEXO Nº 3:	- 107 -
ANEXO Nº 4:	- 108 -
ANEXO Nº 5	- 109 -
ANEXO Nº 6	- 111 -
ANEXO Nº 7	- 112 -
ANEXO Nº 8	- 113 -
ANEXO Nº 9	- 114 -

RESUMEN

La situación problemática abordada en la presente investigación está referida al creciente caos, los niveles de desorden, la intransitabilidad de las vías, que dificulta el libre tránsito por las vías de acceso tanto peatones como vehículos menores y la escasa limpieza de la zona del mercado de abastos de Moshoqueque, ubicado en el Departamento de Lambayeque, Provincia de Chiclayo y Distrito de José Leonardo Ortiz; deduciendo que todo estos resultantes son producto de un sistema logístico deficiente y a la inexistencia de una plan de acción que articule a los agentes principales que interactúan dinámicamente en este sistema.

El objetivo general fue ***Proponer un modelo participativo del sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque de modo que aumente la limpieza y transitabilidad de la zona y baje los costos en la distribución de la papa.*** Planteándose como hipótesis: **Que aplicando un modelo participativo para el sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque aumentará significativamente el nivel de limpieza y transitabilidad en ese sector del mercado.**

En el análisis realizado al mercado de abastos de **Moshoqueque** pudimos determinar que el agente más corrosivo del sistema son los transportistas causantes en mayor medida de la intransitabilidad vehicular y peatonal, desorden y los que ensucian más. Sin embargo pudimos determinar también que el agente con mayor influencia en el sistema logístico de descarga del mercado de abastos es el comerciante que establece los parámetros que los transportistas cumplen.

Por lo tanto en nuestra propuesta de mejora se contempla la coordinación entre comerciantes y los funcionarios municipales, para entablar conversaciones y retomar los proyectos de la creación de dos nuevos centros de abastos mejor

implementados, considerando espacios libres para la carga y descarga de productos propiamente dicha. Esperando tener como resultado de esto una mayor satisfacción por parte de la población afectada.

ABSTRACT

The problematic situation addressed in this research refers to the growing chaos, levels of disorder, the roads impassable, hampering the free flow paths for both pedestrians and smaller vehicles and cleaning lacking the market area supplies of Moshoqueque, located in the Department of Lambayeque, Province of Chiclayo and José Leonardo Ortiz district; resulting deducting all these are products of poor logistics system and the lack of a plan of action that articulates the main actors interact dynamically with this system.

The overall objective was to propose a participatory model of logistics distribution system in Moshoqueque potato market so as to increase cleanliness and walk ability of the area and lower costs in the distribution of the potato. Considering the hypothesis: that using a participatory model for logistic distribution system Moshoqueque potato market will significantly increase the level of cleanliness and walk ability in that market sector.

In the analysis the food market Moshoqueque we determined that the most corrosive agent system are causing further transport of vehicular and pedestrian impassable, disorder and those who dirtier. But we could also determine the most influential agent in the logistics system discharge food market is the merchant that sets the parameters that carriers comply. For that reason the merchant are the most important agent in our logistic system

Hence our proposal to improve coordination between merchants and city officials contemplated, for talks and resume the project of creation of two new centers better implemented supplies, given clearances for

loading and unloading product itself. Hoping to have as a result a greater satisfaction of the affected population.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación realizaremos un análisis concienzudo del **“Sistema Logístico de Distribución de Papa del Mercado de Abastos de Moshoqueque”**. Teniendo como principal el mercado de abastos Moshoqueque, donde se desarrollo principalmente la recolección de información. Este mercado de abastos se encuentra ubicado en el distrito de José Leonardo Ortiz, provincia de Chiclayo departamento de Lambayeque, Perú.

El trabajo de investigación desarrollado se titula **“Análisis del sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque”**, el cual tuvo como propósito conocer y analizar el efecto del sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque en la limpieza y el orden en ese sector de la comunidad, para desarrollar una propuesta que mitigue el desorden y caos que se genera en la población aledaña. Así mismo se establecieron los siguientes objetivos específicos: Identificar los agentes que participan en el sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque; Identificar la población involucrada indirectamente en el sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque; Identificar la infraestructura y equipo que se utiliza; analizar las relaciones entre los agentes y medios utilizados; proponer un modelo de mejora.

La hipótesis planteada señala que el actual sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque crea un alto nivel de desorden y caos a la comunidad. Nuestra población estuvo compuesta por los agentes que intervienen en el sistema logístico de distribución siendo estos, transportistas y vendedores mayoristas, así como la comunidad del entorno del mercado.

El informe está compuesto por los siguientes capítulos: organización de mercados de abastos en el mundo y Latinoamérica. Casos del mercado de

Hamburgo y la central de abastos de México; legislación sobre mercados de abastos en el Perú; análisis del sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque y la propuesta de mejora.

Este trabajo de investigación se describe en siete partes:

1. ***Planteamiento del problema y antecedentes.***
2. ***Marco referencial.***
3. ***Descripción de la situación actual.***
4. ***Análisis de la situación actual.***
5. ***Propuesta.***
6. ***Conclusiones.***
7. ***Recomendaciones.***
8. ***Bibliografía y anexos.***

Se considera que este es un trabajo inicial que se debe continuar, pues hay que encontrar la verdad, científicamente probada, que nos permita controlar estos problemas, que crecen por la incompetencia de los gobernantes.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ANTECEDENTES

1.1 EL PROBLEMA

El problema que es objeto de estudio de la presente investigación está referido al: **“Actual sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque”**, al cual analizaremos a través de los siguientes criterios: Incumplimientos y Carencias.

En la actualidad los mercados de abastos son unas instalaciones cerradas y normalmente cubiertas, situadas en las ciudades donde diversos comerciantes suministran a los compradores todo tipo de alimentos perecederos tales como carnes, pescados, frutas, verduras y hortalizas. También pueden existir otros comercios que venden pan, productos lácteos, flores, o alimentos en general así como diversos artesanos. Las plazas de abastos modernas disponen de cámaras frigoríficas para conservar los alimentos perecederos.

Siendo la razón de su existencia y concentración la insuficiencia producción de algún bien en determinada zona, la suficiente para abastecer a su población. El departamento de Lambayeque es un departamento productor agrícola que tiene los siguientes productos agropecuarios emergentes en la región, tales como:

FRUTAS: Mango, Palto, Lúcuma, Tamarindo, Chirimoya, Mamey, Tumbo, Guanábana.

MENESTRAS: Fréjol Chapí, Frejol de Palo, Pallar Baby, Zarandaja.

APICULTURA: Miel de Abeja, Cera de Abeja, Polen.

PRODUCTOS PECUARIOS: Leche Fresca, Derivados Lácteos, Ovinos de Pelo.

OTROS: Ajíes, Espárrago, Algarroba, Café Orgánico, Hortalizas Orgánicas, Plantas Medicinales, flores. **(Pastor)**

Sin embargo, dicha producción agropecuaria no es integral y muchos de los productos de consumo básico para su población no son producidos en la región en la calidad y/o cantidad suficiente

En el departamento de Lambayeque la mayor parte de la producción de papa que se comercializa en el centro de abastos de Moshoqueque, José Leonardo Ortiz – Chiclayo provienen de la sierra, especialmente de los departamentos de Huánuco (principal departamento productor de papa), Junín, La Libertad (principal abastecedor del norte del país) y Cajamarca. En la costa, destacan la producción de los departamentos de Arequipa, Lima e Ica .Es relevante mencionar que la papa puede ser producida y comercializada en fresco durante todo el año en el país por lo que el acopiar y almacenar papa para comercializarla en momentos de escasez no es muy común.

Cuando se construyó el complejo mayorista de Moshoqueque a cada comerciante se le otorgó una tienda o puesto de trabajo de 12 metros cuadrados en promedio, inicialmente el mercado contaba con una zona de parqueo denominada “Las Argollas” en donde el transporte liviano y pesado realizaba las actividades de descarga del producto. Conforme pasó el tiempo esta zona dejo de ser el estacionamiento del complejo y se convirtió en nuevos módulos de trabajo para los comerciantes que llegaban a dicho mercado de abastos que actualmente ha colapsado por la gran cantidad de mercaderes y comerciantes que alberga en sus instalaciones y alrededores

Actualmente, los camiones que llegan desde los centros de producción llevan a cabo las actividades de descarga en el horario y lugar que ellos creen convenientes generando desorden, caos vehicular y contaminación ambiental debido a los residuos que dejan en plenas vías públicas después de llevada a cabo dichas actividades

Teniendo en cuenta la información descrita en el párrafo anterior se pueden identificar los problemas que surgen a partir del proceso de descarga de los productos que se comercializan en el mercado Moshoqueque en este caso de la papa, los cuales son principalmente el desorden, caos aglomeración de las personas, vías completamente intransitables y contaminación al medio ambiente debido a los residuos que son dejados en los lugares donde se descargan los productos , todo esto ocasionado por la carencia de un adecuado sistema logístico de distribución de papa.

Podemos precisar que la situación crítica en la comercialización de papa en el mercado Moshoqueque-Chiclayo, se da todos los días ya que las actividades de carga y descarga de los productos se lleva a cabo a cada momento, además los tricicleros estacionan sus unidades en donde creen conveniente, no teniendo en cuenta que las vías se vuelven intransitables, generando molestias en la comunidad en donde se encuentra ubicado dicho centro de abastos.

El problema en que se centra la investigación podemos encuadrarlos en los siguientes criterios:

1.1.1 Selección del problema

Este problema fue seleccionado teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- 1.Se tienen acceso a los datos relacionados al problema.
- 2.Su solución contribuiría a resolver otros problemas
- 3.Es uno de los que más tiene incidencia social.
- 4.Afecta negativamente a la protección al consumidor.

5.En su solución están interesados los responsables de dos o más sectores. **(Ver anexo 1 y 3).**

1.1.2 Antecedentes

1.1.2.1. Referencias atinentes

Previo a cualquier descripción de la organización de mercado a nivel mundial y latinoamericano, es preciso mencionar la existencia de una asociación mundial de mercados mayoristas, se trata de la **UNIÓN MUNDIAL DE MERCADOS MAYORISTAS (WUWM** por sus siglas en inglés), la cual inició su actividad, en 1958, como una organización asociada de la Unión Internacional de Autoridades Locales (IULA) Luego se convirtió en una entidad autónoma a partir de junio de 2003, domiciliada en los Países Bajos.

Actualmente WUWM cuenta con alrededor de 200 asociados en 44 países entre los cuales figura el Perú. Es una asociación sin fines de lucro que tiene como objetivo promover el intercambio internacional de información sobre mercados mayoristas y minoristas, con el fin de mejorar su construcción, organización y gestión. WUWM persigue sus objetivos a través de: la organización de conferencias y reuniones especializadas, la colección global y registro de datos sobre los mercados, a través de la publicación de informes y estudios, e intercambiar experiencias, conocimientos y experiencia para el beneficio general de los miembros.

Abarca temas relacionados con La gestión de residuos, la seguridad alimentaria y la distribución de la productos frescos y los desafíos asociados de marketing y logística, la ampliación de la Unión Europea y los directivas de la Comisión Europea, el comercio justo, la identificación y exploración de los beneficios socioeconómicos de los mercados alimentarios, la optimización de la eficiencia y la

rentabilidad y las oportunidades de desarrollo futuro de los mercados son algunos de los temas importantes actuales. (Angelucci, 2006)

MERCADO MAYORISTA DE HAMBURGO

Desde su creación en 1962, el Mercado Mayorista de Frutas, Hortalizas y Flores de Hamburgo, se encuentra en la localidad Alemana de Hammerbr, se asienta sobre una superficie total de 283 mil metros cuadrados; este mercado abastece a un área que se extiende al oeste de Polonia y el sur de Escandinavia. Mercado utiliza una gama completa de servicios de apoyo, con lo cual los comerciantes son muy competitivos, debido a que ofrecen al cliente un excelente servicio, con lo último en logística y servicios técnicos. Hoy día, un total de 15 millones de consumidores reciben alimentos frescos de este mercado mayorista, cuyo director General es el señor Torsten Berens.

El Mercado Mayorista de Hamburgo cuenta con una excelente infraestructura. A sólo 500 metros de distancia, tiene una salida a la autopista al otro lado del puente, sobre el Río Elba. Asimismo cuenta con varias entradas que permiten el acceso al puerto libre, que está a sólo 1 kilómetro de distancia del mercado. Todo ello le permite estar ordenado y limpio, sobretodo organizado.

En este mercado los comerciantes detallistas y compradores mayoristas realizan sus compras diarias, mientras que el consumidor final no está autorizado a realizar compras en este mercado. (Juan Carlos Pérez Mesa, Emilio Galdeano Gómez y Tamara M. González Hernández, 2012)

CENTRAL DE ABASTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

La ciudad de México ha sido, desde el siglo XVI, el principal centro comercial del centro de México, y concentra ese comercio en lugares públicos que reciben el nombre genérico de mercados, muchos de ellos distribuidos por todo el territorio y de importancias diversas. En la ciudad de México ese comercio se centró inicialmente en la plaza principal de México-Tlatelolco, la cual fue incorporada al gobierno mexicana, tras su conquista, y se convirtió en lugar de admiración para los conquistadores españoles, ya en la Nueva España. La actividad comercial, sobre todo la realizada en grandes cantidades (llamada mayoreo), se restringió a los integrantes del Consulado de Comerciantes de México, quienes, primero desde el Mercado del Parián de México y luego desde el Mercado de la Plaza del Volador, controlaron el comercio del Virreinato.

Durante el siglo XIX, con la independencia de México, el Consulado perdió este control, derivado de las nuevas leyes de la República Mexicana, por lo que el Mercado del Volador es rebasado por el auge del comercio que se desplaza por todo el oriente de la ciudad de México. Empiezan a abrir muchos locales comerciales alrededor de la zona hoy llamada La Merced, donde lo mismo se vende al mayoreo que al menudeo. Durante este desarrollo, varias calles empezaron a especializarse en la venta de artículos, lo que iría generando un impacto en las costumbres sociales de los habitantes de los barrios, quienes comenzaron a crear cofradías o hermandades informales de comerciantes para controlar el mercado.

En consecuencia, se pueden encontrar barrios especialistas; por ejemplo, en la actual calzada de La Viga se inicia el comercio al por mayor de pescados y mariscos (en sus inicios provenientes del mismo lago de Texcoco), para luego agregar en este lugar el

comercio de flores, legumbres, frutos y hortalizas que alimentan a la ciudad y que, provenientes de Xochimilco o de Cuernavaca, tienen como medio de transporte las trajineras que navegan por el Canal de la Viga. Es así como el oriente se convierte en el centro comercial de la ciudad y de la mayor parte del comercio de México, lo que atrae una gran prosperidad económica e inmigración, que no siempre se incorpora a los mercados lícitos y convierte, además, a la zona en fuente de problemas tales como la prostitución, el tráfico de enervantes, los juegos de azar, el asalto, el hurto y la violencia en general.

Vista del exterior poniente de la zona de frutas y legumbres (perecederos), al fondo se puede ver el Cerro de la Estrella.

Es por esto que en 1923 se crea el primer centro comercial de la zona en la parte demolida del Convento de la Merced para tratar de ubicar a los vendedores dispersos por las calles, con lo cual no se logran grandes avances. Asimismo, el 23 de septiembre de 1957 se inaugura el nuevo Mercado Central de la Merced que, con dos naves en un área de 88 mil metros cuadrados y por un costo de 75 millones de pesos, trata de concentrar en un solo espacio el comercio al mayoreo disperso por la zona. Este moderno mercado sirve excepcionalmente bien a su propósito, pero el crecimiento de la ciudad de México en la segunda mitad del siglo XX termina por rebasarlo, por el hecho de que el comercio ya no solo abarca a la ciudad de México, sino también a muchas ciudades de la Cuenca de México. Así, el Mercado de la Merced se vuelve un centro comercial para el medio mayoreo y el menudeo en general, y vuelve el mayoreo a las antiguas accesorias que tenían por la zona, a lo cual se agrega el aumento de la flota de camiones de transporte de mercancías y pasajeros que se da en la zona.

Por esto, durante la primera parte del gobierno del Distrito Federal del Regente maestro Carlos Hank González se crea un plan de reordenamiento urbano donde se centralizarán los servicios y se crearán nuevas vialidades para un mejor desplazamiento urbano, y se crean entonces las Centrales Camioneras y los Ejes Viales, entre otras medidas, pero además un centro de distribución para el comercio al mayoreo con vista al comercio al menudeo, lo que además permitirá un ordenamiento estructural y urbano del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Este proyecto se realizó bajo la premisa de que fuera en un punto suburbano de la ciudad, comunicado por varios ejes viales, los cuales le permitieran a los camiones de transporte la movilidad requerida. Surgido como un proyecto del arquitecto Abraham Zabludovsky y realizado en la zona chinampera de Iztapalapa ante el desagrado de la naciente corriente ecologista del país, se diseñó con base en un polígono hexagonal deformado cuyo eje principal mide 2250 metros y con las entradas y salidas en sus extremos; debería contener todos los comercios mayoristas de la ciudad, por lo que habría de incluir variados servicios, como bodegas climatizadas, policía, bancos, etc. Los trabajos iniciaron en marzo de 1981 y la inauguró el presidente José López Portillo el 22 de noviembre de 1982.³

Durante la década de los ochenta, la Ceda fue escasamente habitada, por lo que debieron darse apoyos a los comerciantes para que mudaran sus actividades a este centro comercial. Fue así como el plan inicial de venta del dueño de una bodega se vino abajo y se dio el fenómeno de compras múltiples de bodegas por un dueño las cuales fueron luego rentadas a otros, ya sea en parte o toda la bodega, para ejercer el comercio al medio mayoreo o al menudeo. Hasta mediados de la década de 1990 las áreas de abarrotes y de

verduras logran llenar de comerciantes y solo hasta el inicio del siglo XXI se inicia el traslado de las actividades de venta de aves, de cárnicos, pescados y mariscos a la CEDA, proceso que aún no concluye.

Características

La Central de Abastos se distribuye por un área total de 304 hectáreas, con un volumen de alimentos y productos básicos de 30 mil toneladas, con capacidad de almacenaje para 122 mil toneladas lo cual es transportado por 52 mil vehículos diarios de todos los tonelajes, la afluencia diaria de visitantes en su mayoría comerciantes al detalle es de 300 mil diarios los cuales son atendidos por unos 70 mil empleados en diversas actividades.

Organización

La Central de Abasto de la Ciudad de México o CEDA se organiza en bodegas de unos cinco metros por frente por veinte metros de largo, dando uno de los frentes a un pasillo peatonal que va en un eje poniente a oriente por donde los compradores pueden moverse sin restricciones más que las dadas por el tráfico de personas y carretilleros, el otro frente da unos andenes los cuales permiten la carga y descarga de mercancías, estos están abiertos a una ancha calle donde se pueden instalar dos tráiler sin obstaculizar el paso de otros, cada anden peatonal da a dos hileras de bodegas colocadas a sus lados, como identificación cada hilera de bodegas recibe de norte a sur por nomenclatura una letra del alfabeto, a su vez las bodegas reciben un numero que incrementa de poniente a oriente, mientras de norte a sur son conectados por pasillos numerados del una al cinco, aunque solo el dos permite el paso por un largo puente entre la zona de abarrotes y verduras, entre cada anden los pasillos conectan a estos en base a unos puentes los cuales son zonas de gran peligro ya que los carretilleros al intentar ganar más, llevan

usualmente grandes cargas de mercancías, las cuales por sus pesos los impulsan como catapulta durante la subida a estos puentes, mientras en la bajada deben de correr para evitar ser atropellados por su propia carretilla, lo que en no pocas veces produce el arrollamiento de peatones descuidados. (Raymundo Collins Flores, Jean Gérard Sidaner M, 2007)

MERCADO DE ABASTOS DE ARGENTINA

Para finales del siglo XIX la Ciudad de Buenos Aires tuvo un importante crecimiento debido a las corrientes migratorias que llegaban desde diversos países de Europa. Debido al aumento demográfico y la demolición del Mercado Modelo, ubicado frente a la Plaza Lorea (por la apertura de la Avenida de Mayo), los hermanos Devoto solicitaron el 16 de agosto de 1888 la construcción, en sus terrenos adquiridos en 1875 en el barrio de Balvanera, de un mercado de abasto. La Intendencia aceptó la propuesta el 29 de noviembre de 1888 y la elevó al Concejo Deliberante para que fuese tratada.

El Consejo aprobó la propuesta y sancionó el 8 de enero de 1889 una ordenanza autorizando la construcción del Mercado Central de Abasto «en el terreno situado en las calles de Corrientes, Gral. Lavalle, Anchorena y Laprida, cuya área se compone de 25 mil metros cuadrados». La Municipalidad asignó también la función del mercado, permitiendo la venta al por mayor de frutas, verduras y otros artículos de abasto, pero prohibiendo expresamente la venta de carne.

Los antiguos puesteros del Mercado Modelo decidieron asociarse, y en 1889 fundaron la Sociedad Anónima Mercado de Abasto Proveedor. Esta sociedad compró a los hermanos Devoto el terreno

y la concesión para construir el Mercado de Abasto, y al ser aprobada la transferencia en 1890 por el Intendente Francisco Seeber se comenzó la construcción. La primera parte inaugurada el 1 de abril de 1893 contaba con una superficie de 1300 m², se encontraba cerca del ferrocarril y a mitad de camino entre La Boca y Olivos, dos zonas que eran productoras de frutas y hortalizas.

En 1903 fueron inaugurados un frigorífico y una fábrica de hielo, que eran exigidos por la Municipalidad en base al modelo higienista que surgió en esa época en la ciudad. Como la población, y por lo tanto el consumo, aumentaban, fue necesaria la construcción de un corralón entre las calles Guardia Vieja, Lavalle, Gallo y Agüero para el depósito de los carros y caballos. En 1928 fue inaugurado un anexo utilizado para la venta minorista, que fue construido entre las calles Guardia Vieja, Lavalle, Gallo y Sánchez de Bustamante.

El 12 de junio de 1933 se inauguró un enlace subterráneo con la línea B del subterráneo con el fin de que llegasen a su subsuelo los vagones con carga del Ferrocarril Central de Buenos Aires.

Nuevamente la demanda existente en la ciudad requería la construcción de nuevos mercados y la ampliación de los ya existentes, por lo que se decidió la construcción de un nuevo mercado en la manzana donde funcionaba el viejo. El nuevo mercado fue diseñado por el arquitecto esloveno Viktor Sulčič, si los antiguos edificios se inspiraban en Les Halles de París el diseño del gran edificio realizado por Sulčič es un muy original art deco con visos de brutalismo, ¹ y proyectado y construido por el estudio Delpini-Sulcic-Bes, al cual aquél pertenecía. El 28 de diciembre de 1931 fue colocada la piedra fundamental y fue reinaugurado el 24 de marzo de 1934, contando con una superficie de 44 000 m², acceso para tren y estacionamientos subterráneos.

En 1939 la función del mercado fue ampliada, ya que fue permitida la venta de carnes y pescados.

El 27 de noviembre de 1952 comenzó un incendio en el subsuelo que duró varios días. Para proteger el edificio, José Luis Delpini reconstruyó las partes dañadas y reforzó su estructura.² Se comprobó que el túnel que conducía a la línea «B» de subterráneos avivó las llamas al suministrar oxígeno, por lo que se clausuró el pasaje entre las vías del subte y el subsuelo del edificio mediante un muro de mampostería.

El 9 de septiembre de 1971 el gobierno nacional promulgó una ley de fomento del establecimiento de mercados mayoristas de productos perecederos, estableciendo la creación de un Mercado Central único con el monopolio de comercialización mayorista de artículos alimenticios de primera necesidad para la Capital Federal y 25 partidos del Gran Buenos Aires. En base a esto, la municipalidad promulgó la ordenanza 37282, que indicaba que a partir del 1.º de diciembre de 1982 deberían cesar en sus actividades los siete mercados mayoristas que operaban dentro de la jurisdicción municipal, incluyendo el Mercado de Abasto Proveedor.

En el año 1984 ya estaba habilitado el Mercado Central de Buenos Aires, por lo que el 14 de octubre de ese año se dispuso el cierre del Mercado de Abasto y sus operaciones fueron trasladados al complejo ubicado en la localidad de Tapiales, por lo que el edificio quedó clausurado.

Como el Mercado de Abasto cerró seis años antes del vencimiento de la concesión por 100 años, la empresa logró que la municipalidad cambiara la normativa por la cual podría construir torres de viviendas y un supermercado en los terrenos aledaños. Posteriormente la

sociedad SAMAP vendió todo su patrimonio a la cooperativa El Hogar Obrero.

Abasto Shopping

En 1985 el concejo deliberante declaró el ex-mercado patrimonio cultural de la ciudad, impidiendo de esta manera su demolición. Este edificio se encuentra en la zona donde se hubiera construido la autopista AU3 en el plan de autopistas urbanas del intendente Cacciatore.

En el año 1987 El Hogar Obrero comenzó la obra para hacer un centro comercial en el edificio nuevo y un centro cultural en el viejo. A fines de 1989 esta empresa entró en dificultades financieras por lo que se paralizó la obra. Sus problemas se agudizaron, hasta que en 1993 remató las acciones de SAMAP, pero no hubo compradores. Luego de varias gestiones, en 1995 la empresa Inversiones y Representaciones Sociedad Anónima (IRSA) compró dichas acciones.

Tras una remodelación que incluyó la demolición del Mercado Viejo (solo quedó en pie el muro perimetral), el edificio que antiguamente albergaba al Mercado de Abasto fue convertido en 1998 en el Abasto Shopping, uno de los centros comerciales más importantes de la Argentina, en el que se encuentran por mayoría locales de ropa, un multicine, un patio de comidas y una plaza seca. Dentro de sus instalaciones se encuentran un restaurante de comida rápida Kosher y un parque de juegos.

En 1999 se inauguró el peatonal Carlos Gardel y la primera de las torres. El año siguiente abrió al público el hipermercado enfrente al complejo comercial. (Elvisor, Elsapucaí, Invadibot, 2015)

GRAN MERCADO MAYORISTA DE SANTA ANITA-LIMA

Por el lado del papeleo y las aprobaciones burocráticas todo está listo para empezar muy pronto con los trabajos de construcción del nuevo Gran Mercado Mayorista de Lima en Santa Anita. Algunos han criticado la “inacción” de la Empresa Municipal de Mercados (EMMSA) – la responsable de ejecutar el proyecto – después del célebre desalojo del 28 de mayo del año pasado, pero nada que ver. En lo que respecta a EMMSA el trabajo ha sido intenso: antes, durante y – sobretodo – después del desalojo.

Como todo proyecto de inversión pública, los formalismos son muy rigurosos. Primero hubo que actualizar el perfil del proyecto. Habiendo transcurrido tantos años desde su concepción inicial, las nuevas técnicas comerciales y logísticas sugerían un cambio radical en cuanto a la arquitectura e ingeniería del nuevo mercado. Para ello EMMSA contrató a dos expertos franceses del mercado mayorista de Rungis en París, cuyo aporte fue trascendental.

Después de la elaboración del perfil y su aprobación, siguieron el estudio de pre-factibilidad y el de factibilidad, más las aprobaciones correspondientes. Luego tuvimos que pasar por el terror de las autoridades públicas: el famoso SNIP, y para alivio de muchos, conseguimos su bendición. Por último, el día 28 de agosto pasado, en un acto silencioso pero de enorme importancia, el Consejo en pleno de la Municipalidad de Lima aprobó la ejecución del nuevo mercado mayorista.

El 2009 será el año de Santa Anita. A mediados de año iniciaremos el comercio mayorista de hortalizas, que hoy por hoy se realiza en La Parada en condiciones por demás precarias. Luego, algunos meses después, cuando se culmine la segunda etapa del proyecto,

operará el comercio mayorista de frutas, granos, azúcar, abarrotes, etc. y los servicios complementarios que incluyen frigoríficos, plantas de empaque, almacenes, restaurantes, centro de negocios, zonas de recreación, bancos, terminal ferroviario, etc.

Santa Anita constituye unos de los proyectos más importantes que tiene entre manos el Perú. Exagerando un poco, yo diría que Santa Anita es el proyecto más importante de todos.

A la franca – y sin complejos como nos arenga constantemente el Alcalde de Lima – Santa Anita y sus 86 hectáreas revolucionará el comercio de productos agroalimentarios en el país, y beneficiará directamente a millones de productores del campo, millones de consumidores de Lima y del Perú, y miles de comerciantes minoristas, transportistas y estibadores.

Los amplios espacios interiores y el terminal ferroviario que tendrá Santa Anita permitirán que la logística – que es tan gravitante en la formación de precios de los alimentos perecederos – sea muy eficiente y competitiva. Por otro lado, la arquitectura y la disposición de espacios del nuevo mercado permitirán la atención simultánea de centenares de camiones procedentes de las zonas de producción conjuntamente con miles de unidades de transporte de comerciantes minoristas. Es decir, si algo tendrá de sobra Santa Anita, será espacio. Precisamente lo que menos tiene La Parada.

Además de sus enormes implicancias comerciales y económicas, Santa Anita tendrá una importantísima connotación social. Atención médica dentro del mercado, centros de capacitación y entrenamiento, guarderías infantiles con programas de nutrición y asistencia social, centro recreacional para niños, jóvenes y viejos, puesto policial, locales gremiales, etc.

Por todo ello, y por muchas cosas más, Santa Anita es el proyecto más importante del Perú. (Cilloniz, 2008)

1.1.2.2. Estudios Anteriores

Narvaez Mora, Susans Mayte - De La Cruz Obando, Jhames - Alayo Cordova, Alberto - Reupo Obb, Mariela Alexandra - Pantigoso Quintana, Alexandra, en la Tesis titulada: “**CONDICIONES HIGIENICAS DEL MERCADO LA HERMELINDA**”, 2013, manifestaron que ***Sus objetivos fueron:***

Objetivo General.

Determinar las condiciones de Higiene de los alimentos del Mercado de Abastos “La Hermelinda” que pueden verse afectados por la falta de Control Sanitario.

Objetivos Específicos.

Investigar la opinión de los consumidores y vendedores acerca de las condiciones de higiene en el mercado la Hermelinda.

Investigar la frecuencia de Control Sanitario en el Mercado la Hermelinda.

Analizar los Reglamentos de Control Sanitario para Mercados de Abastos.

Contrastar las condiciones de higiene del Mercado la Hermelinda con otros Mercados de Abastos Internacionales, Nacionales Y Locales.

Sus hallazgos más importantes fueron:

El 55% de los comerciantes consideran que las condiciones higiénicas de los puestos son malas, A si también, 100% de los vendedores afirma que no cuentan con servicios de agua, por lo cual el 100% señala que la compra, en cuanto a los servicios higiénicos el 92 % de los vendedores hacen uso de este y creen que 24% considera que no se encuentra en buen estado, el 82% come en el mercado, sin embargo solo el 74% cree que la comida que se vende es apta para el consumo. En cuanto a los que cuentan con carnet sanitario es obligatorio a ciertos rubros como restaurantes, pollos (vivos y muertos), carnes, condimentos, de los cuales el 98% no cuenta con este carnet.

Por otro lado en cuanto a los consumidores el 78% son mujeres el 22% hombres, el 79% de estos considera que no se cuenta con las condiciones higiénicas establecidas, el 68% solo compra sus productos por precios, el 48% suele comprar frutas y verduras, el 31% compra carne ya que el 74% considera que los productos que se ofrecen son frescos, el 27% han usado los servicios higiénicos, considerando el 54% que no se encuentran en buen estado, el 85% nunca ha comido en el mercado debió a que no considera que sea apto para el consumo.

Finalmente el 45% de los comerciantes considera que la labor del presidente de la asociación de comerciantes no es la más adecuada. Por consiguiente, también se realizo una entrevista a la asistente administrativa del mercado “la Hermelinda” a quien se le pregunto: ¿Cada cuanto tiempo realizan controles de sanidad?

Teniendo como conclusión:

Uno de los problemas más graves del mercado “La Hermelinda” es las condiciones de higiene con las que se venden los alimentos para

el consumo producido por la falta de Control Sanitario. Este problema es observado con frecuencia por las autoridades, comerciantes y compradores que transitan o realizan sus compras.

En cuando a las condiciones de higiene del mercado, el grupo de investigación de la Universidad Privada del Norte pudo observar que la mayoría de los alimentos son ofrecidos en lugares inadecuados, también se observó que se expenden las frutas y verduras a la salida de los servicios higiénicos, venden pescado “fresco” en el suelo, carretillas o triciclos expuesto al sol, en cuanto a la venta de pollo, los utensilios y herramienta de matanza se encuentran oxidadas y muy desgastadas, lo mismo ocurre en los servicios higiénicos, los cuales se encuentran en mal estado produciendo un mal olor y pésimo aspecto ;los que venden comida no cuentan con la indumentaria adecuada, dejan sus fuentes de comida y condimentos sin tapar , sus utensilios son lavados en tinas con muy poca agua debido a que no existen conexiones de agua potable, entre otras situaciones anómalas que demuestran la falta de control sanitario en la venta de alimentos. Por otro lado, los trabajadores del SEGAT no recogen la basura en los horarios establecidos que son de 11 de la mañana y 5 de la tarde. Así mismo los comerciantes y compradores arrojan sus desechos en cualquier lugar del mercado, ya que por todo el mercado solo existen 4 contenedores grandes y ningún bote de basura en los diferentes sectores para que los compradores depositen su basura. Además las condiciones de venta son insalubres ya que los alimentos están expuestos a la contaminación lo cual atrae animales tales como insectos, perros, gatos y roedores que merodean por la basura y los alrededores de los puestos, también se producen atoros y roturas en el desagüe provocando malos olores.

Torres P. establece en su tesis titulada “Problemática actual de los mercados de abastos a través de un caso de estudio” (2012), lo siguiente:

El comercio, en general, y las Plazas de Abastos, en particular, están sufriendo en las últimas décadas cambios importantes derivados, principalmente, de los cambios de hábitos en el consumo. Existen Mercados de Abastos que han consolidado su actividad y han conseguido renovar su clientela y, con ello, mantener su cuota de negocio; pero muchos otros se encuentran desde hace años en un proceso de decadencia que parece no tener fin a pesar de los apoyos institucionales y esfuerzos corporativos realizados. A través del trabajo de campo realizado en el Mercado de Abastos de Pontevedra se pretenden conocer: (1) cual es el perfil del vendedor y consumidor de este tipo de establecimiento y (2) cuales son las estrategias emprendidas para garantizar el funcionamiento y atraer clientela, con el objetivo (3) de valorar si estas estrategias son acertadas y suficientes para garantizar el futuro de la Plaza. Este análisis de caso requirió de la realización de encuestas personales a pie de calle (clientes) y establecimiento (vendedores), la observación de las instalaciones actuales y la documentación sobre el pasado inmediato (traslado temporal por obras y regreso al edificio remodelado) y presente (apoyo institucional y movimiento asociativo).

Teniendo los siguientes objetivos:

1. Conocer la situación actual del Mercado de Abastos: perfil de vendedores y clientes.
2. Identificar acciones y estrategias que les pueda ayudar a convertirlos en motor económico.

3. Valorar la idoneidad de estas estrategias y búsqueda de aquellas que le permitan ganar capacidad de atracción.

Siendo los siguientes los principales hallazgos:

- Nuevo papel de los mercados de abastos: son un recurso comercial que ha sufrido drásticos cambios en los últimos años. Ya no gozan del papel motor del espacio urbano salvo que busque aliados y fórmulas que se lo permitan: servicios al consumidor, oferta comercial complementaria.
- Es preciso frenar la inercia actual de caída de demanda (afluencia de clientes e ventas). El mercado de abastos de Pontevedra concentra las ventas en viernes y sábados por la mañana, siendo pescados y mariscos los productos estrella. La caída de poder de atracción ha ido pareja a la disminución de la oferta (bancadas y puestos vacíos).
- Existen sinergias entre el mercado y el comercio local, ambas ofertas se complementan y atraen consumidores tradicionales más reticentes a comprar en grandes superficies.
- Resulta necesario captar nueva clientela ya que los clientes habituales son, en tres cuartas partes, personas con una edad superior a 40 años.
- Contar con un aparcamiento subterráneo en el mercado así como aparcamiento disuasorio en el entorno inmediato es valorado positivamente por la clientela.
- Necesidad de poner en marcha campañas de promoción. En la cuestión asociativa, los vendedores en conjunto no parecen estar

dispuestos a emprender una acción común que tengan que financiar pero sí solicitan el apoyo de la administración, en este caso local. Las acciones emprendidas, como por ejemplo la apertura por la tarde, requieren de una respuesta colectiva masiva para conseguir los propósitos que persigan.

Y por último concluyendo lo siguiente:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Oferta alimentaria de calidad, especializada en pescados y mariscos con presencia de oferta complementaria de carne, verduras, Frutas, congelados, pan y charcutería.	Los productos de calidad son reclamo para consumidores tradicionales pero no existe ningún icono comercial para atraer nueva Clientela.
Contribución al autoempleo en la economía Local. Existencia de una asociación propia AMAPO	Pequeños negocios de corte tradicional, apenas existencia de nuevos emprendedores. Débil valoración de la asociación.
Germen de profesionalización entre algunos vendedores	No es posible fijar estándares comerciales básicos como precios y procedencia de productos
El mercado de abastos establece sinergias con el comercio local de la zona monumental	Insuficiente poder de atracción entre Población joven o nuevos clientes.

Guancha, E., establece en su tesis titulada “Gestión Comercial y Nivel de Ventas en los mercados Municipales de Abastos de la ciudad de Tulcán”. (2013), *Teniendo los siguientes objetivos, la presente investigación:*

- Determinar la relación que existe entre la gestión comercial de los mercados municipales de abastos de la ciudad de Tulcán y su incidencia al nivel de ventas.
- Fundamentar científicamente los conceptos teóricos sobre, gestión comercial y nivel de ventas a través de la consulta bibliográfica, que sustente coherentemente la propuesta.
- Diagnosticar la aplicación de la gestión comercial en los mercados municipales de abastos de Tulcán, a través de la investigación de campo y establecer su incidencia en el nivel de ventas.
- Diseñar la propuesta de comunicación integrada de Marketing en los mercados municipales de abastos de Tulcán enfatizando la gestión comercial, que permita incrementar el nivel de ventas.

Y presenta las siguientes conclusiones:

C1.- Dentro de la investigación desarrollada se ha establecido que los Mercado Municipales de abastos de la ciudad de Tulcán, no cuentan con un plan de comunicación integrada de marketing adecuada, lo que ha repercutido en el nivel de ventas de los mercados.

C2.-La mayoría de los mercados, están siendo reestructurados por el Municipio con su representante el alcalde Ing. Julio Robles Guevara quien ha sido uno de los principales gestores de estas

obras, pero si se considera adecuado establecer ciertas estrategias que estén encaminadas al mejoramiento de todos los mercados en conjunto.

C3.-En base a las encuestas aplicadas se fija que la mayoría de personas no conocen acerca de las nuevas ofertas y promociones de los mercados, ya que no se evidencia publicaciones que les permita dar a conocer acerca de los mercados.

C4.-Se considera también que a pesar de que la mayoría de mercados cuente con infraestructura y que en los últimos años se evidencia un incremento de ventas, pero no en su mayoría como esperan sus comerciantes y en si el municipio, por lo que se hace necesario adquirir estrategias que incentiven al pueblo carchense a darse lugar para evidenciar sus ferias actos culturales entre otros.

C5.-La falta de un plan de comunicación integrada de marketing se ve reflejada en las promociones, ofertas y mensajes de interés que influyen en la decisión de compra de los consumidores y se evidencia en el 43,1% de encuestados que no conocen acerca de la publicación de los productos que se ofertan en el mercado a través de medios publicitarios; además se considera que en algunos mercados el sí establecen promociones con un el 34.1 % y el otro restante con lo conocer.

C6.-La mayoría de personas encuestadas consideran al mercado como un sitio únicamente de compra y nada más pues están desacuerdo en considerar al mercado como un sitio placentero.

C7.-Al realizar el respectivo estudio de los mercados se ha podido comprobar la insatisfacción con las promociones que realiza los Mercados Municipales es evidente del 47.3% ya que no se ha

establecido relaciones con medios publicitarios por parte de la Administración de Mercado.

1.1.3 Formulación Interrogativa del Problema

1.1.3.1 Problema General:

¿Cómo mejorar el actual sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque de modo que aumente el nivel de limpieza y transitabilidad en ese sector del mercado y disminuyan los costos de distribución?

1.1.3.2 Problemas Específicos:

¿Cómo es el sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque?

¿Cuál es el nivel de limpieza, transitabilidad y costos que genera el actual sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque en ese sector de la comunidad?

1.1.4 Justificación de la Investigación

Esta investigación es **necesaria** para todos los agentes que están involucrados en el sistema logístico de distribución de papa (Transportistas, comerciantes mayoristas y minoristas, entre otros), porque los aportes pueden contribuir a elevar su eficiencia en el sistema logístico.

Es también **necesaria** para la comunidad que vive en el perímetro, dentro del distrito de **José Leonardo Ortiz**; porque los aportes de la presente investigación pueden contribuir a que mejoren su calidad de vida.

Es **conveniente** para todo el país, porque contribuiría a incrementar la creación de fuentes de producción y empleo, beneficiando a una gran cantidad de peruanos.

Es, asimismo, **conveniente** para la Universidad Pedro Ruiz Gallo, dado que tiene como parte de sus fines la investigación científica y también la extensión universitaria, en beneficio del país.

Los resultados de la presente investigación beneficiaran a la comunidad de la zona de Moshoqueque, aumentando el orden y la limpieza, evitando la confusión y desorden, campo de cultivo de la delincuencia; también beneficiaría a los mayoristas de papa de la zona ya que disminuiría el tiempo de distribución y las pérdidas generadas como “normales” en este proceso de comercialización de la papa.

1.1.5 Limitaciones y restricciones de la investigación

- Esta investigación tendrá lugar en el área de descarga de papa del mercado Moshoqueque de la ciudad de Chiclayo, departamento de Lambayeque.
- Los sujetos implicados en la investigación serán los agentes que intervienen en el sistema logístico de distribución de papa, entre ellos encontramos a los transportistas que movilizan el cargamento de papa desde los campos de cultivo hasta este centro de abastos. Otro agente que se considera es el vendedor mayorista que se ubica en zonas cercanas al área de descarga del producto, y los pequeños transportistas del cargamento de papa (triciclos y carretillas). Y la comunidad que se ubica en el perímetro de la zona de descarga.

- Esta investigación se centrará en las variables que son el sistema logístico de distribución de papa como variable independiente y los costos, limpieza y transitabilidad como variables dependientes.

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Objetivo General

Proponer un modelo participativo del sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque de modo que aumente la limpieza y transitabilidad de la zona y baje los costos en la distribución de la papa.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Describir la participación de los agentes, la infraestructura y equipo del actual sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque.
- Cuantificar los niveles de limpieza, transitabilidad y costos que genera el actual sistema logístico de distribución de papa.
- Analizar las relaciones entre los agentes y medios utilizados para desarrollar el nuevo modelo para el sistema logístico de distribución de la papa.

1.3 HIPÓTESIS

1.3.1 Hipótesis Global:

Aplicando un modelo participativo para el sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque aumentará

significativamente el nivel de limpieza y transitabilidad en ese sector del mercado.

1.3.2 Hipótesis Específicas

- El sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque es intuitivo y empírico, careciendo de un análisis y trabajo científico, desarrollándose en base a la necesidad y no planificación.
- El nivel de limpieza y el nivel de transitabilidad que genera el actual sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque en ese sector de la comunidad es muy bajo.

1.4 VARIABLES

1.4.1 Identificación de Variables

Dado los cruces de variables que consideran las hipótesis específicas, para obtener los datos que al ser tabulados y mostrados como informaciones, con respecto a las cuales se formulan las apreciaciones descriptivas que luego son calificadas e interpretadas en el análisis, que al usarse como premisas permitan contrastar cada hipótesis específicas con las que están directamente relacionadas, **en esta investigación se requiere obtener los datos de los dominios de las siguientes variables:**

A: Variables del MARCO REFENCIAL (Variables dependientes)

Limpieza – Transitabilidad – Costos.

B: Variables del PROBLEMA (Variable independiente)

Sistema logístico de distribución.

VARIABLES				FORMA DE RECOJO DE INFORMACIÓN
Variables	Dimensiones	Sub. dimensiones	Indicadores	
Distribución logística	Costes de distribución	Transporte	Costo de fletes	Entrevista
		Almacenamiento o acopio	Costo de almacenamiento	Entrevista
	Canales de distribución	Canal directo	Nivel de control	Entrevista
		Canal indirecto	Número de intermediarios	Entrevista
	Planeación estratégica	Planificación de almacenamiento	Niveles de inventario.	Observación
		Planificación de transporte	Costo de transporte	Entrevista
	Monitoreo de los indicadores clave de desempeño	Indicadores Almacenamiento	% de productos extraviados	Entrevista
		Indicadores Transporte	% de productos en mal estado	Entrevista
	Residuos post descarga de productos	Residuos post descarga de productos	Volumen de desperdicios	Observación
Transitabilidad	Ordenamiento vial	Ordenamiento vial	Número de vehículos estacionados en las vías de acceso	Observación
	Transitabilidad	Transitabilidad	Nivel de	Encuesta

	<i>ad peatonal</i>	peatonal	comodidad del peatón	
Costos	<i>Costos de transporte</i>	Costo de transporte	Costo del servicio de transporte	Encuesta
	<i>Costos de descargas</i>	Costo de descarga	Costo del servicio de descarga	Encuesta

1,5 TIPOS DE INVESTIGACIÓN Y DE ANÁLISIS

1.5.1 Tipos de investigación

Esta investigación es descriptiva, prospectiva y propositiva.

Descriptiva: También conocida como la investigación que describe datos y tiene un impacto en las vidas de la gente que le rodea.

Prospectiva: En el diseño prospectivo la recolección se realiza luego de planificar el estudio.

Propositiva: Es una investigación propositiva en la medida en que se propone un nuevo modelo de distribución logística de la papa.

1.5.2 Tipo de análisis

Es **mixto**, predominantemente **cuantitativo**, pero con calificaciones o interpretaciones **cualitativas**.

1.6 DISEÑO DE LA EJECUCIÓN DEL PLAN COMO DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 Población y muestra de la investigación

Nuestra población está compuesta por los agentes que intervienen en el sistema logístico de distribución siendo estos, transportistas y

vendedores mayoristas, así como la comunidad establecida en el perímetro.

De acuerdo a un sondeo previo la población de transportistas que cargan papa es de 15, y los mayoristas de papa son 18, ver ANEXO N° 2. Por lo que no se tomaran muestras.

En cuanto a la comunidad se tomaran muestras por conveniencia siendo 15 pobladores de la zona.

1.6.2 Técnicas, instrumentos, informantes o fuentes, y variables a las que se aplicará cada instrumento.

TECNICAS APLICADAS EN LA RECOLECCION DE INFORMACION. INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Las fuentes de investigación primarias a aplicar serán datos bibliográficos, e información de Internet, opiniones de las personas implicadas en la cadena productiva de la papa. En cuanto a las técnicas se utilizaran las que se muestran en el cuadro siguiente.

T R A T A	Técnica	Instrumentos	Fuente/ informantes
	Observación	Guía de observación	Equipo de investigación
	Entrevista	Guía de entrevista	Comerciantes mercado Moshoqueque/ transportistas
	Encuesta	Cuestionario	Comerciantes mercado Moshoqueque/ transportistas

MIENTO DE LA INFORMACIÓN

La información producto de la observación y la entrevista con los comerciantes mercado Moshoqueque y transportistas será recogida por escrito.

Las encuestas serán mostradas en tablas estadísticas, para permitir una mejor interpretación de los datos.

1.6.4 Forma de tratamiento de los datos

Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos antes mencionados serán incorporados a programas computarizados, como los aplicativos MS Office y SPSS, y con precisiones porcentuales y relaciones u ordenamientos de mayor a menor, los promedios o sumas serán presentados como informaciones en forma de figuras, gráficos, cuadros o resúmenes.

CAPÍTULO II: MARCO TEORICO

Introducción:

El segundo capítulo de este informe final de la investigación contiene el Marco Teórico, que usamos a manera de modelo, como patrón comparativo necesario y suficiente del análisis de la realidad, constituida por la actual situación del sistema logístico de distribución de papa en el mercado de Moshoqueque, ubicado en el distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo, Lambayeque.

Este marco entraña los planteamientos teóricos, las normas, las condiciones del entorno-ámbito y las experiencias exitosas o aspectos en que han obtenido resultados positivos de situaciones similares.

2.1 MARCO TEÓRICO

Como integrantes del Marco Teórico de esta investigación, hemos seleccionado los **conceptos básicos** relacionados con la gestión del sistema logístico de distribución de papa y los **ratios** aplicables a esta.

2.1.1 Conceptos Básicos

Entre los conceptos básicos relacionados con la gestión del sistema logístico de distribución de papa, presentamos aquellos que se han seleccionado, priorizado y que vamos a definir con base en citas textuales de autores reconocidos o vigentes:

2.1.1.1 Mercado de Abastos:

Conceptos:

Son centros físicos de contratación al por mayor existentes en los grandes núcleos urbanos, en los que se reciben los productos agrarios, ganaderos y pesqueros desde los centros de contratación en origen. (Gonzáles, 2002)

Mercado central o lugar donde los mayoristas, sobre todo de productos perecederos, surten a los detallistas. Los mayoristas se agrupan por tipos de productos y se pueden comparar precios fácilmente. A veces se utiliza este término para designar el lugar donde los minoristas especializados tienen sus puestos para vender a las amas de casa. (LID Editorial Empresarial, 2010)

Es el espacio público, como lugar de encuentro, como plaza de intercambio comercial que ha contribuido a la actual configuración de las ciudades y sus centros históricos. (La sociedad gastronómica, 2012)

2.1.1.2 Sistema logístico de distribución

Concepto:

El concepto moderno de logística que se aplica en las organizaciones actuales, viene caracterizado por jugar un papel protagonista en el plano de integración de las actividades del sistema técnico-productivo, cuyo máximo exponente tiene que ver con el aseguramiento de un flujo que se dirige a suministrar al cliente los productos y servicios demandados teniendo en cuenta su solicitud desde el mismo momento que surge la necesidad, eso sí, cumpliendo con los estándares de calidad y los costes que se está dispuesto a pagar. De esta forma, se centra su actividad en la coordinación de las actividades para asegurar un flujo que garantice un alto nivel de servicio al cliente y de optimización de recursos en la dirección de operaciones. (Bueno, 2014)

El concepto de la Logística de Distribución hoy en día es mucho más amplio e integral e incluye todas aquellas funciones y actividades dentro de la organización que participan de la fase de entrega de los productos a los clientes, tales como administración de ventas,

gestión de stocks, servicio, depósitos y transportes, entre otros. (Demaría, 2006)

2.1.1.3 Transporte

Concepto:

Medio de traslado de personas o bienes desde un lugar hasta otro. El transporte comercial moderno está al servicio del interés público e incluye todos los medios e infraestructuras implicadas en el movimiento de las personas o bienes, así como los servicios de recepción, entrega y manipulación de tales bienes. El transporte comercial de personas se clasifica como servicio de pasajeros y el de bienes como servicio de mercancías. Como en todo el mundo, el transporte es y ha sido en Latinoamérica un elemento central para el progreso o el atraso de las distintas civilizaciones y culturas. (Rezk, 2013)

El término transporte se utiliza para designar al movimiento que una persona, objeto, animal o fenómeno natural puede hacer desde un lugar a otro. El transporte puede realizarse de muy diversas maneras, aunque normalmente la idea de transporte se relaciona con la de medios de transporte, es decir, aquellos vehículos que sirven para transportar o trasladar personas u objetos. (Definiconabc, 2015)

2.1.1.4 Limpieza

Conceptos:

La limpieza es la acción de limpiar, entendiéndose como limpiar al proceso de remover suciedad, desechos, desperdicios o todo aquello que puede ser potencialmente dañino o peligroso. (Rodolfo)

La limpieza resulta de la acción limpiar, que consiste en quitar la suciedad, las impurezas, los desechos, las sobras y las manchas. (DeConceptos)

Cualidad de limpio. Acción y efecto de limpiar. (Real Academia Española, 2015)

2.1.1.5 Transitable

Conceptos:

adj. Dicho de un sitio o de un lugar: Por donde se puede transitar. (Real Academia Española, 2005)

2.1.1.6 Comerciantes

Conceptos:

Comerciante es la persona que comercia (es decir, que se dedica a negociar comprando y vendiendo mercaderías). El término se utiliza para nombrar a quien es propietario de un comercio o a quien se desempeña laboralmente en un comercio. (Definicion.De, 2015)

Se entiende por comerciante a aquella persona que se dedica de manera oficial a la actividad del comercio. Esto supone que compra y vende diferentes tipos de artículos o servicios con el objetivo de obtener una ganancia por actuar como intermediario entre quien produce el artículo o servicio y quien lo utiliza. El rol de comerciante es uno de los roles más importantes en la sociedad humana ya que a lo largo de la historia ha sido quien ha permitido conectar las materias primas con los usuarios, ofreciéndoles a estos muchas veces la posibilidad de conocer productos de otros ambientes o regiones. (Definicionabc, 2015)

2.1.1.7 Productor

Conceptos:

El productor es una persona civil o jurídica que adopta las principales decisiones acerca de la utilización de los recursos disponibles y ejerce el control administrativo sobre las operaciones de la explotación agropecuaria. El productor tiene la responsabilidad técnica y económica de la explotación, y puede ejercer todas las funciones directamente o bien delegar las relativas a la gestión cotidiana a un gerente contratado. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2000)

Que fabrica o elabora un producto - Persona que interviene en la producción de bienes y servicios en la organización del trabajo: en el modelo económico actual todos somos productores y consumidores. (Diccionario Manual de la Lengua Española, 2007)

2.1.1.8 Acopiador

Conceptos:

Es un sustantivo y adjetivo que hace referencia a que hace acopio como acumular o almacenar en cantidad especialmente en los granos. Un jornalero es un acopiador que se dedica a apilar los granos de maíz.

Esta palabra en su etimología proviene del verbo activo transitivo “acopiar” y del sufijo “dor” que indica el que suele realizar la acción. (Definiciona)

La definición de acopiador en el diccionario castellano es que acopia. Otro significado de acopiador en el diccionario es también hombre que acopia frutos para revenderlos como comisionista. (Lexicoon, 2015)

2.1.1.9 Mayorista

Conceptos:

El mayor o distribuidor mayorista es un componente de la cadena de distribución, en que la empresa o el empresario, no se ponen en contacto directo con los consumidores o usuarios finales de sus productos, sino que entrega esta tarea a un especialista. El mayorista es un intermediario entre el fabricante (o productor) y el usuario intermedio (minorista); intermediario. (Wikipedia, 2012)

Mayorista es aquel comercio que vende, compra o contrata al por mayor. El concepto se diferencia de la noción de minorista, que es el comercio cuya actividad se realiza al por menor. (Definicion.de, 2012)

2.1.1.10 Zona de descarga

Conceptos:

La zona de recarga (o área de recarga) es la parte de la cuenca hidrográfica en la cual, por las condiciones climatológicas, geológicas y topográficas, una gran parte de las precipitaciones se infiltran en el suelo, llegando a recargar los acuíferos en las partes más bajas de la cuenca.

Principales características de una zona de recarga:

- I. Desde el punto de vista climatológico, son zonas con precipitación media anual alta, evaporación media o baja, humedad elevada;
- II. Desde el punto de vista geológico, son suelos permeables o medianamente permeables, y
- III. Desde el punto de vista topográfico, son configuraciones planas o levemente onduladas.

2.1.2 Sistemas Logísticos de Distribución

2.1.2.1 Concepto:

Podemos definir como sistema logística de distribución al conjunto de canales de distribución que cooperan para movilizar o llevar un producto desde el fabricante hasta el consumidor final reduciendo el número de contactos implicados.

De acuerdo con los estudios de la Organización para la cooperación y el desarrollo económico –en el Libro Estudios territoriales de la OCDE “Un sistema logístico adecuado podría recortar los costos directos e indirectos de producción, control de inventarios y distribución de mercaderías”

Los sistemas de distribución logística contemplan la existencia de canales de distribución, el número dependerá de la complejidad del sistema, es así que cada miembro del canal -intermediario- agrega valor al producto debido a la red de contactos que manejan, experiencia, especialización y escala de operaciones, es decir que los intermediarios ofrecen más de lo que el propio fabricante o principal proveedor es capaz de realizar por su cuenta.

Cabe mencionar la existencia de sistemas de distribución convencionales, estos son los que comúnmente podemos identificar por la presencia de un proveedor- mayorista-detallista-consumidor, cada uno actuando por su cuenta buscando el máximo beneficio en cada tramo del sistema. En tanto su contraparte propone un sistema unificado en el que todos sus miembros se benefician equitativamente.

Actualmente la adopción de sistemas de distribución multicanal en el que una compañía establece dos o más canales de distribución para llegar al consumidor final. Entre las ventajas de este sistema mayor oportunidad para vender y llegar a los segmentos objetivos, sin embargo son más difíciles de controlar generando conflictos entre ellos debido a la competencia por conseguir a los clientes.

2.1.2.2 Evolución:

La logística en el pasado.

Como el movimiento no cambia la apariencia de un producto, mucha gente olvida que el empaque, el manejo de los materiales, el almacenamiento o el transporte le agregan valor al producto.

Una pieza de equipo industrial fabricado en Alemania pero cuyo destino es Chicago, Illinois, es de poco valor hasta que esté en las instalaciones del cliente en el momento correcto, en el lugar correcto y en las condiciones correctas. El cumplimiento de los requisitos que aseguran la única y necesaria combinación de empaque, manejo, almacenamiento y transporte —esto es, la logística— en muchos casos duplica el valor de un producto, desde que es fabricado o cosechado, hasta que es consumido o utilizado en algún proceso industrial.

Sobre el desarrollo histórico que condujo a las funciones logísticas y de distribución física de nuestros días, Donald J. Bowersox realizó un análisis en tres etapas. La primera de ellas fue la que comenzó en 1950 y culminó en 1964, titulada “Origen y una nueva dirección”. En los años de la postguerra, la proliferación de productos y la comercialización sin orden, dos tendencias básicas del mercado, forzaron a los administradores a buscar nuevas formas que ayudaran a controlar los costos de distribución. La administración de la distribución física nació como una postura reactiva, con el ímpetu

original de reaccionar ante los problemas del mercado. No obstante que los costos de la distribución física van del 10% al 30% de las ventas, y aun más en algunas empresas, muy pocas de ellas tenían la estructura de organización adecuada para sacar ventaja de una amplia variedad de oportunidades de intercambios en el área de la logística o la administración de la distribución física. Por ejemplo, en el período de 1950 a 1964

La logística en el presente

En El Presente Los últimos veinte años transcurridos hasta el presente han conformado una de las más estimulantes e intensas épocas en la historia de la logística y la distribución física. Fue durante este período que la gente de empresa y los profesores hicieron un firme compromiso con ellos mismos y con su profesión al aceptar el reto de hacer cualquier cosa para mejorar el profesionalismo y la efectividad de la función logística en las empresas de hoy. Muchos conocimientos se generaron en este período, y es importante considerar las áreas clave en las que se progresó. “La logística en el presente” es la culminación de muchos esfuerzos exhaustivos y efectivos.

Bowersox se refiere a la época que empezó en 1965 como “los años de la maduración del manejo de materiales y distribución física”. El énfasis puesto en el servicio al cliente durante este período que el factor más importante en la maduración de la administración de la distribución física y de la logística. Además del hecho que los administradores de la distribución física comenzaron a tener voz en la toma de decisiones sobre los inventarios, se reconoció que una operación logística bien administrada podría tener efectos positivos en el flujo de efectivo, puesto que reducía la longitud del ciclo de procesamiento de los pedidos y, por tanto, acortaba el tiempo de recuperación de las cuentas por cobrar. Los ejecutivos dedicados a

la distribución física asumieron con gusto una postura propositiva y no reactiva en la toma de decisiones. (Demaría G. , 2015)

2.1.2.3 Componentes:

La Logística es un tema muy extenso y no existe una división estándar o universal de sus elementos. Por lo que se ha clasificado sus elementos o disciplinas en componentes verticales y componentes transversales. Los componentes verticales están asociados a funciones dentro de la organización que se especializan en diferentes tareas y por lo tanto pueden llegar a tener diferentes niveles de especialización o sofisticación. A diferencia de los componentes transversales, que buscan la eficiencia en la conectividad entre funciones y procesos para un Toma de Decisiones ágil. **(Crone, 2005)**

De acuerdo con esto los componentes verticales sistema logístico de distribución son:

- Demanda y Canales de Comercialización/Distribución
- Producción y Suministro
- Distribución (Almacenaje y Transportación)
- Comercio Exterior

Los componentes transversales de la Logística son:

- Información y Conocimiento
- Costeo y Flujo de efectivo
- Monitoreo de los indicadores clave de desempeño y Toma de Decisiones
- Relación con Proveedores

Además cada componente vertical se puede expresar en tres niveles:

- Operativo
- De Gestión o Administración
- Planeación Estratégica

2.1.3 Cadena de Valor de la Papa

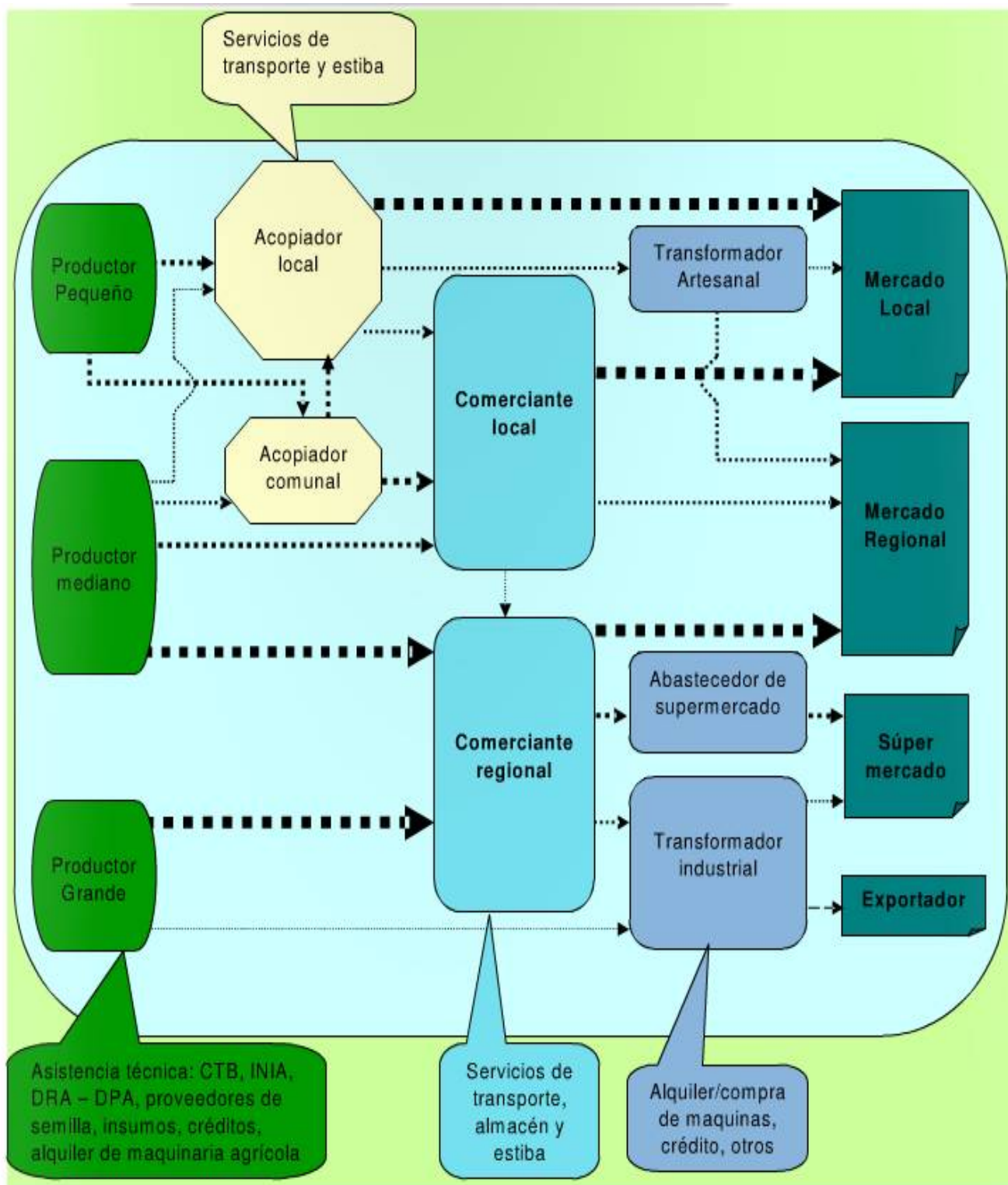
2.1.3.1 Concepto:

La cadena de valor de la papa tiene una serie de diferentes personas involucradas, entre la zona de producción y la zona de consumo. Debe tomarse en cuenta que quienes forman parte de esta cadena de valor puede asumir la función de varios actores a la vez. Por ejemplo, un productor también puede ser intermediario, acopiando papa de otros productores, y un mayorista puede ser proveedor de papa para supermercados, etc. En el gráfico no son plasmados todos los flujos de la papa: aunque la gran mayoría del producto llega al mercado mayorista de la zona de consumo, de donde alimenta a otros canales de distribución (mercados minoristas, supermercados, empresas procesadoras), también hay envíos directos desde la zona de producción a estos canales. Es justamente lo que los centros de acopio en la zona de producción intentan hacer. (Thomas Bernet, 2008)

2.1.3.2 Agentes:

A continuación se presenta un gráfico que muestra esta cadena de valor de la papa, a la cual también podemos denominar cadena productiva (Publicación Conociendo la cadena productiva de papa en Ayacucho, 2007). Identificando los agentes que participan en este sistema, desde el productor hasta el consumidor organizacional,

ya sean mayoristas ubicados en mercados locales o regionales; también se encuentran los supermercados, y un nivel más amplio los exportadores. Sin embargo para el acaso de la investigación solo



nos enfocaremos en el flujo que abarca la distribución del producto hasta los mercados locales. De esta manera definiremos a estos agentes:

Productor: aquella persona que posee campos de cultivo y toma decisiones sobre qué tipo de papa sembrar, cómo, cuánto, cuándo y para quién. Además hay que diferenciar entre grandes, medianos y pequeños productores.

Acopiador rural: se le da la denominación de “intermediario” o “rescatista”, quien adquiere pequeñas cantidades de papa de los productores rurales para al final obtener mayores volúmenes, para luego vender la mercadería en un mercado mayorista o una empresa específica. Algunas veces asume la función de transportista, poniendo la movilidad y el personal (estibadores) para subir la carga al camión.

Mayorista de provincia: es aquel que se encarga de concentrar la producción regional dentro de un mercado de abastos. Con un puesto propio o alquilado, también se encarga de la reventa del producto hacia mayoristas locales y/o minoristas.

2.2. MARCO NORMATIVO

2.2.1. Internacional

España:

Competencia municipal sobre los mercados de abastos tras la entrada en vigor de la Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de racionalización y sostenibilidad de la Administración Local (LRSAL).

NORMAS APLICABLES.

Artículo 7 de la Ley 7/85 Reguladora de las Bases de Régimen Local (LRBRL).

4. Las Entidades Locales solo podrán ejercer competencias distintas de las propias y de las atribuidas por delegación cuando no se ponga en riesgo la sostenibilidad financiera del conjunto de la Hacienda municipal, de acuerdo con los requerimientos de la legislación de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera y no se incurra en un supuesto de ejecución simultánea del mismo servicio público con otra Administración Pública. A estos efectos, serán necesarios y vinculantes los informes previos de la Administración competente por razón de materia, en el que se señale la inexistencia de duplicidades, y de la Administración que tenga atribuida la tutela financiera sobre la sostenibilidad financiera de las nuevas competencias.

En todo caso, el ejercicio de estas competencias deberá realizarse en los términos previstos en la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas.

Artículo 25 de la Ley 7/85 Reguladora de las Bases de Régimen Local (LRBRL).

1. El Municipio, para la gestión de sus intereses y en el ámbito de sus competencias, puede promover actividades y prestar los servicios públicos que contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad vecinal en los términos previstos en este artículo.

2. El Municipio ejercerá en todo caso, como competencias propias, en los términos de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas, en las siguientes materias:...

i) Ferias, abastos, mercados, lonjas y comercio ambulante.

Artículo 26 de la Ley 7/85 Reguladora de las Bases de Régimen Local (LRBRL).

1. Los Municipios deberán prestar, en todo caso, los servicios siguientes:

a) En todos los Municipios: alumbrado público, cementerio, recogida de residuos, limpieza viaria, abastecimiento domiciliario de agua potable, alcantarillado, acceso a los núcleos de población y pavimentación de las vías públicas.

b) En los Municipios con población superior a 5.000 habitantes, además: parque público, biblioteca pública y tratamiento de residuos.

c) En los Municipios con población superior a 20.000 habitantes, además: protección civil, evaluación e información de situaciones de necesidad social y la atención inmediata a personas en situación o riesgo de exclusión social, prevención y extinción de incendios e instalaciones deportivas de uso público.

d) En los Municipios con población superior a 50.000 habitantes, además: transporte colectivo urbano de viajeros y medio ambiente urbano.

Artículo 86 de la Ley 7/85 Reguladora de las Bases de Régimen Local

2. Se declara la reserva en favor de las entidades locales de las siguientes actividades o servicios esenciales: abastecimiento domiciliario y depuración de aguas; recogida, tratamiento y aprovechamiento de residuos, y transporte público de viajeros, de conformidad con lo previsto en la legislación sectorial aplicable. El Estado y las Comunidades Autónomas, en el ámbito de sus respectivas competencias, podrán establecer, mediante Ley, idéntica reserva para otras actividades y servicios.

La efectiva ejecución de estas actividades en régimen de monopolio requiere, además del acuerdo de aprobación del pleno de la correspondiente Corporación local, la aprobación por el órgano competente de la Comunidad Autónoma.

Consideraciones

El apartado 2 del artículo 25 de la LRBRL, tras la modificación efectuada en el mismo por la Ley 27/2013, de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local, mantiene en el listado de materias sobre las que, en todo caso, el municipio ejercerá competencias propias las “ferias, abastos, mercados, lonjas y comercio ambulante” –letra i)-.Y el apartado 1 de ese mismo artículo faculta al municipio para, en el ámbito de sus competencias, promover actividades y prestar los servicios públicos que contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad vecinal.

Sin duda, los mercados municipales de abastos constituyen un servicio que contribuye a satisfacer las necesidades de la comunidad vecinal.

Servicio que, además, puede encuadrarse en las competencias propias de los municipios en materia de ferias, abastos, mercados, lonjas y comercio ambulante.

Se trataría pues de un servicio que el Ayuntamiento presta “en el ámbito de sus competencias” y que “contribuye a satisfacer las necesidades de la comunidad vecinal”, de donde se deduce que el Ayuntamiento está facultado para prestarlo.

El artículo 26.1 no contiene la enumeración de los servicios que pueden prestar los Ayuntamientos, sino que los servicios recogidos en ese apartado son los que obligatoriamente deben prestar y los que, además, los vecinos del municipio pueden exigir su prestación, tal como establece el artículo 18.1 g) de la LRBRL.

La desaparición del mercado de los servicios que obligatoriamente deben prestar los municipios de más de 5.000 habitantes –modificación del artículo 26.1,b) de la LRBRL efectuada por el apartado nueve del artículo primero de la LRSAL-, no significa por tanto que los Ayuntamientos ya no puedan prestar este servicio sino que ya no tienen obligación de prestarlo.

Otro tanto ocurre con la desaparición de los mercados de entre las actividades y servicios reservados en favor de las entidades locales – modificación del artículo 86 de la LRBRL efectuada por el apartado veintitrés del artículo primero de la LRSAL.

Este artículo 86 tampoco contiene la enumeración de las actividades y servicios

que pueden prestar los Ayuntamientos, sino que las actividades y servicios recogidos en su apartado 2 son los que los Ayuntamientos pueden realizar o prestar en régimen de monopolio (previa la tramitación del oportuno expediente conforme al artículo 97 del Real Decreto Legislativo 781/1986, de 18 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de las disposiciones legales vigentes en materia de Régimen Local, y aprobado por el Pleno de la Corporación y por el órgano competente de la Comunidad Autónoma).

Por tanto, el hecho de que la LRBRL ya no declare la reserva en favor de las entidades locales de los mercados no significa que los Ayuntamientos no puedan prestar estos servicios. Lo que significa es que podrán hacerlo, pero en concurrencia con la iniciativa privada (salvo que otra Ley del Estado o de la Comunidad Autónoma haya establecido esa reserva).

Además, la prestación del servicio de mercado, en tanto que se refiere a una materia sobre la que los municipios ejercen competencias propias, tampoco requiere del cumplimiento de los requisitos

establecidos en el artículo 7.4 de la Ley 7/1985, ya que tales requisitos solo son exigibles para el ejercicio de competencias distintas de las propias y de las delegadas.

Conclusiones

De acuerdo con lo establecido en el apartado 1 y en la letra i) del apartado 2, ambos del artículo 25 de la Ley 7/1985, Reguladora de las Bases del Régimen Local, el Ayuntamiento puede prestar el servicio de mercado en tanto que se trata de un servicio que contribuye a satisfacer una necesidad de sus vecinos y se presta en el ámbito de sus competencias propias en materia de ferias, abastos, mercados, lonjas y comercio ambulante.

Por tratarse los mercados de una materia de competencia propia municipal, el ejercicio de esta competencia por parte del Ayuntamiento no requerirá del cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 7.4 de la citada Ley 7/1985, ya que tales requisitos solo son exigibles para el ejercicio de competencias distintas de las propias y de las delegadas.

2.2.2. Nacional

Relacionado al mercado de abastos y la legislación actual en el territorio peruano encontramos la siguiente información:

2.2.2.1 Ley Orgánica de Municipalidades – Ley N° 27972I

ARTÍCULO 83.- ABASTECIMIENTO Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS Las municipalidades, en materia de abastecimiento y comercialización de productos y servicios, ejercen las siguientes funciones:

1. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades provinciales:

1.1. Regular las normas respecto del acopio, distribución, almacenamiento y comercialización de alimentos y bebidas, en concordancia con las normas nacionales sobre la materia.

1.2. Establecer las normas respecto del comercio ambulatorio.

2. Funciones específicas compartidas de las municipalidades provinciales:

2.1. Construir, equipar y mantener, directamente o por concesión, mercados de abastos al mayoreo o minoristas, en coordinación con las municipalidades distritales en las que estuvieran ubicados.

2.2. Realizar programas de apoyo a los productores y pequeños empresarios a nivel de la provincia, en coordinación con las municipalidades distritales y las entidades públicas y privadas de nivel regional y nacional.

3. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades distritales:

3.1. Controlar el cumplimiento de las normas de higiene y ordenamiento del acopio, distribución, almacenamiento y comercialización de alimentos y bebidas, a nivel distrital, en concordancia con las normas provinciales.

3.2. Regular y controlar el comercio ambulatorio, de acuerdo a las normas establecidas por la municipalidad provincial.

3.3. Realizar el control de pesos y medidas, así como el del acaparamiento, la especulación y la adulteración de productos y servicios.

3.4. Promover la construcción, equipamiento y mantenimiento de mercados de abastos que atiendan las necesidades de los vecinos de su jurisdicción.

3.5. Promover la construcción, equipamiento y mantenimiento de camales, silos, terminales pesqueros y locales similares, para apoyar a los productores y pequeños empresarios locales.

3.6. Otorgar licencias para la apertura de establecimientos comerciales, industriales y profesionales.

4. Funciones específicas compartidas de las municipalidades distritales:

4.1. Promover la realización de ferias de productos alimenticios, agropecuarios y artesanales, y apoyar la creación de mecanismos de comercialización y consumo de productos propios de la localidad.

Que a modo resumen define que en lo relativo al abastecimiento y comercialización de productos, son funciones municipales construir, organizar, supervisar y controlar, según el caso mercados de abastos (...) a fin de controlar los precios, la calidad de los productos y el saneamiento ambiental. De acuerdo con ello podemos afirmar que el desarrollo de las actividades en los mercados de abastos será regulado de manera expresa por los funcionarios municipales correspondientes a cada municipio.

2.2.2.2 Norma sanitaria de funcionamiento de mercados de abasto y ferias – Ministerio de Salud.

TITULO II DE LAS INSTALACIONES DE LOS MERCADOS DE ABASTO Y FERIAS

Artículo 5°.- Ubicación de los mercados de abasto:

Los establecimientos deberán ubicarse en lugares donde se garantice la inocuidad de los alimentos y se evite la contaminación ambiental. La aprobación de proyectos de infraestructura de mercados de abasto se hará previo estudio de impacto ambiental

y análisis de riesgo para asegurar la inocuidad de los alimentos que se comercializan.

Artículo 7°.- Zonas perimetrales:

Los alrededores del mercado y ferias, deben mantener condiciones que eviten la contaminación de los alimentos y la proliferación de plagas, por lo que no se permitirá la presencia de chatarra, desperdicios, basura o escombros de ninguna clase, ni formación de malezas, excesos de tierra, polvo o cualquier otra acumulación. Tampoco se permitirán canales de regadío o acequias descubiertas.

Artículo 8°.- Infraestructura de los mercados de abasto y ferias:

Los mercados se construirán con materiales fáciles de limpiar y desinfectar, resistentes a la corrosión y se conservarán en buen estado. Los materiales serán tales que no transmitan sustancias no deseadas al alimento. El mercado de abasto y las ferias deben disponer de espacios suficientes y distribuidos de manera tal que permita realizar las operaciones de mantenimiento, limpieza, comercialización y el tránsito seguro de las personas y vehículos. Los mercados de abasto cumplirán los requisitos siguientes:

- a) Los pisos serán de material impermeable, inadsorbente, lavable, antideslizante y sin grietas. Se les dará una pendiente suficiente, no menor de 1,5% para permitir que los líquidos escurran hacia las canaletas o sumideros convenientemente situados. Las canaletas contarán con rejillas metálicas removibles y trampas para sólidos con el fin de recuperarlos y disponerlos posteriormente.
- b) Las paredes serán lisas y sin grietas, de material impermeable, inadsorbente, lavable y de color claro. Cuando sea posible, los ángulos entre las paredes, entre las paredes y

los pisos, y entre las paredes y los techos serán abovedados y continuos para facilitar la limpieza y evitar la acumulación de elementos extraños.

c) Los techos se proyectarán de manera tal que se impida la acumulación de suciedad. La altura será suficiente para garantizar una buena circulación de aire. Los mercados deben estar completamente techados y se construirán de manera tal que impidan el ingreso de plagas u otros animales. Las ferias se techarán parcialmente, sobre el área ocupada por los puestos de comercialización, para protegerlos del sol y con un declive no inferior al 2% para la evacuación pluvial.

d) Las puertas de acceso serán, en general, en número de dos (2) en mercados y ferias de 150 puestos o menos, debiendo ubicarse, en lo posible, en puntos extremos y aumentando una puerta por cada 100 puestos adicionales.

e) Las ventanas y otras aberturas se construirán de manera tal que se evite la acumulación de suciedad y estén provistas de medios que impidan el ingreso de insectos, aves u otros animales.

f) Los pasillos tendrán una amplitud suficiente para asegurar el tránsito fluido; en cualquier caso su anchura no debe ser menor de 2 m y en ningún caso se utilizarán como áreas de almacenamiento ni exhibición de los alimentos. Los pasillos estarán interrelacionados unos con otros, de manera que exista fluidez hacia las puertas de salida, sin que queden puntos ciegos.

Artículo 12°.- Infraestructura sanitaria:

Los mercados de abasto deberán cumplir con las siguientes condiciones sanitarias:

- a) El almacenamiento del agua se hará en cisternas y tanques elevados ubicados en lugares no expuestos a inundaciones, filtraciones y otras formas de contaminación. Las cisternas y los tanques tendrán una capacidad mínima de 100 litros por puesto, por día, sus paredes deben ser lisas en su interior y deben estar provistos de tapas herméticas de protección.
- b) La instalación del agua en el interior del mercado contará con un grifo cada 50 puestos o cada 20 m como mínimo.
- c) El sistema de desagüe debe garantizar la evacuación sanitaria de las aguas residuales.
- d) El sistema de evacuación de aguas procedentes de la limpieza en el mercado de abasto contará con sumideros y canaletas con una sección de 0,20 x 0,20 m por pasadizo a todo lo largo, cubiertas con rejillas de fierro desmontable, con una pendiente mínima de 1,0% y con cajas de registro cada 15 m o cada 5 puestos.

Artículo 13°.- Servicios higiénicos:

Los Servicios higiénicos deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- a) Serán separados para hombres y mujeres.
- b) No tendrán comunicación directa con el recinto de comercialización de alimentos, ni con los almacenes, ni otros ambientes exclusivos para alimentos o sus envases.
- c) Se colocarán recipientes de plástico o de material no corrosivo, con una bolsa de plástico en su interior para eliminar los papeles y otros residuos.

- d) Se colocará dispensadores de jabón líquido y un dispositivo o papel toalla para secarse las manos.
- e) La ventilación será suficiente para evitar la concentración de olores desagradables.
- f) Las puertas deben mantenerse cerradas.
- g) Los aparatos sanitarios serán de loza y se dispondrán según la relación siguiente: Para el personal del mercado: Por cada 200 puestos o menos: 2 inodoros, 2 lavatorios, 1 urinario Para el público: Por cada 250 m² o menos: 3 inodoros, 2 lavatorios, 1 urinario.

Artículo 15°.- Emergencias:

Para las emergencias el mercado de abasto y las ferias contarán con:

- a) Un botiquín equipado con los elementos indispensables de primeros auxilios.
- b) Un extintor por cada 50 puestos, en perfectas condiciones de operatividad y ubicado en un lugar de fácil acceso.
- c) Un sistema de mangueras contra incendios por cada 50 puestos, ubicado cerca de las puertas de salida.

Artículo 16°.- Calidad del agua:

Los mercados de abasto y las ferias se abastecerán de agua potable utilizando algún sistema que garantice una provisión de agua potable permanente, en cantidad suficiente en todas sus instalaciones y que asegure su inocuidad. La calidad del agua debe cumplir con los requisitos físico-químicos y bacteriológicos para aguas de consumo humano señalados en la norma que dicte el Ministerio de Salud.

Artículo 17°.- Eliminación de residuos:

Los residuos colectados en los recipientes colocados en los servicios higiénicos y los generados en los puestos de comercialización se vaciarán en un contenedor provisto de tapa hermética y de superficies lisas en su interior.

El tamaño del contenedor debe estar en función del volumen máximo de residuos sólidos generados en el mercado.

El contenedor debe ubicarse en el recinto colector de basura del mercado, el que debe tener techo, paredes de material lavable y puerta. El área mínima será de 0,20 m² por puesto.

Anexo al colector se considerará una zona de lavado del contenedor cuyas paredes también serán lavables.

El grifo deberá contar con una presión suficiente para un adecuado lavado y el piso contará con canaletas para la recolección del agua de lavado, con una sección mínima de 0,20 x 0,20 cubiertas con rejillas de fierro desmontable, una pendiente mínima de 1,0% y cajas de registro en las salidas de las canaletas.

La limpieza y desinfección del contenedor y el colector se harán con una frecuencia diaria. El recinto colector estará ubicado en un lugar de fácil acceso para los camiones recolectores de basura, los que realizarán sus operaciones en horarios diferentes al de atención al público.

Artículo 18°.- Iluminación:

Los mercados de abasto y las ferias tendrán un alumbrado natural o artificial adecuado que garantice una intensidad mínima de:

a) 300 lux en las áreas de recepción y venta de alimentos y bebidas.

b) 100 lux en las áreas de almacenaje de alimentos y bebidas y venta de productos no alimenticios. La iluminación de fuente artificial tendrá una distribución adecuada para eliminar sombras y brillos. Las bombillas y lámparas que estén suspendidas sobre el alimento estarán protegidas para evitar la contaminación del mismo en caso de rotura.

Artículo 19°.- Ventilación:

En los mercados de abasto la ventilación será adecuada a la capacidad y volumen del ambiente. Debe asegurarse una circulación de aire adecuada, así como, la eliminación del aire confinado. Las aberturas de ventilación se protegerán con mallas de material anticorrosivo, fáciles de sacar para su limpieza y buena conservación.

Título II

Capítulo 3 De la recepción y almacenamiento de los alimentos

Artículo 27°.- En la recepción de los alimentos:

La recepción de los alimentos se realizará en condiciones que eviten su contaminación, alteración y daños físicos. Aquellos alimentos que no cumplan con las especificaciones de calidad sanitaria deben rechazarse para que no contaminen los otros alimentos, ni el equipo, ni los utensilios, ni el entorno. Los alimentos que lleguen refrigerados o congelados, se conservarán a la misma temperatura hasta el momento de su comercialización.

Artículo 28°.- En los almacenes:

Los almacenes serán ambientes apropiados para proteger la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas. Se debe considerar almacenes con temperatura, humedad relativa y ventilación apropiadas de acuerdo al tipo de alimento almacenado. Los alimentos de origen animal y vegetal, se almacenarán por separado para evitar la contaminación cruzada y la transferencia de olores indeseables.

Asimismo, se separarán aquellos que cuentan con envoltura o cáscara de aquellos que se encuentran desprotegidos o partidos. Durante el almacenamiento se tendrá en cuenta la vida útil del producto. El alimento que primero entra, primero sale, para este fin se rotularán los empaques con la fecha de ingreso y de salida del producto del almacén. Los almacenes deben estar libres de plagas, mohos o suciedad.

Está prohibido almacenar materiales inservibles, que puedan ser lugares de acumulo de polvo e insectos, como cartones, cajas, etc., ni otros materiales o sustancias que puedan contaminar el alimento.

Artículo 29°.- Almacén para productos secos:

Se considerará zonas individuales para los distintos tipos de alimentos. La temperatura debe mantenerse entre 15°C y 21°C y el área debe estar seca, ventilada y limpia. Para mejor conservación de los alimentos, se debe considerar que:

- a) Toda tarima, parihuela o anaquel que se utilice debe estar limpio, a una distancia de 0,15 m del piso si la tarima o parihuela tiene ruedas ó a 0,30 m del piso si la tarima o anaquel no tiene ruedas, dejando una distancia de 0,50 m entre hileras y 0,50 m de la pared.

b) Los alimentos contenidos en sacos, bolsas o cajas se apilarán de manera entrecruzada hasta una altura máxima de 3 m ó a no menos de 0,60 m del techo. Los sacos apilados tendrán una distancia entre sí de 0,15 m para la circulación de aire. Antes de abrir cualquiera de estos envases deben desempolvarse externamente en una zona alejada de la exhibición de los alimentos.

c) Los alimentos secos se almacenarán en sus envases originales.

Artículo 30.- Almacén en frío:

Se considerará un espacio suficiente de acuerdo al volumen a almacenar por cada puesto, considerando cámaras frías diferentes según los rubros de alimentos que así lo requieran.

En las cámaras de refrigeración, la temperatura debe calcularse según el tamaño y cantidad de alimento almacenado, y las veces que esta cámara sea abierta, de tal manera que el alimento tenga una temperatura de 5°C al centro de cada pieza; en las de congelación se calculará igualmente, de tal manera que el alimento tenga una temperatura de -18°C al centro de cada pieza.

Las cámaras deben estar dotadas de dispositivos para medir la temperatura, los que deben estar en un lugar visible y siempre calibrado. Se almacenará por separado los alimentos de distinta naturaleza para no provocar contaminación cruzada o transmisión de olores indeseables, además se debe considerar que:

a) La conservación de las carcasas en refrigeración no debe exceder a las 72 horas y las menudencias se almacenarán en congelación por no más de 48 horas.

b) En la cámara de refrigeración se debe permitir la circulación de aire frío y no interferir el intercambio de temperatura entre el aire y el alimento. Para este fin, los alimentos se colocarán en anaqueles o tarimas, que guarden distancias mínimas de 0,15 m respecto del piso; 0,15 m respecto de las paredes y de 0,50 m respecto del techo.

c) Para refrigeración, las carcasas se colgarán en ganchos dispuestos en un sistema de rieles, a una altura de 0,90 m del piso con una separación de 0,30 m entre piezas.

d) Las carnes y menudencias congeladas se dispondrán en bandejas en anaqueles o como bloques, siempre protegidas por un plástico transparente para evitar contaminación y deshidratación.

e) La conservación y almacenamiento de carne de équidos, correctamente identificados, se realizará en cámaras expresamente destinadas para este fin y por tanto no podrán almacenar en la misma cámara otro tipo de carne o menudencia.

TITULO IV DEL PROGRAMA DE LIMPIEZA Y SANEAMIENTO DEL MERCADO DE ABASTO

Artículo 40°.- Operaciones de limpieza y desinfección: El mercado de abasto y la feria deben disponer de un programa de limpieza y desinfección que contemple las siguientes condiciones:

a) Una limpieza mínima diaria y una desinfección semanal de todo el local del mercado. Debe programarse un reordenamiento, limpieza y desinfección general, sin afluencia de público por lo menos una vez al mes.

- b) La cisterna o tanque de agua debe limpiarse y desinfectarse por lo menos una vez al mes o según sea necesario con la finalidad de mantener la calidad sanitaria del agua.
- c) La frecuencia de la limpieza y desinfección de los baños estará en función de la afluencia de público. Deben limpiarse por lo menos dos veces al día y desinfectarse diariamente.
- d) Los puestos de aves, carnes, menudencias, pescados y mariscos deben limpiarse y desinfectarse diariamente, inmediatamente al término de las labores.
- e) Los puestos de frutas y hortalizas se deben limpiar diariamente y desinfectarse semanalmente.
- f) Los puestos de productos industrializados y a granel deben limpiarse diariamente y desinfectarse semanalmente.
- g) Los implementos de limpieza, plaguicidas y otras sustancias químicas utilizadas, serán dispuestos en áreas o compartimentos separados de los alimentos, a fin de evitar la contaminación cruzada siendo sólo accesibles a personas autorizadas.
- h) Como verificación de los procedimientos de limpieza y desinfección, la Autoridad de Salud realizará controles microbiológicos de las superficies que entren en contacto con los alimentos.
- i) Los residuos sólidos que se generen en cada puesto de mercado o de feria, se depositarán en recipientes con su respectiva tapa todo de material impermeable, de fácil limpieza y con una bolsa de plástico en el interior para facilitar la evacuación de los residuos sólidos y su higienización.

El titular del puesto está en la obligación de mantener el recipiente de los residuos sólidos limpio y desinfectado, tarea que realizará diariamente.

Artículo 41°.-

Sustancias químicas utilizadas en la limpieza y desinfección:

Las sustancias químicas utilizadas no deben contaminar los alimentos, por lo que se debe considerar que:

- a) La limpieza y desinfección se realizará con sustancias químicas autorizadas para tal fin por el Ministerio de Salud.
- b) Los detergentes a usarse en la limpieza deben tener buen poder de eliminación de suciedad de las superficies y ser de fácil enjuague, para eliminar fácilmente los residuos de suciedad y detergente.
- c) Durante las operaciones correspondientes, se tomarán las precauciones necesarias para no contaminar los alimentos. Sobre todo los alimentos perecederos deben ser retirados o cubiertos.

Adicionalmente en el **anexo 2** del reglamento se presentan algunas características sensoriales de algunos alimentos, estos definen las características aceptables y las de rechazo para cada una de ellas, en este caso solo consideraremos las referentes a la papa, la cual se encuentra en el cuadro de vegetales frescos, en la subdivisión tubérculos, raíces y bulbos.

En cuanto a las características aceptables se recomienda que sean firmes al tacto, y las características de rechazo señalan a los productos secos o blandos, con brotes, picados, específicamente las papas no deben estar verdosas o cubiertas de tierra.

Al mismo tiempo en el **anexo 4** del reglamento se presentan formatos para la evaluación sanitaria según el tipo de producto que se comercializa.

A modo practico se utilizó dicho formato para evaluar los puestos de venta al por mayor de papa en el mercado Moshoqueque.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1 ANALISIS DEL SISTEMA LOGÍSTICO, LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPO DE LA DISTRIBUCIÓN DE PAPA EN EL MERCADO MOSHOQUEQUE, SEGÚN LOS AGENTES,

3.1.1 Ubicación de la infraestructura

En contraste con los mercados de Hamburgo y México, se pueden apreciar que en nuestro centro de abastos mayoristas, la organización es inexistente, ya que las aceras y las calles construidas para el paso de los peatones están ocupadas por vendedores fijos o ambulantes, además de los transportistas que descargan sus productos no tienen un lugar adecuado para hacerlo por lo que obstruyen las vías de acceso a otros vehículos menores y peatones.

La zona de descarga de papa se realiza entre las calles San Antonio - desde la intersección con la calle América- y Bolívar. Los puntos de venta de los mayoristas se encuentran ubicados a lo largo de la calle Bolívar, empezando desde la intersección con la calle San Antonio hasta antes de la prolongación México. En este tramo se ubican los 18 comerciantes mayoristas del producto (ver anexo N° 1)

Por lo general la descarga de productos se realiza durante toda la semana siendo mayor durante los días martes y jueves, encontrándonos estos días con mayor congestión vehicular especialmente al medio día.

Los transportistas generalmente traen el producto desde la zona de Cutervo, Chota, Lajas, Santa cruz así también de Lima, Nazca, Trujillo y Chimbote.

A continuación se muestra un mapa donde señalan las zonas de descarga de tubérculos (papa, camote) de abarrotes, de cebolla y artículos de ferretería.

Las líneas rojas señalan el lugar de descarga de papa, el mismo que durante todo el día está ocupado por los camiones evitando el tránsito a otros. Las líneas azules muestran la ruta de acceso hacia las zonas frecuentes de descarga no autorizadas, es decir las vías de acceso público. Las líneas anaranjadas marcan la ubicación de camiones que descargan abarrotes.

En tanto las líneas verdes indican el lugar de descarga de artículos de ferretería; y la zona que esta punteada de morado indica el área de descarga de camote. Tal como se puede apreciar las vías de acceso se ven obstruidas, generando caos y aglomeración vehicular.

3.1.2 Análisis de los agentes del sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque

3.1.2.1 Transportistas

En las visitas in situ, con respecto al número de camiones de descarga se pudieron observar en promedio seis camiones estacionados, dos en movimiento, aproximadamente cuatro personas por camión que llevan a cabo las actividades de descarga junto con algunos tricicleros

Por otro lado también se realizó una encuesta a los transportistas quienes afirmaron pagar una merced conductiva para poder estacionarse y descargar sus productos, el valor de este pago es de 5 soles exactamente, se corroboró la información con una entrevista posterior (Ver cuadro N° 4).

Por lo general la descarga de papa se realiza durante casi toda la semana (un promedio de cinco días a la semana), en especial los días martes y jueves, estos resultados pueden variar según el consumo del producto (ver cuadro N° 5 y N° 6).

Es decir si se logra vender rápido el producto se hará más pedidos por ende los transportistas harán más viajes hacia el mercado Moshoqueque transportando el producto, esto genera a su vez mayor congestión vehicular ya que las vías de acceso son estrechas y no están diseñadas para funcionar realmente como zona de descarga. En promedio un camión de carga puede transportar entre 25 y 32 toneladas en un solo viaje esto depende de la capacidad de carga de cada vehículo.

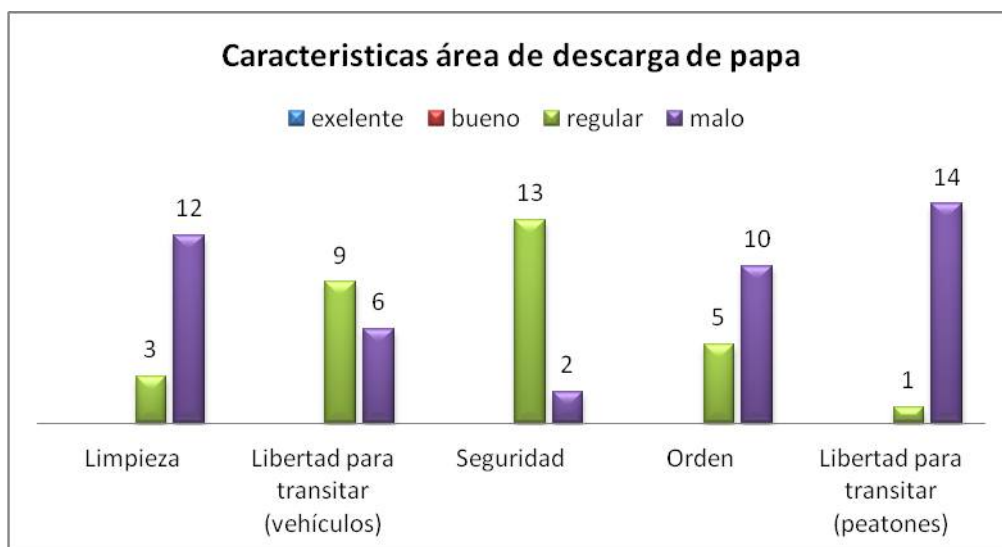
En cuanto a la zona que los transportistas elijen para estacionarse depende de la cercanía al puesto del comerciante que contrato sus servicios, de este modo se han identificado los siguientes lugares: cuadra nueve de la calle san Antonio, la calle Bolívar plataforma, y la Av. América, sin embargo no es fácil encontrar espacio disponible (ver cuadro N° 8).

Así mismo cuando se realiza la descarga se contrata personal para ese trabajo que pueden ser contratados por los comerciantes o correr por cuenta del transportista (ver cuadro N° 7); por lo general se contrata un número de tres a cuatro personas recibiendo como pago S/.6.00 (seis soles) por tonelada que descarguen, siempre y cuando el local del comerciante se encuentre cerca de lo contrario cobrarán S/.12 (doce soles), en cualquiera de las dos circunstancias se ve más beneficiado la persona que arruma los sacos en el puesto del comerciante (gana más que la persona que alcanza los sacos con el producto desde el camión).

Si en caso el puesto del comerciante se encuentre muy alejado otra opción es contratar el servicio de los carretilleros quienes cobran S/.1 (un nuevo sol) por cada saco de aproximadamente 110 Kg. que lleven.

Gráfico N° 2:

Título: Características del área de descarga de papa



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

En la encuesta aplicada con los valores de excelente, bueno, regular y malo para determinar la opinión sobre las variables de Limpieza, transitabilidad de vehículos, seguridad, orden y transitabilidad de peatones.

Limpieza: Se encontró que 20% de los encuestados creen que la limpieza en el mercado de Moshoqueque es regular y el 80% de los encuestados cree que es malo.

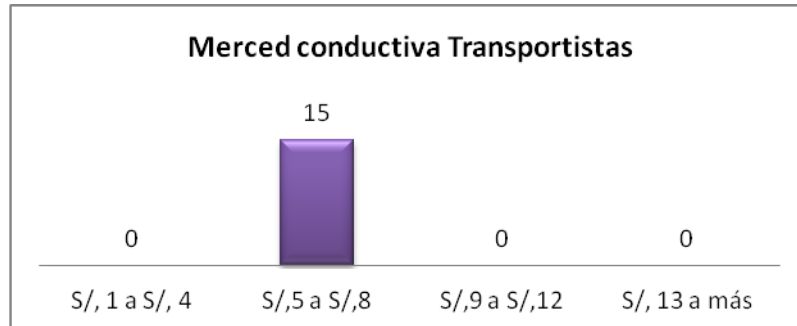
Transitabilidad vehicular: Se encontró que 60% de los encuestados creen que la limpieza en el mercado de Moshoqueque es regular y el 40% de los encuestados cree que es malo.

Seguridad: Se encontró que 86.7% de los encuestados creen que la limpieza en el mercado de Moshoqueque es regular y el 13.3% de los encuestados cree que es malo.

Orden: Se encontró que 33.3% de los encuestados creen que la limpieza en el mercado de Moshoqueque es regular y el 66.7% de los encuestados cree que es malo.

Transitabilidad peatonal: Se encontró que 6.67% de los encuestados creen que la limpieza en el mercado de Moshoqueque es regular y el 93.33% de los encuestados cree que es malo.

Gráfico N° 4:
Merced conductiva por estacionamiento de vehículos pesados



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

En la encuesta aplicada para determinar la merced conductiva por estacionamiento de vehículos pesados con alternativas múltiples con los valores de:

- a) De 1 a 4 nuevos soles.
- b) De 5 a 8 nuevos soles.
- c) De 9 a 12 nuevos soles.
- d) De 13 a más.

Costo: Todos los transportistas pagan una merced conductiva de S/. 5.00.

Gráfico N° 5:

Título: Frecuencia de descarga de papa en el mercado Moshoqueque



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

A través de esta pregunta se busca conocer la frecuencia de descargas de los transportistas en Moshoqueque, las opciones a la pregunta son la cantidad de descargas, siendo las alternativas una vez a la semana, dos veces a la semana, tres veces a la semana, cuatro veces a la semana, cinco veces a la semana, seis veces a la semana y siete veces a la semana.

Encontrando que el 13.3% de los encuestados solo realizan una descarga a la semana, que el 26.7% de los encuestados realizan dos descargas a la semana, que el 20% de los encuestados realiza tres descargas a la semana, que el 33.3% de los encuestados realizan cuatro descargas a la semana y que el restante 6.7% de los encuestados realiza seis descargas a la semana.

Encontrando también que ninguno de los encuestados realiza cinco descargas o siete descargas a la semana.

Gráfico N° 6

Días en que se realiza la descarga de papa en el mercado Moshoqueque



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

A través de esta pregunta se busca conocer los días de descargas de los transportistas en Moshoqueque, las opciones a la pregunta son la cantidad de descargas, siendo las alternativas lunes, martes, miércoles, jueves, viernes, sábado y domingo.

Encontrando que el 13.3% de los encuestados descargan los lunes, que el 26.7% de los encuestados realizan los martes, que el 6.7% de los encuestados realizan descargas los miércoles, el 33.3% de los encuestados realizan descargas los días jueves, un 6.7% los días viernes y el restante 13.3% de los encuestados descargan los sábados.

Sé encontró que los días domingo no existen descargas por ninguno de los encuestados.

Gráfico N°8:
Facilidad para estacionarse a descargar



Fuente: Elaboración propia

Es importante resaltar la siguiente información respecto a la zona de descarga y el tiempo que esta les toma así como las dificultades que se presentan al realizar esta actividad.

TABLA N° 1
Zonas de descarga de la papa

DESCRIPCION pregunta 2	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ZONA ESPECIFICA	0	0
VIA PUBLICA	15	100
OTROS	0	0
TOTAL	15	100

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los transportistas utilizan las vías públicas para llevar a cabo las actividades de descarga de sus productos , ya que no existe una zona especifica en donde realicen dicha actividad , además para ellos es beneficioso descargar cerca al puesto del comerciante mayorista para ahorrar costos y tiempo

TABLA N° 2
Los transportistas cuentan con un permiso especial para
descargar en plena vía pública

DESCRIPCION pregunta 3	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	15	100
TOTAL	15	100

Fuente: elaboración propia

Los transportistas en su totalidad no cuentan con un permiso especial para poder descargar en plena vía pública, ellos lo hacen porque les es beneficio y además no existe un lugar indicado donde puedan descargar sus camiones

TABLA Nº 3
Tiempo establecido para la descarga de camiones que
transportan papa en el mercado de Moshoqueque

DESCRIPCION pregunta 4	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-2 HORAS	0	0
3-4 HORAS	0	0
5-6 HORAS	11	73
MAS DE 6 HORAS	4	27
TOTAL	15	100

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos el 73 % respondió que les daban un promedio de 5 a 6 horas para descargar sus camiones, el 27 % afirmó que eran más de 6 horas, de acuerdo a l reglamento de la ley de mercados un camión tiene 6 horas de plazo para llevar a cabo el descargue de sus camiones en los cuales transportan la papa, la cual es adquirida por los comerciantes mayoristas.

TABLA N° 4
Tiempo en que se incurre para llevar a cabo la actividad de
descargue de los camiones

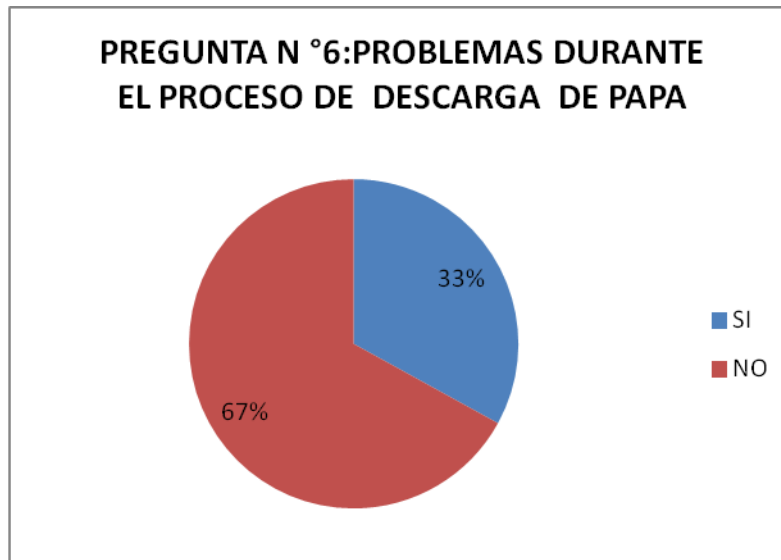
DESCRIPCION pregunta 4	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-2 HORAS	4	27
3-4 HORAS	0	0
5-6 HORAS	5	33
MAS DE 6 HORAS	6	40
TOTAL	15	100

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar (tabla N° 5), el 40% por ciento de los transportistas se demora más de 6 horas para llevar a cabo la descarga de sus productos, el 33 % utiliza entre 5 y 6 horas para realizar dicha actividad y un 27% l lleva a cabo entre 1 y 2 horas ya que la capacidad de su camión no es muy grande a diferencia de los que se demoran más tiempo , los que manifiestan que el tiempo establecido que se les concede para descargar no es el suficiente (ver tabla N° 4) , por tal motivo tienen que arreglar con los policías de tránsito a través de un pago extra para que les conceda más tiempo para descargar sus productos .

GRAFICO N° 9

Existencia de problemas durante el proceso de descarga de la papa

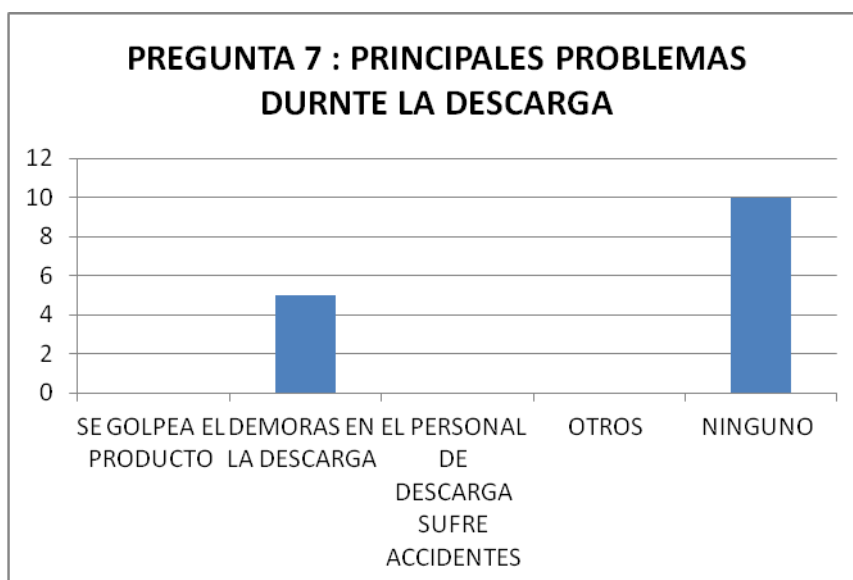


Fuente: elaboración propia

En cuanto a la existencia de problemas que surgen durante el proceso de descarga de papa, el 67% de los transportistas respondieron que no se presentaba ningún tipo de problemas, ya que ellos eran muy cuidadosos al momento de realizar dicha actividad, por otro lado el porcentaje restante que representa un 33% respondió que si se presentaban problema al momento de descargar dicho producto.

GRAFICO N° 10

Principales problemas que se surgen durante el proceso de descarga de la papa



Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta que el 33 % del total de los transportistas respondió que si se presentaban problemas al momento de descargar la papa (ver grafico N° 06), estos respondieron que el principal problema es la demora en la descarga debido a que este proceso es supervisado por el comerciante a quien le llevan el producto y este a su vez tiene que atender a sus clientes que llegan a comprarle, demorando esta manera la secuencia en el proceso de descarga.

3.1.2.2 Cargadores

Gráfico N° 7:
Personas que descargan el producto



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

A través de esta pregunta se busca conocer según la modalidad de contrato, quienes realizan las descargas, siendo las opciones cargadores contratados por los comerciantes o cargadores contratados por el transportista.

Encontrando que el 13.3% de los encuestados solo realizan una descarga a la semana, que el 26.7% de los encuestados realizan dos descargas a la semana, que el 20% de los encuestados realiza tres descargas a la semana, que el 33.3% de los encuestados realizan cuatro descargas a la semana y que el restante 6.7% de los encuestados realiza seis descargas a la semana.

Encontrando también que ninguno de los encuestados realiza cinco descargas o siete descargas a la semana.

3.1.2.3 Vecinos del lugar

Además se realizó una encuesta a los vecinos de la zona de descarga de Moshoqueque y los resultados fueron los siguientes.

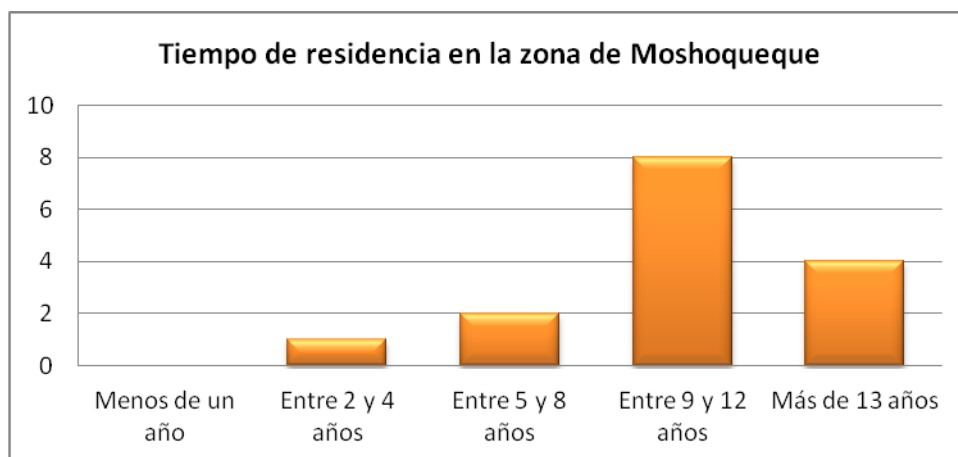
Frente a la primera pregunta relacionado con el tiempo de residencia en la zona de Moshoqueque, la mayoría de encuestados respondió que el tiempo de residencia oscila entre nueve y doce años, tal y como se muestra en el cuadro N° 1. Este resultado nos permitió obtener información más precisa ya que las personas tienen mayor conocimiento de esta zona y cómo ha cambiado en el tiempo.

Así mismo se les pidió evaluar algunas características del área de descarga de papa del Mercado Moshoqueque ante lo cual calificaron el factor limpieza como malo, doce personas encuestadas dieron esta respuesta esto repercute en el ordenamiento de la zona, y a su vez es un factor determinante para la libre transitividad de los vehículos y también de los peatones. Estos resultados se pueden apreciar en el cuadro N° 2. Del mismo modo las personas encuestadas emitieron su opinión respecto a las características de la zona de descarga de papa, dichos resultados se muestran en el cuadro N° 3.

Se observó el desorden y la obstaculización por parte de los comerciantes quienes toman posesión de las vías de acceso. Además de encontrarse rastros de desperdicios, como papas en mal estado tiradas en las vías de tránsito, bolsas descartables y residuos de comida.

Gráfico N° 1

Título: Tiempo de residencia de los vecinos en la zona de Moshoqueque



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

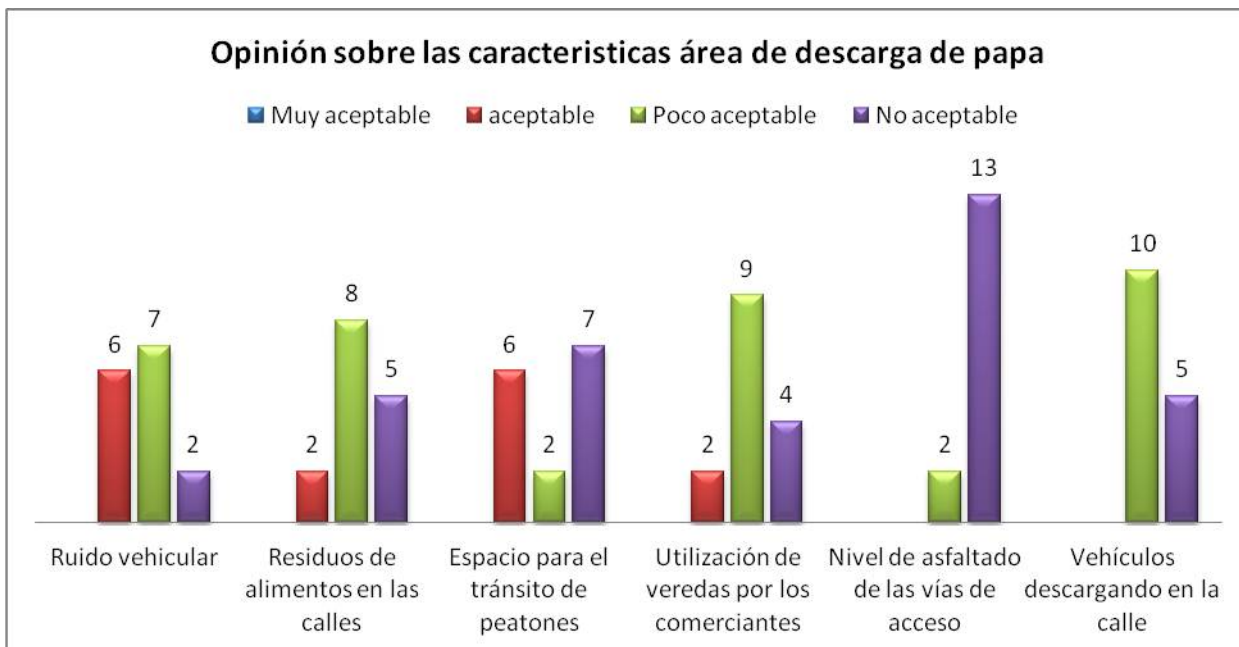
A través de esta pregunta se busca conocer la antigüedad de residencia entre los vecinos, información que nos será útil para determinar el desarrollo histórico de la situación problemática, entre las alternativas a la pregunta tenemos:

- a) Menos de un año.
- b) Entre 2 y 4 años.
- c) Entre 5 y 8 años.
- d) Entre 9 y 12 años.
- e) Más de 13 años.

Encontrando que no existen encuestados que hayan residido en sus casas con un tiempo menor a 1 año, a partir de ese punto vemos que la cantidad de vecinos que reside entre 2 y 4 años en su domicilio es del 6.67%, el porcentaje de vecinos que reside en su domicilio entre 5 y 8 años es de 13.33%, el porcentaje de vecinos que reside en su domicilio entre 9 y 12 años es de 53.33% y que el porcentaje de vecinos que reside en su domicilio por más de 13 años es 26.67%.

Gráfico N° 3:

Título: Opinión de los vecinos respecto a las características del área de descarga de papa



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la siguiente pregunta se ha realizado una encuesta a los vecinos sobre su opinión del: Ruido vehicular, residuos de alimentos en la calle, espacio para el tránsito de peatones, utilización de veredas por los comerciantes, nivel de asfaltado de las vías de acceso y vehículos descargando en la calle.

Todas estas preguntas tienen alternativas de opinión en las que se pueden expresar el sentir del vecino entre: Muy aceptable, aceptable, poco aceptable y no aceptable.

De la siguiente pregunta obtenemos los siguientes datos por pregunta.

Ruido vehicular:

Entre los encuestados encontramos las siguientes opiniones de este tema: 40% consideran aceptable, 46.67% poco aceptable y el 13.33% inaceptable.

Residuos de alimentos en la calle:

Entre los encuestados encontramos las siguientes opiniones de este tema:

13.33% consideran aceptable, 53.33% poco aceptable y el 33.34% inaceptable.

Espacio para el tránsito de peatones:

Entre los encuestados encontramos las siguientes opiniones de este tema:

40% consideran aceptable, 13.33% poco aceptable y el 46.67% inaceptable.

Utilización de veredas por los comerciantes:

Entre los encuestados encontramos las siguientes opiniones de este tema:

13.33% consideran aceptable, 60% poco aceptable y el 26.67% inaceptable.

Nivel de asfaltado de las vías de acceso:

Entre los encuestados encontramos las siguientes opiniones de este tema:

13.33% poco aceptable y el 86.67% inaceptable.

Vehículos descargando en la calle:

Entre los encuestados encontramos las siguientes opiniones de este tema:

66.66% poco aceptable y el 13.67% inaceptable.

3.2 NIVELES DE LIMPIEZA, TRANSITABILIDAD Y COSTOS QUE GENERA EL ACTUAL SISTEMA LOGÍSTICO DE DISTRIBUCIÓN DE PAPA.

3.2.1 Transitabilidad

El mercado de abastos como sus principales vías de ingreso y principales lugares de descarga (formales o informales) de productos (papas, camotes, abarroses u productos de ferretería) posee una extensión aproximada de 6 hectáreas.

Las principales características de las vías son el desorden, falta de limpieza, intransitabilidad y caos vial.

Calle Bolívar.

Es la principal vía para la descarga de la papa que inicia en la calle Av. Prolongación México y llega hasta la Ca. Ricardo Palma, la situación actual de esas calles es la reducción significativa de carriles (exactamente en un cincuenta por ciento). Sus calles de doble vía y de cuatro carriles terminan reducido a 2 carriles, por lo cual su espacio es insuficiente para la transitabilidad de los vehículos, aumentando el tiempo para movilizarse de un punto a otro, generando atascos entre los vehículos motorizados y malestar en los vecinos aledaños.

Es una vía de aproximadamente 200 metros de longitud, y un ancho promedio de 13 mt., con una superficie de pavimento con rodadura de tierra y arena suelta.

Calle América

Es la principal vía informal para la descarga de la papa que inicia en la calle Av. Prolongación México y llega hasta la Ca. El Dorado, En estas calles la reducción es significativa y permanente, el 33% del espacio para el libre tránsito se encuentra en el horario de descarga (mañana)

ocupado, generando los inconvenientes de un tránsito pesado como el aumento del tiempo para movilizarse de un punto a otro, generando atascos entre los vehículos motorizados y malestar en los vecinos aledaños.

Es una vía de aproximadamente 300 metros de longitud, y un ancho promedio de 13 ms.

El espacio utilizado para la descarga es una vía transitable por otros vehículos como moto taxis, taxis, motocars a las cuales les son imposible transitar cuando estos camiones se encuentran estacionados debido al gran tamaño de estos además de la estrechez de la misma vía que no se encuentran asfaltadas.

Las construcciones aledañas en su mayoría son tiendas comerciales mayoristas. Con respecto a las calles donde se lleva a cabo la descarga estas no cuentan con veredas, por el contrario el lugar que debería ser destinado a la construcción de las mismas se encuentran ocupados por los comerciantes de papa.

3.2.2 Limpieza

Debido a la inexistencia de un plan operativo para la descarga de los productos que llegan de los distintos puntos del Perú a este mercado de abastos, es insuficiente nuestra educación cívica para contrarrestar la falta de la generación de desechos por parte de los transportistas y descargadores.

Que debido a sus prioridades económicas intentan realizar el trabajo lo más rápido posible descuidando la limpieza y la higiene en su trabajo.

En el mercado de abastos de Moshoque se han detectado muchos puntos donde se ha concentrado la falta de limpieza y existen morros de basura.

- I. El cruce de la Av. Prolongación México y Bolívar.
- II. El cruce de la calle Ricardo Palma y la calle Uruguay.
- III. El cruce de la Calle San Antonio y Kennedy.

En todos estos cruces de calles encontramos diversos montones de basura, que suelen ser productos, que por su insuficiente calidad no fueron recibidos por el comerciante y el transportista lo desecha en las calles públicas, en descomposición que atraen toda clase de roedores y enfermedades.

3.2.3 Costos

Con relación al deterioro del patrimonio público y privado, los daños principalmente provienen del polvo que afectan a las personas y a sus bienes tal como se detalla a continuación:

- Las viviendas se ven afectadas por el polvo que produce un deterioro de ellas o un incremento en los costos de conservación de las mismas, se estima que por vivienda se genera un costo adicional de S/.50 soles mensuales. Específicamente se ven afectadas las fachadas de las viviendas, por el polvo y el barro; las paredes internas, el cielo raso, los enseres fijos de la vivienda (artefactos de baño y cocina), el piso de la vivienda por a tierra/arena.
- Los enseres se ven afectados por el polvo, se producen deterioro (disminuyendo su vida útil), e incrementan los gastos de mantenerla limpia, en aproximadamente 20%.

En las personas, el número e intensidad de las enfermedades respiratorias causadas por la emisión de partículas de polvo, afecta a todos los habitantes de las viviendas y principalmente a aquellos que permanecen mayor tiempo fuera de ellas (los niños).

Asimismo, diariamente los estudiantes y las amas de casa tienen que realizar largas caminatas por las calles polvorientas y en mal estado hacia sus centros de estudios y centros de abastecimiento de productos alimenticios respectivamente; situación que ha ocasionado accidentes peatonales, en muchos casos con graves consecuencias.

Debido a que el tránsito local es grande por ser zona altamente comercial, la falta de calzadas apropiadas en las vías origina mayores costos operativos de los vehículos, pérdidas de tiempo de viaje de los peatones y aislamiento con los centros de servicios y comercio.

3.3 ANÁLIZAR LAS RELACIONES ENTRE LOS AGENTES Y MEDIOS UTILIZADOS PARA DESARROLLAR EL NUEVO MODELO PARA EL SISTEMA LOGÍSTICO DE DISTRIBUCIÓN DE LA PAPA.

En el siguiente subcapítulo se realizará un análisis entre los agentes y los medios para entender la situación actual de manera integral y con ello poder determinar adecuadamente un nuevo modelo para el sistema logístico de distribución de papa en el mercado de abastos de Moshoqueque.

Tenemos entre los agentes: Los transportistas, los comerciantes y los vecinos y en las otras variables a la transitabilidad, limpieza y costos. Para entender su conexión tenemos que entender la posición de cada uno de los miembros y entendemos que los comerciantes y vecinos coexisten en un espacio delimitado. Los comerciantes, para poder ofrecer productos necesitan un stock de productos que no se encuentran a su disposición por lo que necesitan personas que transporten sus productos a su espacio, podemos observar que los comerciantes son los que involucran nuevos agentes como cargadores y transportadores cuyo accionar afectan los medios como transitabilidad debido a la congestión en el tráfico, limpieza debido al orden de prioridades de los transportistas y los costos generales que todas estas acciones tienen para todos los agentes.

Por las encuestas, entrevistas y observación determinar que las conductas habituales de los transportistas generan en mayor grado, a todos los demás agentes, inconvenientes al sistema logístico. Sin embargo los transportistas son trabajadores dependientes de los comerciantes entonces, pese a que el accionar de los transportistas es deficiente, el poder de decisión radica en los comerciales.

Las circunstancias en las que se encuentran los comerciantes es la competencia que existen entre ellos mismos por conseguir el mejor producto, al mejor precio y lo más rápido, por lo tanto y al ignorar las consecuencias del accionar de los transportistas únicamente se enfocan en los costos a corto plazo; sin considerar que los lugares de concentración de basura generan plaga de roedores que posteriormente les costarán a ellos, sin considerar que el no exigir a los transportistas uniformidad con la descarga de los productos genera que la competencia entre ellos congestione las vías de tránsito que junto a los problemas de higiene hacen que el consumidor no pierda motivación en realizar mayores compras a su local.

3.4 PROPUESTA DE MEJORA

Posterior al análisis de la situación actual se han detectado muchas variables importantes para realizar una propuesta eficaz e integradora que actuara en base a la necesidad de corregir los problemas de: Limpieza, transitabilidad y costos. Por lo tanto se atenderán los diferentes puntos de manera independiente:

3.4.1 Limpieza:

En cuanto a los desperdicios y / o sobrantes que se generan como consecuencia del proceso de descarga de productos se propone poner a disposición de los comerciantes diferentes clases de botes de basura

para su correcta clasificación, determinando el origen de los desperdicios facilitando el proceso de reciclaje de manera que se trata de papel, plásticos o residuos de alimentos y esto facilitaría el trabajo de los recolectores de basura.

Además los beneficios del correcto reciclaje son:

- 1) Porque se contamina el suelo y no produce, se mueren las plantas, además da un mal aspecto.
- 2) Los animales se mueren de comer plásticos y químicos.
- 3) Los ríos y el agua se contaminan por los productos químicos, plásticos, baterías, etc., las personas se enferman y algunas mueren.
- 4) Al morirse animales y plantas cada vez se desaparecen de la tierra más especies.
- 5) Nuestro planeta se está quedando cada vez más pobre, contaminado y se está convirtiendo en un desierto.
- 6) Cada vez se acumula más basura en nuestro planeta.

Así mismo implementar campañas que estimulen a los comerciantes a mantener limpio de desperdicios y u otros desechos el espacio utilizado para la descarga de la papa de esta manera evitar la contaminación del ambiente, y al mismo tiempo se dará una buena imagen a los clientes que llegan a comprar este producto.

Estas campañas podrían consistir en concursos entre cada uno de los sectores del mercado Moshoqueque, los cuales estarían auspiciado

por la Municipalidad de José Leonardo Ortiz, otorgando incentivos monetarios o en especies a los participantes.

3.4.2 TRANSITABILIDAD

Si bien la variable es la transitabilidad, entendemos que la razón principal de la reducción en la transitabilidad se debe a los camiones de descarga y todos los demás agentes (descargadores, moto taxis, tricicleros, entre otros) por ello en relación al lugar de descarga de los camiones, es preciso reubicar a los comerciantes ambulantes y aquellos que ocupan las veredas.

Según el estudio realizado se conoce que anteriormente existía una zona de descarga que se ubicaba avenida Bolívar del complejo, donde existía anteriormente la plataforma denominada las argollas, pero que posteriormente fue ocupada por los comerciantes. Sin embargo esto no será suficiente para solucionar la problemática del desorden y obstrucción de las vías de acceso por falta de lugares apropiados para la descarga de los productos, por lo que además se propone a las autoridades municipales no dejar de lado el proyecto “La despensa de Moshoqueque”, el cual estaba programado ser construido a inicios del año 2007 sin embargo ha sido postergado continuamente.

A continuación se detalla lo más resaltante del proyecto

3.4.3 “LA DESPENSA DE MOSHOQUEQUE”

3.4.3.1 UBICACIÓN Y ACCESO

El proyecto se encuentra en la zona noroeste de la ciudad de Chiclayo, a unos 4 Km. Del centro del mercado Moshoqueque, en el Ex-predio “Aspiración” ubicado en el Distrito de José Leonardo Ortiz, Provincia de

Chiclayo, y se desarrolla sobre una extensión superficial de 40.36 Has, totalmente cercada.

El acceso vehicular será a través de las avenidas Mariano Cornejo, Venezuela y La Despensa , las mismas que están diseñadas y serán pavimentadas para soportar tránsito pesado; de tal manera que el transporte pesado proveniente del norte, sur y oriente llegue con total comodidad a las instalaciones del Mega-mercado.



Fuente: Sky Wiracocha

3.4.3.2 BENEFICIARIOS

El proyecto está dirigido a todos los comerciantes de la región norte del país, en especial a brindar solución a la problemática del comercio en la región Lambayeque. Dando cabida a:

- Por su nivel de actividad: mayoristas, minoristas y micro comerciantes.
- Por su ordenamiento empresarial: formales e informales

3.4.3.3 CARACTERISTICAS GENERALES

SECTORES

- El proyecto distingue seis sectores:
- Sector Mayorista
- Sector Minorista
- Sector Micro comerciantes
- Sector Galerías comerciales
- Tiendas comerciales y Bancos
- Zona Industrial

DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LOCALES

La siguiente es la capacidad de locales del proyecto:

- Sector Mayorista 714
- Sector Minorista 2504
- Sector micro comerciantes 10,000
- Sector Galerías comerciales 827
- Tiendas comerciales y bancos 84
- Almacenes 62
- Kioscos 393

3.4.3.4 RUBROS CONSIDERADOS

Se consideran todos los rubros que se pueden encontrar en un mercado; entre ellos:

- Verduras, tubérculos, Abarrotes, Joyería
- Frutas, Golosinas, Librería
- Carnes, Pasamanería, Artículos de limpieza
- Aves, Juguetes, Plásticos
- Pescados y Mariscos, Ropa en general / calzado Artículos eléctricos
- Animales vivos, Comidas, Ferretería, etc.

3.4.3.5 SERVICIOS Y FACILIDADES

EI MEGAMERCADO LA DESPENSA contará con los siguientes servicios

- Luz, agua y desagüe Vías de acceso asfaltado e iluminado
- Estacionamiento (1300 unid.)
- Paradero taxis, moto taxis, buses Zonas de carga / descarga
- Pesaje camiones 02 balanzas
- Área de hospedaje para transportistas Servicios higiénicos
Puesto policial
- Almacenes (63 unid) Talleres mecánicos y mantenimiento
tópico de atenciones médicas

- Cuna - guardería Capilla Salón de usos múltiples SUM
- Zonas de comida Zona bancaria Áreas de recreación
- Matadero de animales menores Locutorios y cabinas de internet Depósitos y zonas de acumulación de basura

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES

4 CONCLUSIONES:

- El actual sistema logístico de distribución de papa en el mercado Moshoqueque afecta negativamente a la comunidad ya que genera desorden, contaminación, intransitabilidad y costos adicionales lo cual pone en riesgo la salud y vida de las personas que forman parte de dicha comunidad
- El proceso de descarga de papa en el mercado Moshoqueque, a cargo de los comerciantes y transportistas se lleva a cabo en plena vía pública, ya que no existe un lugar que tenga las condiciones necesarias para llevar a cabo dicha actividad. Existiendo diferentes lugares de descarga formal e informal cubriendo más de 6 cuadras donde se genera una mayor contaminación, intransitabilidad y desorden.
- Los transportistas y descargadores no cumplen los horarios establecidos por ley para llevar a cabo el proceso de descarga de papa en el mercado Moshoqueque, esto debido a que los transportistas se arreglan con los policías de tránsito a quienes le dan dinero extra que les permita continuar con dicha actividad.
- Los residuos o sobrantes generados después del proceso de descarga de papa, permanecen en plena vía pública, lo cual ocasiona contaminación y pone en riesgo la salud de la población y de los mismos comerciantes, especialmente de sus menores hijos, todo esto hasta que el camión recolector llegue a esa zona y realice el recojo respectivo.

CAPÍTULO V: RECOMENDACIONES

5 RECOMENDACIONES

- Se deberá acondicionar un área específica que sea adecuada para llevar a cabo el proceso de descarga de papa y similares en el mercado de Moshoqueque, esta debe contar con el espacio suficiente con la finalidad de evitar aglomeramiento y accidentes de tránsito
- Los comerciantes del mercado Moshoqueque deberán encargarse de recoger los desperdicios una vez terminado el proceso de descarga de papa, los cuales deberán clasificarlos y ubicarlos en bolsas, cajas, etc., llevándolos a un lugar alejado de sus productos, para que posteriormente lo recoja el camión recolector

REFERENCIA Y ANEXOS

6 REFERENCIAS

- Adeudima. (2014). *Introducción a la Organización de Empresas*. Madrid: Adeudima.
- Angelucci, R. (2006). La importancia de los mercados de abasto como plataformas logísticas. . *Webpicking*, (págs. 1-16). Buenos aires.
- Bueno, E. (2014). *Introducción a la Organización de la Empresa*. Madrid: UDIMA.
- Cilloniz, F. (07 de Noviembre de 2008). *Agroforum*. Obtenido de El Gran Mercado Mayorista de Santa Anita:
<http://www.agroforum.pe/comercializacion/gran-mercado-mayorista-de-santa-anita-52/>
- Crone, S. (s.f.). *Distribución y Logística*. Obtenido de Distribución y Logística:
<http://www.distribucion-y-logistica.com/logistica/definiciones/logistica-definicion.html>
- DeConceptos. (s.f.). *Concepto de Limpieza*. Obtenido de DeConceptos:
<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/limpieza>
- Definicion.de. (2012). *Definicion de Mayorista*. Obtenido de definicion.de:
<http://definicion.de/mayorista/>
- Definicion.De. (2015). *Definición de Comerciante*. Obtenido de definicion.de:
<http://definicion.de/comerciante/>
- Definiciona. (s.f.). *Definicion de Acopiar*. Obtenido de Definiciona.com:
<http://definiciona.com/acopiador/>
- Definicionabc. (2015). *Definicion de Comerciante*. Obtenido de definicionabc:
<http://www.definicionabc.com/social/comerciante.php>
- Definiconabc. (06 de Junio de 2015). *Definición de Transporte*. Obtenido de Definicionabc: <http://www.definicionabc.com/general/transporte.php>

- Demaría, G. (2015). *Aíair*. Obtenido de Universidad de Belgrano :
<http://iair.mx/logistica/evolucion.php>
- Demaría, J. (2006). *LOGÍSTICA y DISTRIBUCION*. Buenos Aires: Cepip.
- Diccionario Manual de la Lengua Española. (2007). Diccionario Manual de la Lengua Española. Madrid: Larousse Editorial, S.L.
- Elvisor, Elsapucaí, Invadibot. (13 de Marzo de 2015). *Wikipedia*. Obtenido de Mercado de Abastos de Buenos Aires:
http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_de_Abasto_de_Buenos_Aires
- GUANCHA, M. (2013). *Gestión Comercial y Nivel de Ventas en los mercados Municipales de Abastos de la ciudad de Tulcán*. Tulcán: Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Juan Carlos Pérez Mesa, Emilio Galdeano Gómez y Tamara M. González Hernández. (Noviembre de 2012). *INFLUENCIA DE LA DISTRIBUCIÓN DETALLISTA DE ALEMANIA*. Obtenido de Universidad de Almería:
<http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/cuadernos-de-estudios-agroalimentarios-cea/4/4-527.pdf>
- La sociedad gastronomic. (28 de Noviembre de 2012). *Mercado de Abastos*. Obtenido de La sociedad gastronomic:
<https://lasociedadgastronomica.wordpress.com/category/mercados-de-abastos/>
- Lexicoon. (200). Obtenido de <http://lexicoon.org/es/acopiador>
- Lexicoon. (2015). *Definición de Acopiador*. Obtenido de lexicoon.org:
<http://lexicoon.org/es/acopiador>
- LID Editorial Empresarial. (2010). *Diccionario LID de Empresa y Economía*. Madrid: LID Editorial Empresarial.
- NARVAEZ MORA, Susans Mayte - DE LA CRUZ OBANDO, Jhames - ALAYO CORDOVA, Alberto - REUPO OBB, Mariela Alexandra - PANTIGOSO

QUINTANA, Alexandra. (2013). *CONDICIONES HIGIENICAS DEL MERCADO* . Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2000). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. En *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura* (pág. 33). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

Pastor, P. F. (s.f.). *Monografías*. Recuperado el 12 de Junio de 2015, de <http://www.monografias.com/>

Phoebe - Elvisor - RaizRaiz. (27 de Abril de 2012). *Wikipedia*. Recuperado el 12 de Junio de 2015, de http://es.wikipedia.org/wiki/Central_de_Abasto_de_la_Ciudad_de_M%C3%A9xico

Publicación Conociendo la cadena productiva de papa en Ayacucho. (2007).
Publicación Conociendo la cadena productiva de papa en Ayacucho. 8.

Raymundo Collins Flores, Jean Gérard Sidaner M. (2007). *Wikipedia*. Obtenido de Central de Abasto de la Ciudad de México:
http://es.wikipedia.org/wiki/Central_de_Abasto_de_la_Ciudad_de_M%C3%A9xico

Real Academia Española. (2005). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid: Real Academia Española.

Real Academia Española. (2015). *Real*. Madrid: Real Academia Española.

Rezk, M. I. (20 de Junio de 2013). *Transporte (definición, tipos e historia)*. Obtenido de Monografías:
<http://www.monografias.com/trabajos/transporte/transporte.shtml>

Rodolfo. (s.f.). *Definición de Limpieza*. Obtenido de Sobreconceptos:
<http://sobreconceptos.com/limpieza>

Thomas Bernet, O. D. (2008). *Centros de acopio de papa: Factibilidad de promover e implementar este concepto en la sierra peruana.* . Lima: CAMAC Perú.

TORRES, S. (2012). *PROBLEMÁTICA ACTUAL DE LOS MERCADOS DE ABASTOS A TRAVÉS DE UN CASO DE ESTUDIO.* Porto Alegre: Universidad de Porto.

Wikipedia. (23 de Mayo de 2012). *Concepto de Mayorista.* Obtenido de es.wikipedia.org: <https://es.wikipedia.org/wiki/Mayorista>

7 ANEXOS

ANEXO Nº 1 PLANO DE DISTRIBUCIÓN DE LA DESPENSA MOSHOQUEQUE

Fuente: Sky Wiracocha



DISEÑO DEL MERCADO MAYORISTA UBICADO EN LA DESPENSA DE MOSHOQUEUQUE



Fuente: Sky Wiracocha ¹

En este diseño se aprecian áreas libres para el estacionamiento de vehículos pesados facilitando la descarga de los diversos productos que se comercialice, además de permitir el tránsito a vehículos menores.

ANEXO Nº 2:

**RELACIÓN DE COMERCIANTES DEL SEGUNDO SECTOR
MERCADO MOSHOQUEQUE**

**OFICINA DE CONTROL Y RECAUDACIÓN COMPLEJO DE MERCADOS Y
SERVICIOS “MOSHOQUEQUE”**

GIRO COMERCIAL	Nº DE PUESTOS	IMPORTE SEMANAL	DEUDA 2008
Amb. Fijo calle ancha Fila A	18	3	5 463.00
Amb. Fijo calle ancha Fila B	50	3	503 187.50
Amb. Fijo calle ancha Fila C	35	3	8 910.00
Depósito Brasil	15	25	23 625.00
Encomendería	56	1.4	8 219.40
Fruta adicional Brasil	22	4.5	20 011.45
Fruta adicional México	15	4.5	3 271.50
Fruta circunvalación	50	4.5	29 146.50
Fruta puestos chicos	74	4.5	22 172.00
Fruta puestos grandes	51	7.5	16 702.50
Locería	17	4.9	5 646.90
Manzana	13	7.5	6 015.00
Mercadería	238	3.5	52 902.50
Pasaje Puestos chicos	43	3	31 224.00
Pasaje Puestos grandes	15	5.6	5 056.80
Ropa usada	23	2.8	19 174.40
Tiendas Bolívar	13	37.5	111 847.50
Tubérculos- Cebolla	12	14	19 203.10
Tubérculos- papa	23	4.5	18 702.00
TOTAL	783		643 855.80

Fuente: Dirección de Administración Tributaria - José Leonardo Ortiz.

ANEXO Nº 3:

**RELACIÓN DE COMERCIANTES DE PAPA, SEGUNDO SECTOR
MERCADO MOSHOQUEQUE**

**DATOS DE LOS PROPIETARIOS DE LOS PUESTOS SECCIÓN
TUBÉRCULOS- PAPA**

NOMBRES Y APELLIDOS	Nº DE PUESTOS QUE POSEEN
Arsenia Merino Vicente	1
Justo Tapia Montenegro	2
Juana Lozano Dávila	2
Florencio Sosa Martínez	1
Floro Sosa Portilla	1
Leoncio Cervantes López	1
Godofredo Pari Huacho	1
Marlene abad Jaime	1
Rodrigo Tapia Vásquez	1
Juan M. Trujillano Muñoz	1
Carmen Gómez Chapoñan	1
Armando Mogollón Reynoso	4
Margarita Pérez La Cerna	1
Edmundo Niño Jaramillo	1
Luz Niño Lozano	1
Betty Niño Lozano	1
Gumersinda Cárdenas de Niño	1
Julián Martínez Pérez	1
TOTAL	23

Fuente: Dirección de Administración Tributaria - José Leonardo Ortiz.

ANEXO Nº 4:

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Objetivo: observar la zona de descarga de papa en el mercado Moshoqueque e identificar deficiencias que impiden el desarrollo de la zona.

Aspectos a observar

- Número de camiones de carga estacionados
- Número de personas que descargan el producto
- ¿es una vía transitada por otros vehículos?
- ¿las construcciones aledañas son...?
 Viviendas locales comerciales
- ¿las vías de acceso están asfaltadas?
- ¿existen veredas?
- Después de la descarga del productos se observan los siguientes residuos:
 - o Partes de sacos
 - o Papa en mal estado
 - o Residuos de los vehículos (aceites, agua, grasa)
 - o Envolturas de comida
 - o Residuos de comida

ANEXO Nº 5

GUÍA DE ENCUESTA TRANSPORTISTA - A

- 1- ¿en qué lugar se lleva a cabo el proceso de descarga de la papa?**
 - a. zona específica de descarga
 - b. en plena vía pública
 - c. otros

- 2- ¿cuentan con algún permiso especial para realizar la descarga de papa en dicho lugar?**
 - a. si
 - b. no

- 3- ¿cuál es el tiempo establecido por ley que se les concede par realizar la descarga de papa?**
 - a. una a dos horas
 - b. tres a cuatro
 - c. cinco a seis horas
 - d. más de seis horas

- 4- ¿cuánto tiempo se demoran en la descarga de la papa?**
 - a. una a dos horas
 - b. tres a cuatro
 - c. cinco a seis
 - d. más de seis horas

- 5- ¿se les presentan problemas en el momento de descarga de su producto?**
 - a. si
 - b. no

6- ¿cuáles son los principales problemas que se presentan cuando se realiza la descarga de la papa?

- a. se golpea el producto
- b. demoras en la descarga
- c. personal de descarga sufre accidentes
- d. ninguno

ANEXO Nº 6

GUÍA DE ENCUESTA VECINOS - A

- 1. ¿Cuál cree usted que es el principal problema que ocasiona la descarga de papa?**
 - a. Desorden
 - b. Vías intransitables
 - c. Contaminación

- 2. ¿Se ha tomado alguna medida para solucionar dicho problema?**
 - a. Si
 - b. No

- 3. ¿Después de la descarga los desperdicios permanecen en plena vía pública durante el resto del día?**
 - a. Si
 - b. No

- 4. ¿quiénes se encargan de recoger los desperdicios o residuos dejados en la vía pública después de la descarga de la papa?**
 - a. los comerciantes
 - b. las personas que realizan la descarga
 - c. el camión recolector
 - d. personal de limpieza de la municipalidad
 - e. nadie

ANEXO Nº 7

GUÍA DE ENCUESTA VECINOS - B

OBJETIVO: Conocer la opinión del vecindario respecto a la zona de descarga de papa en el mercado Moshoqueque.

1. ¿Hace cuanto tiempo ha estado viviendo en esta zona?

- a. Menos de un año
- b. Entre 2 y 4 años
- c. Entre 5 y 8 años
- d. Entre 9 y 12 años
- e. Más de 13 años

2. Por favor evalúe con un aspa los siguientes aspectos respecto al área de descarga de papa en el mercado Moshoqueque

Ítem	excelente	bueno	regular	Mal o
Limpieza				
Libertad para transitar (peatones)				
Seguridad				
Orden				
Libertad para transitar (vehículos)				

3. Marque la valoración que mejor refleje su opinión respecto a:

Ítem	Muy aceptable	aceptable	Poco aceptable	No aceptable
Ruido vehicular				
Residuos de alimentos en las calles				
Espacio para el tránsito de peatones				
Utilización de veredas por los comerciantes				
Nivel de asfaltado de las vías de acceso				
Vehículos descargando en la calle				

ANEXO N° 8

GUÍA DE ENCUESTA TRANSPORTISTAS - B

OBJETIVO: conocer la opinión del transportista respecto al área de carga y descargar de papa en el mercado Moshoqueque

1. ¿Cuánto es lo que paga por estacionarse a descargar y cargar?

- a. S/. 1 a S/. 4
- b. S/. 5 a S/. 8
- c. S/. 9 a S/. 12
- d. S/. 3 a más

**2. ¿Cuántas veces a la semana realiza descargas en Moshoqueque?
¿y qué días? Circule su respuesta**

Frecuencia de descarga	1	2	3	4	5	6	7
Días de la semana	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo

3. ¿Quiénes realizan la descarga del producto?

- a. Personas contratadas por los compradores
- b. Personal contratado por el transportista

4. ¿Al momento de descargar encuentra espacio para estacionarse?

- a. Siempre hay lugar
- b. A veces encuentro donde estacionarme
- c. Es difícil encontrar espacio
- d. Nunca hay donde estacionarse

ANEXO Nº 9

VIGILANCIA SANITARIA EN MERCADO DE ABASTOS: TUBÉRCULOS.

IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO Y DEL PUESTO		
Nombre del mercado Razón social Nº de puesto Alimento que comercializa Proveedores		
IDENTIFICACIÓN DE VENDEDORES		IDENTIFICACIÓN Del INSPECTOR
Vendedor 1 o titular Vendedor 2 Vendedor 3		Nombres:
ALIMENTO	Valor (**)	Inspector
Procedencia formal	4	
Aspecto normal de los tubérculos	4	
No vende tubérculos picados	2	
TOTAL	10	
BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN (BPM)	Valor (**)	
Estiba a altura mínima de 0.20 m del piso	4	
Usa agua segura y fría para refrescar	4	
Exhibe ordenadamente y por separado sus productos	4	
Despacha de manera ordenada	2	
TOTAL	14	
VENDEDOR	Valor (**)	
Sin episodio actual de enfermedad y sin heridas ni infecciones en la piel y mucosas	4	
Manos limpias y sin joyas, con uñas cortas, limpias sin esmalte	4	
Cabello corto o recogido	2	
Vestimenta limpia	2	
TOTAL	12	
AMBIENTE Y ENSERES	Valor (**)	
Puesto ubicado en zona según rubro y sin riesgo de contaminación cruzada	4	
Exterior e interior del puesto ordenado	4	

Existen parihuelas para estiba y en buen estado	4		
Utensilios en buen estado	4		
Basura bien dispuesta	4		
Ausencia de roedores u otros animales o signos (excrementos u otros)	4		
Cuenta con material de limpieza y lo guarda separado de los alimentos	4		
TOTAL	28		
CALIFICACIÓN DEL PUESTO	Valor (**)		
Puntaje total del puesto	64		
Porcentaje de cumplimiento	100		
Color (pinte el cuadro según la referencia)			
OBSERVACIONES	REFERENCIA		
	Puntaje y porcentaje de cumplimiento	Color	calificación
	48 puntos a más (75% a 100%)	Verde	Aceptable
	32 puntos a 47 puntos (50% a 75%)	Amarillo	Regular
	0 a 31 puntos (menos del 50%)	Rojo	No aceptable

(**)Si cumple el requisito se otorga el total, en caso contrario cero.