



INFORME CARACTERIZACION DE COMERCIANTES Y LOCALES COMERCIALES DE LA PLAZA DE MERCADO DE BAZURTO ALCALDIA MAYOR DE CARTAGENA 2024

Secretaría General Distrital
Cartagena D. T. Y C
2025



Secretaría
General

Documentos de Trabajo

Número 1. Año 2024

Informe caracterización de comerciantes y locales comerciales de la plaza de Mercado de Bazuerto Alcaldía Mayor de Cartagena 2024

Autores

María Patricia Porras Mendoza

Mariemma Flórez Agamez

Fidel De León Munera

Andrea Camila Gaviria Puello

Diagramación

Andrea Camila Gaviria Puello



**Alcaldía Mayor de
Cartagena de Indias**

Publicado por Alcaldía Mayor de Cartagena

Cartagena de Indias, Colombia



**Secretaría
General**

Dumek Turbay Paz
Alcalde Mayor de Cartagena de Indias, D. T. y C.

María Patricia Porras Mendoza
Secretaria General

Oficinas y Unidades

Ernesto José Robles Gómez
Jefe Oficina Asesora de
Informática

Lina Pérez Solano
Coordinadora del proceso de
Calidad

Equipo De Relacionamiento Estratégico

Mariemma Flórez Agamez
Michael Cohen Arteaga
Elizabeth Barrios Vega
Shirlis Beleño
Fidel De León Munera
Karin Torres
Asesores Externos

Andrea Gaviria Puello
Practicante Mi Primera Chamba

Contenido

Glosario.....	5
Introducción.....	8
1. Aspectos Generales Caracterización De Comerciantes Y Locales	
Comerciales De La Plaza De Mercado De Bazurto.....	10
1.1 Objetivos	10
1.1.2 Objetivo General.....	11
1.1.3 Objetivos Específicos	11
1.2 Alcance.....	11
1.3 Líder del Ejercicio de Caracterización	12
1.4 Mecanismo de Recolección	13
1.5 Metodología	13
1.6 Selección de la muestra.....	17
1.9 Variables de Caracterización	20
1.10 Resultados Caracterización de Variables	21
1.10.1 Variables Geográficas.....	21
1.10.2 Variables Demográficas	25
1.10.3 Variables Intrínsecas.....	39
1.10.4 Variables Comportamentales	52
Conclusiones	77
Oportunidades de Mejora del Mercado de Bazurto	80
Referencias	82

Tabla de Ilustración

Ilustración 1Metodología – Aplicación del Instrumento	15
Ilustración 2-Mapa mercado de Bazurto	16

Tabla De Graficas

<i>Grafica 1 Localidad de residencia</i>	24
<i>Grafica 2- Análisis por Género</i>	27
<i>Grafica 3- Análisis tipo de discapacidad</i>	28
<i>Grafica 4-Análisis por Nivel de Escolaridad</i>	29
<i>Grafica 5-Análisis por Victima de Desplazamiento</i>	31
<i>Grafica 6 Análisis por Registro Único de Victimas</i>	32
<i>Grafica 7 Análisis por Afiliación en Salud</i>	33
<i>Grafica 8 Análisis por Grupo de Sisbén</i>	35
<i>Grafica 9 Análisis por Estado Civil</i>	36
<i>Grafica 10 Análisis por Estado de Pensiones</i>	37
<i>Grafica 11 Análisis por estado de ARL</i>	39
<i>Grafica 12 Análisis por Tipo de Actividad Comercial</i>	42
<i>Grafica 13 Análisis por cámara de comercio</i>	54
<i>Grafica 14 Análisis por RUT</i>	55
<i>Grafica 15 Análisis por Permisos Sanitario</i>	57
<i>Grafica 16 Análisis por Lista de Precios</i>	58
<i>Grafica 17 Análisis por Reciclaje</i>	59
<i>Grafica 18 Análisis por Disposición de Basuras</i>	60

Glosario

Caracterizar: Identificar las particularidades (características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias) de los ciudadanos, usuarios o interesados con los cuales interactúa una entidad con el fin de agruparlos según atributos o variables similares y, a partir de allí, generar acciones. En el caso de los mercados

públicos, permite clasificar a los comerciantes según su perfil socio demográfico, actividad comercial y nivel de formalización.

Ciudadanía: Condición que caracteriza a la antedicha categoría cívica y que puede definirse como una serie de reconocimientos expresados en derechos y obligaciones, tanto individuales como sociales. En el contexto de los mercados públicos, también incluye a los adjudicatarios y comerciantes como actores clave dentro de la dinámica económica y social del sector.

Contratistas: Son personas o empresas contratadas por una entidad pública para realizar un trabajo específico en un plazo fijo. En la administración de mercados, pueden incluir servicios de mantenimiento, seguridad y recolección de residuos.

Género: Se refiere a los roles, comportamientos, actividades y atributos que una sociedad determinada considera apropiados para hombres y mujeres. Estos atributos, oportunidades y relaciones son construidos socialmente y aprendidos a través del proceso de socialización. Según el contexto y la época, se determina qué se espera, qué se permite y qué se valora en una mujer o en un hombre. En los mercados públicos, este concepto es relevante para analizar la distribución de género en la actividad comercial y su impacto en el acceso a oportunidades económicas.

Grupos de Valor: Clasificación y asociación de grupos de personas con características similares. En el ámbito de los mercados, pueden incluir adjudicatarios, comerciantes, consumidores y entidades reguladoras, cada uno con necesidades y expectativas específicas dentro del ecosistema comercial.

Margen de error: Es un indicador de la fiabilidad del estudio y de la exactitud de los resultados. Se expresa como un porcentaje que indica que los resultados obtenidos están dentro de más o menos este porcentaje de los valores presentados. Por lo regular es de 5% o menos.

Nivel de confianza: Es el grado de certeza (o probabilidad) expresado en porcentaje con el que se pretende realizar la estimación de un parámetro a través de un estadístico maestro. El nivel de confianza más efectivo y utilizado es 95%.

Otro procedimiento administrativo - OPA: Conjunto de requisitos, pasos o acciones dentro de un proceso misional que determina una entidad u organismo de la administración pública o particular que ejerce funciones administrativas para permitir el acceso de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés a los beneficios

o trámites disponibles. En el contexto de los mercados, esto puede incluir la asignación de locales, la renovación de permisos comerciales y los procesos de regularización.

Prueba piloto: Es aquella experimentación que se realiza por primera vez con el objetivo de comprobar ciertas cuestiones. Se trata de un ensayo experimental, cuyas conclusiones pueden resultar interesantes para avanzar con el desarrollo de algo.

Adjudicatario: Persona que ha obtenido, mediante un proceso administrativo, el derecho de uso de un local comercial dentro del mercado público. Los adjudicatarios son responsables de la actividad comercial que desarrollan en los espacios asignados y deben cumplir con normativas establecidas por la administración pública.

Tamaño de la muestra: Es una selección significativa de la población que se pretende estudiar. Entre mayor sea el tamaño de la muestra, mayor será la seguridad de que las respuestas realmente reflejan a la población. Esto indica que, para un nivel de confianza determinado, entre mayor sea el tamaño de la muestra, menor será el intervalo de confianza.

Trámite: Conjunto de requisitos, pasos o acciones reguladas por el Estado, dentro de un proceso misional, que deben efectuar los ciudadanos, usuarios o grupos de interés ante una entidad u organismo de la administración pública o particular que ejerce funciones administrativas, para acceder a un derecho, ejercer una actividad o cumplir con una obligación, previsto o autorizado por la ley.

Usuarios: Menciona a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

Variable: Características, cualidades, elementos o componentes de una unidad de análisis, que pueden modificarse o variar a través del tiempo.

Local comercial: Espacio físico dentro de un mercado público destinado a la venta de bienes o prestación de servicios. Estos locales pueden estar adjudicados a comerciantes bajo diferentes modalidades de ocupación, y su uso debe cumplir con las regulaciones establecidas por la entidad administradora.

Introducción

El informe de caracterización del Mercado de Bazurto da cuenta de los datos recopilados y analizados del proceso de identificación de los adjudicatarios y locales comerciales dentro de la plaza de mercado. En este informe se presenta información de 35 preguntas de la encuesta, las cuales están distribuidas en variables demográficas, geográficas, intrínsecas y comportamentales que permitieron obtener datos de los comerciantes y de los locales comerciales. Esta versión del documento está sujeto a futuras actualizaciones a medida que se actualice el proceso de caracterización en el Sistema Integral de Mercados Públicos.

Dentro de las variables se incluyen datos de las actividades de los adjudicatarios, el uso de los locales comerciales, los ciudadanos y los datos están enfocados dentro de los lineamientos establecidos por el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG). Este modelo busca fortalecer la gestión institucional en entidades públicas, promoviendo una administración basada en datos, la optimización de procesos y la participación activa de la ciudadanía.

Con el empleo de este enfoque, la Alcaldía de Cartagena a través de la Secretaría General ha desarrollado un ejercicio integral de caracterización del Mercado de Bazurto, con el objetivo de documentar de manera precisa la ocupación, condiciones físicas, operativas y jurídicas de los locales comerciales. Este esfuerzo responde a la necesidad de contar con información confiable que facilite la toma de decisiones estratégicas, la mejora en la gestión del mercado y la garantía de su correcto funcionamiento en beneficio de adjudicatarios, consumidores y la comunidad en general.

Este reporte de la caracterización a comerciantes y locales comerciales en el Mercado de Bazurto se fundamentó en la Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor - Versión 5 (2022), del Departamento Administrativo de la Función Pública, que establece los pasos metodológicos para identificar las características, necesidades y expectativas de los grupos de valor, con los que interactúa el Mercado de Bazurto. A partir de esta guía, se establecieron variables claves para realizar la caracterización, abarcando aspectos geográficos, demográficos, intrínsecos, comportamentales y relaciones, permitiendo así una segmentación más detallada de la población del mercado, objeto del presente estudio.

El levantamiento de la información se realizó en el campo, mediante la plataforma SIC, facilitada por la Oficina Asesora de Informática – Secretaría General, asegurando la sistematización de los datos y su posterior análisis. Como parte de este proceso, se llevaron a cabo actividades como la cuantificación de locales, la verificación de la situación jurídica de los comerciantes, la evaluación de la infraestructura existente, entre otros aspectos relevantes. Esta información permitirá consolidar un modelo de gestión más eficiente y sostenible, alineado con las estrategias de ordenamiento y modernización de los mercados públicos.

Además de su función técnica, la caracterización permite la identificación de problemáticas y oportunidades susceptibles de mejora dentro del mercado. Esto facilitará la implementación de estrategias orientadas a la formalización de los comerciantes, la optimización de las condiciones ambientales, de seguridad, mayor higiene y la planificación de intervenciones que fomenten el desarrollo económico y social de la plaza. Se busca, en última instancia, transformar el Mercado de Bazuco en un espacio más organizado, sostenible y alineado con los objetivos de desarrollo de la administración distrital al momento de su traslado.

1. Aspectos Generales Caracterización De Comerciantes Y Locales Comerciales De La Plaza De Mercado De Bazuerto

1.1 Objetivos

1.1.2 Objetivo General

Analizar las características, condiciones operativas, jurídicas y ambientales de los locales comerciales en la Plaza de Mercado de Bazuerto que hacen parte del bien fiscal con el propósito de generar información clave para la gestión y mejora del proceso de mercados públicos.

1.1.3 Objetivos Específicos

- Identificar las condiciones operativas de los adjudicatarios de la Plaza de Mercado de Bazuerto con el propósito de generar información clave para la planificación, gestión y mejora del proceso de mercados públicos.
- Aumentar el conocimiento sobre la ocupación y uso de los locales comerciales en el mercado para mejorar la gestión y toma de decisiones.
- Evaluar la situación jurídica de los adjudicatarios y su relación contractual con el Distrito, permitiendo la regularización y optimización del uso del espacio público.
- Reenumerar los locales comerciales del bien fiscal en el Mercado de Bazuerto para tener una base de datos precisa sobre la situación actual de la plaza de mercado.

1.2 Alcance

El alcance de la caracterización sobre la ocupación de los locales comerciales en la Plaza de Mercado de Bazurto, llevada a cabo por la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias, se centró en obtener un panorama detallado de las dinámicas comerciales y las condiciones de los adjudicatarios que operan en este espacio. A través de este proceso, se logró encuestar a 1.244 adjudicatarios, permitiendo recopilar información clave sobre su perfil sociodemográfico, nivel de formalización, condiciones de trabajo, acceso a seguridad social, entre otros aspectos fundamentales para la gestión y planificación del mercado.

Este ejercicio se desarrolló con el objetivo de caracterizar a los comerciantes y su relación con los locales que ocupan, identificando patrones de ocupación, estado operativo de los establecimientos y la situación jurídica de los mismos frente al Distrito de Cartagena. La información recolectada permite conocer la distribución de actividades comerciales dentro del mercado, la procedencia de los adjudicatarios, su nivel educativo, condiciones laborales y de seguridad social, así como el nivel de formalización de sus negocios. Estos datos proporcionan una base sólida para la toma de decisiones en materia de regulación, fortalecimiento comercial y estrategias de intervención que garanticen un uso adecuado de los espacios y mejoren las condiciones de los comerciantes.

A pesar de los desafíos logísticos que implicó el acceso a ciertos sectores del mercado y la disposición de algunos adjudicatarios para brindar información, la caracterización avanzó significativamente gracias al esfuerzo coordinado del equipo de trabajo. En total, **1.244 encuestas fueron registradas en la plataforma SIC**, lo que evidencia un nivel de cobertura representativo y proporciona una base confiable de datos para el análisis. La recopilación de esta información no solo es clave para diseñar estrategias de regularización, sino que también contribuye a la optimización del mercado como un espacio comercial funcional, con mejores condiciones para la actividad económica y mayores oportunidades de desarrollo para sus comerciantes.

El análisis de los resultados obtenidos permitirá a las autoridades municipales evaluar la viabilidad de políticas de formalización, estructuración de programas de apoyo y fortalecimiento de la gestión de los mercados públicos en la ciudad. La caracterización, además, sienta un precedente en la organización del Mercado de Bazurto y representa un paso esencial hacia una administración más eficiente, equitativa y transparente de estos espacios comerciales en Cartagena.

1.3 Líder del Ejercicio de Caracterización

Las responsabilidades del ejercicio de caracterización de los adjudicatarios y locales comerciales de la plaza de mercado de Bazurto, recayeron en un equipo interdisciplinario liderado por la dirección del Sistema Integral de Abastecimiento del Distrito de Cartagena – Secretaría General, la cual dirigió los lineamientos, estrategia metodología implementada en la caracterización, además superviso el proceso para asegurar su coherencia con los objetivos institucionales. Este equipo contó con la colaboración de la Oficina de Informática que diseñó la herramienta tecnológica utilizada para la recolección de datos y proporcionó el soporte técnico necesario durante todo el proceso. Se contó con el apoyo de la Oficina de Prensa y Comunicaciones, responsable de la divulgación y sensibilización sobre la importancia del ejercicio. En conjunto, este equipo multidisciplinario trabajó para asegurar que la caracterización fuera inclusiva, representativa y alineada con las metas de la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias.

Adicionalmente, el Sistema Integral de Abastecimientos del Distrito contó con el respaldo de su equipo operativo y social, quienes desempeñaron un papel fundamental en el trabajo de campo para la recolección de datos de la encuesta. Asimismo, el equipo administrativo brindó apoyo en el análisis y coordinación del proceso, asegurando la correcta estructuración y ejecución de la caracterización. Este esfuerzo fue el resultado de un trabajo conjunto, en el que cada integrante, desde su área de experticia, contribuyó al desarrollo exitoso de la iniciativa.

1.4 Mecanismo de Recolección

La encuesta se realizó mediante el **Sistema de Identificación y Caracterización (SIC)**, una herramienta digital diseñada por la Oficina Asesora de Informática de la Alcaldía, que permitió la recolección, procesamiento y análisis de datos de manera sistemática y eficiente. La herramienta SIC se implementó con el fin de recopilar información detallada sobre las variables relevantes de la caracterización, tales como las condiciones laborales, la percepción del ambiente de trabajo, el acceso a la información institucional y los canales de comunicación interna.

El enlace para acceder a la encuesta es el siguiente:
https://sic.cartagena.gov.co/home/caracterizacion/formulario/Mercado_mp/

Durante la implementación del SIC, se realizaron ajustes técnicos y metodológicos

necesarios para asegurar la calidad de los datos y la correcta aplicación de la herramienta. Estos ajustes permitieron optimizar su funcionamiento y garantizar que los resultados obtenidos fueran representativos y útiles para la toma de decisiones.

1.5 Metodología

Para realizar el ejercicio de caracterización de adjudicatarios y grupos de valor durante 2024, la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias empleó como guía metodológica la **Guía de Caracterización de Ciudadanía y Grupos de Valor, Versión 5.0** de noviembre de 2022, emitida por el Departamento Administrativo de la Función Pública (DAFP). Esta guía establece las pautas para que las entidades públicas identifiquen las características, necesidades y expectativas de los ciudadanos y grupos de valor con los que interactúan, con el fin de diseñar y ajustar políticas y servicios de manera informada.

La caracterización incluyó el levantamiento de información en **17 sectores** específicos de la plaza (La Rampa, La Ele, Parqueadero Interno, Anillo 9, carnes y pescados, Pescado Fresco, Cristalería, Acoviva, Carbonera, Telas y Farmacias, La Ropa, Pescado Frito, Boca, El Tunel, El Cobertizo, El Hueco y Bayunquita).

Para llevar a cabo la caracterización de los adjudicatarios y locales comerciales en la plaza de mercado de Bazurto, se empleó un enfoque estructurado basado en trabajo de campo, recopilación de datos y análisis de la ocupación y situación operativa de cada local.

La preparación y planificación de la caracterización se llevó a cabo considerando la estructura oficial del mercado y su distribución real en el terreno. Según el mapa oficial, el Mercado de Bazurto está dividido en 16 sectores; sin embargo, durante el trabajo de campo se identificó la necesidad de establecer un 17º Sector para reflejar con mayor precisión la dinámica comercial del lugar. Esta división adicional surgió al diferenciar el sector La Rampa del sector El Cobertizo, dado que, en la práctica, ambos presentan características y dinámicas distintas que requerían ser analizadas por separado.

PROCESO

APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

20

110

2

MIEMBROS DEL
EQUIPO



DÍAS DE APLICACIÓN
EN LOCALES DE LA
PLAZA



CUADRILLAS

ENCUESTADORES
MEDICIÓN LOCALES

Ilustración 1 Metodología – Aplicación del Instrumento

El gráfico muestra un resumen de la ejecución del proceso de caracterización en el Mercado de Bazurto, destacando tres aspectos clave:

- **Equipo de trabajo:** Se contó con **20 miembros**, Indicando una estructura operativa con un grupo suficiente de encuestadores y personal de medición, permitiendo una cobertura amplia y organizada del mercado.
- **Duración del levantamiento de datos:** Se emplearon **110 días** en la aplicación del instrumento en los locales, lo que sugiere un proceso detallado y meticuloso, probablemente debido a la necesidad de recorrer toda la plaza, contactar a los comerciantes y garantizar la calidad de la información recolectada.
- **Organización en cuadrillas:** Se dividió el equipo en **2 cuadrillas**, una encargada de la aplicación de encuestas a comerciantes y otra dedicada a la medición y re-numeración de locales. Esta división de tareas indica un enfoque estratégico para optimizar tiempos y asegurar que la caracterización abordara aspectos físicos del mercado. En general, estos datos reflejan un proceso planificado y estructurado, donde se priorizó la precisión en la recolección de información, permitiendo un análisis completo de la situación del Mercado de Bazurto.



Ilustración 2-Mapa mercado de Bazurto.

El mapa muestra la distribución de los diferentes sectores dentro del Mercado de Bazurto, permitiendo visualizar su organización. Se identifican áreas específicas destinadas a diversos tipos de comercio, como carnes, pescados, telas, farmacias y calzado, así como zonas de descarga y circulación.

Un aspecto importante a resaltar es que, en este mapa, el sector de La Rampa y el sector Cobertizo han sido integrados en una única área, lo que sugiere un rediseño del mapa acorde a la realidad encontrada en este proceso. Esto podría responder a una necesidad de optimización en la división del espacio acorde al tránsito de mercancías que llega diariamente al sector la RAMPA “Zona de Descargue”.

La estructura del mercado refleja una segmentación estratégica que permite la especialización de sectores y un flujo organizado de clientes y comerciantes. Desde una perspectiva de planificación y caracterización, mapas como este son fundamentales para la toma de decisiones, ya que permiten visualizar patrones de distribución comercial y establecer estrategias de mejora en infraestructura,

movilidad y gestión del espacio público.

1.6 Selección de la muestra

Para este ejercicio de caracterización, se estableció que la muestra debía abarcar la totalidad de la población a caracterizar, asegurando un levantamiento de información integral y representativa de la situación actual del Mercado de Bazurto. A diferencia de un muestreo estadístico, en este caso, el objetivo fue recopilar información de todos los adjudicatarios y locales comerciales registrados.

La recolección de datos se llevó a cabo una vez finalizado el trabajo en todos los sectores del mercado. Al cierre del proceso, se habían registrado 1,244 encuestas en la plataforma SIC, abarcando la mayor cantidad posible de adjudicatarios y comerciantes activos. Paralelamente, se identificó un total de 1,762 locales con nomenclatura, lo que permitió establecer un mapa actualizado de las zonas de comercio.

Durante la caracterización, se evidenciaron casos de locales en estado de abandono, sin información de contacto del adjudicatario, lo que representó un reto para el levantamiento de datos en ciertos sectores. No obstante, el proceso permitió obtener un panorama general del mercado, identificando tanto los espacios ocupados como aquellos que requieren intervención distrital.

1.7 Ficha Técnica

Año	2024
Tema	Caracterización de la ocupación y situación jurídica de los locales comerciales en la Plaza de Mercado de Bazurto.
Objetivo de la encuesta	Identificar el estado operativo, la ocupación y la situación jurídica de los locales comerciales en la Plaza de Mercado de Bazurto, con el fin de proporcionar información clave para la Regularización y optimización del uso de los espacios comerciales.

Tipo de encuesta	Censo total mediante visitas presenciales y registro en la plataforma SIC.
Técnica de recolección de datos	Observación directa y levantamiento de información en campo a través de Encuestas estructuradas y documentación legal.
Ámbito geográfico	Plaza de Mercado de Bazurto, Cartagena de Indias.
Diseño de la muestra y procesamiento	Censo total de los 1762 locales comerciales identificados en el plano del mercado. Coordinación a cargo del equipo de caracterización en conjunto con la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias.
Población	Totalidad de los adjudicatarios de la Plaza de Mercado de Bazurto (1244).
Periodo de aplicación	Del 15 de agosto al 05 de diciembre de 2024.
Metodología	Trabajo de campo con encuestas presenciales y revisión documental.
Número de preguntas formuladas	67.
Población encuestada	1244 locales caracterizados en plataforma SIC
Confiabilidad	100%
Margen de error	5%
Rangos de valoración	Clasificación por estado operativo, Ocupación y situación jurídica de los locales.
Dependencia responsable del estudio	Secretaría General.
Líder del proceso	Asesora Externa encargada del Sistema Integral de Abastecimiento del Distrito de Cartagena.

1.8 Variables Contempladas en la caracterización y resultados.

La caracterización de adjudicatarios y de grupos de valor de la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias surge de la necesidad de conocer la composición de los usuarios del mercado de Bazurto y sus principales atributos. Este ejercicio permite identificar condiciones específicas de los grupos de valor, con el objetivo de definir y mejorar la oferta de servicios y su prestación.

¿Qué es la caracterización?

Caracterizar es un proceso investigativo cuyo propósito es recopilar información sobre las características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de la ciudadanía y los grupos de valor que interactúan con la entidad. A través de este análisis, se logra agrupar o segmentar a estos grupos en función de atributos o características similares, lo que facilita la identificación de necesidades específicas y la adaptación de los servicios y políticas públicas a dichas necesidades.

Importancia de la caracterización para la oferta institucional

La caracterización es una herramienta clave para definir la oferta institucional y mejorar los escenarios de relacionamiento con la ciudadanía. Permite alinear las acciones de la entidad con las necesidades y expectativas de sus grupos de valor.

Accesibilidad y participación ciudadana

Es esencial que la información derivada de este ejercicio sea accesible al público. Para ello, se recomienda su disponibilidad en un portal de acceso público, promoviendo así la transparencia y el derecho a la información. La participación ciudadana es fundamental en la creación de acciones y políticas públicas; por esta razón, se inició la prueba piloto de caracterización con servidores públicos y contratistas con contratación vigente durante el primer semestre de 2024, involucrando a diversas dependencias y partes interesadas que interactúan directa o indirectamente con los servicios.

Grupos de valor y su clasificación

En el contexto del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), "toda entidad pública cumple con un propósito fundamental para el cual fue creada: satisfacer un derecho constitucional o resolver los problemas o necesidades de un grupo de ciudadanos", a quienes se denomina grupos de valor. Los grupos de valor de la

Alcaldía Mayor de Cartagena incluyen funcionarios públicos de las diferentes dependencias de la entidad, distribuidos en tres localidades de la ciudad, así como personas naturales que ejercen funciones públicas como empleados públicos y trabajadores oficiales.

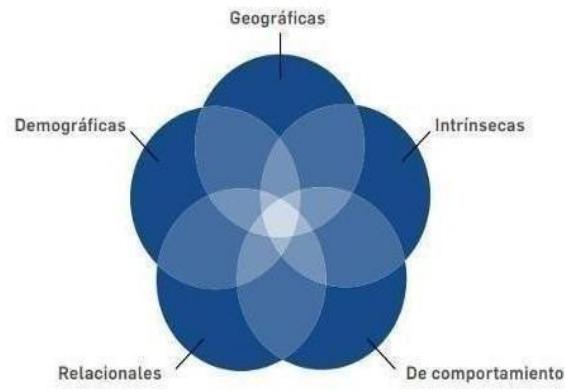
La clasificación tradicional distingue entre empleados públicos, quienes realizan funciones administrativas, y trabajadores oficiales, que están a cargo de obras públicas y actividades industriales y comerciales del Estado, según lo establecido por la Corte Constitucional en la Sentencia C-681 de 2003.os de la Alcaldía Mayor de Cartagena.

1.9 Variables de Caracterización

Para conocer a fondo los diferentes grupos de valor con los que interactúa la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias, es fundamental establecer un conjunto de variables que permitan identificar y analizar las características más relevantes de cada grupo. Estas variables son clave para entender las particularidades de la población y ajustar la oferta institucional de manera efectiva.

En el marco de la caracterización de personas para la Política Pública Distrital de grupos de valor de la entidad, se han definido las siguientes categorías de variables:

- **Geográficas:** Relacionadas con la ubicación física de la ciudadanía, su distribución territorial y el entorno en el que se desarrollan.
- **Demográficas:** Incluyen aspectos como edad, sexo, ciclo de vida y otras características que reflejan la composición y evolución de la población a lo largo del tiempo.
- **Intrínsecas:** Características propias de los individuos, como valores, motivaciones y capacidades, que influyen en su comportamiento y necesidades.
- **Comportamentales:** Factores relacionados con los patrones de conducta, uso de servicios, hábitos y preferencias de los diferentes grupos de valor.
- **Relacionales:** Enfocadas en la manera en que los individuos interactúan con la entidad y entre ellos, considerando el nivel de participación, cooperación y comunicación con la Alcaldía.



Estas categorías de variables permiten una caracterización integral de los grupos de valor, facilitando la planificación de acciones y políticas públicas más efectivas y ajustadas a las necesidades y expectativas de la ciudad.

1.10 Resultados Caracterización de Variables.

1.10.1 Variables Geográficas

Las variables geográficas en la caracterización de los mercados públicos del distrito hacen referencia a la ubicación de los comerciantes y adjudicatarios. Estas variables permiten comprender las raíces y ubicación de los actores del mercado, analizando su país, ciudad y localidad de residencia, lo que facilita la identificación de dinámicas de procedencia y movilidad dentro de estos espacios.

Al integrar estos datos con otras variables, se pueden reconocer patrones en la composición del mercado, segmentar territorialmente a los comerciantes y evaluar cómo la ubicación geográfica impacta su acceso a oportunidades comerciales, recursos y redes de abastecimiento. En el contexto de los mercados públicos, esta información resulta fundamental para la planeación de estrategias de ordenamiento, regularización y fortalecimiento de los adjudicatarios. Así, el análisis geográfico no solo permite ubicar espacialmente a los comerciantes, sino que también contribuye a la toma de decisiones de la administración y la optimización de los bienes fiscales del distrito.

Variables Geográficas	
Nombre de la Variable	Definición
Ciudad de Nacimiento	Esta variable permite identificar la ciudad de origen de un ciudadano, usuario o grupo de interés, proporcionando información sobre la distribución geográfica de la población. También facilita el análisis de patrones migratorios y la identificación de posibles concentraciones de personas con características similares en una determinada región.
Localidad a la que pertenece	Esta variable permite identificar si el individuo reside en una de las tres localidades del Distrito de Cartagena (Histórica y del Caribe Norte, Industrial y de la Bahía, o De la Virgen y Turística) o en municipios cercanos como Arjona, Bayunca, Santa Rosa, Turbaco, Turbana o Villanueva. Su clasificación facilita el análisis de movilidad, acceso a oportunidades económicas y planificación de estrategias para mejorar la integración regional en el mercado.

1 1.10.1.1 Análisis por Ciudad de Nacimiento



Ilustración 3- Análisis por Ciudad de Nacimiento

La imagen muestra la distribución geográfica de los comerciantes del mercado según su **ciudad de procedencia**, representada en un mapa con puntos de concentración y una tabla con datos numéricos. La información revela que **Cartagena** es la ciudad con mayor representación, con **473 comerciantes**, lo que refuerza la idea de que la mayoría de los participantes del mercado son locales

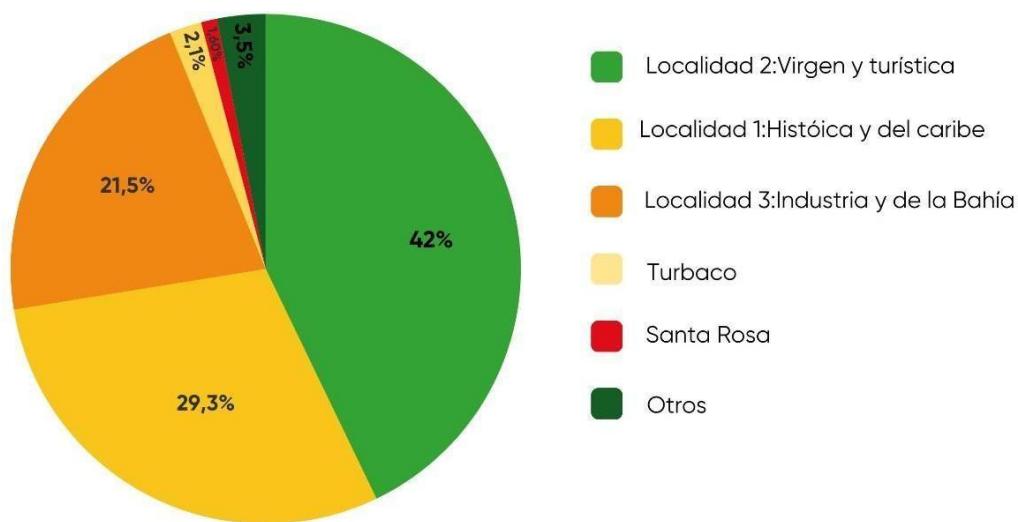
Sin embargo, se observa una cantidad significativa de comerciantes registrados bajo la categoría "**Colombia**" (**230 casos**), lo que sugiere una falta de especificidad en los datos, posiblemente debido a inconsistencias en la recolección de la información. Otras ciudades con presencia notable en el mercado incluyen **San Onofre (18)**, **Arjona (18)**, **Bayunca (17)** y **Bucaramanga (16)**, lo que indica una participación de comerciantes provenientes tanto de municipios cercanos como de otras regiones del país.

El mapa de la derecha resalta la distribución geográfica de los comerciantes, con una concentración visible en la región Caribe, especialmente en la zona norte de Colombia. La dispersión de puntos sugiere que, aunque la mayoría de los comerciantes son locales, hay un porcentaje que proviene de distintas ciudades, lo

que refuerza la idea de que el mercado tiene un impacto regional y no solo local.

Desde una perspectiva de gestión, estos datos pueden ser útiles para identificar dinámicas migratorias dentro del mercado y evaluar si existen factores que impulsan la llegada de comerciantes de otras ciudades. Además, permiten analizar posibles necesidades específicas de ciertos grupos de comerciantes en función de su lugar de origen, como procesos de regularización, integración o acceso a recursos para facilitar su participación en la actividad económica del mercado.

1.10.1.2 Análisis por Localidad de Residencia



Grafica 1 Localidad de residencia

El gráfico refleja la distribución de los adjudicatarios del Mercado de Bazurto según su localidad de residencia, evidenciando que la mayoría se encuentra dentro del distrito de Cartagena. **La Localidad 2: Virgen y Turística** es la que concentra el mayor número de comerciantes, con el 42%, seguida de **la Localidad 1: Histórica y del Caribe**, con el 29,3%, y **la Localidad 3: Industrial y de la Bahía**, con el 21% de **comerciantes**. Esto indica que una gran parte de los vendedores reside en sectores cercanos al mercado, lo que facilita su movilidad y acceso diario a su actividad comercial.

Por otro lado, también se registra la presencia de comerciantes provenientes de municipios cercanos como **Turbaco (2,1%)**, **Santa Rosa (1,6%)**, lo que sugiere que el mercado funciona como un punto de atracción económica no solo para residentes de Cartagena, sino también para pueblos y corregimientos cercanos. Además, **un 3,5% personas** reportaron no conocer o no especificar su lugar de

residencia. Lo cual refleja un gran desafío al indicar que son personas que probablemente vivan en condición de calle.

Estos datos permiten entender mejor la dinámica territorial de los comerciantes y pueden ser útiles para el diseño de estrategias que faciliten su movilidad, así como para evaluar posibles necesidades de infraestructura y conectividad en función de la procedencia de los trabajadores del mercado. También destaca la importancia del mercado como un espacio clave de generación de empleo tanto para los habitantes de Cartagena como para aquellos provenientes de otros municipios.

1.10.2 Variables Demográficas

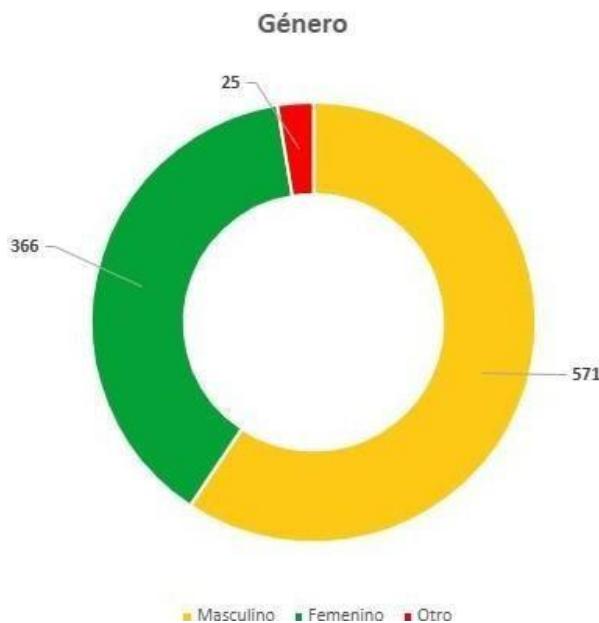
Las variables demográficas, por otro lado, se enfocan en las características de una población y su desarrollo a lo largo del tiempo. Estas incluyen aspectos como la edad, el sexo, el ciclo de vida y otras características sociodemográficas, y son esenciales en cualquier ejercicio de caracterización de la ciudadanía. Además, es crucial incorporar variables que reflejen diferentes tipologías del enfoque diferencial, como la situación de discapacidad, pertenencia a grupos étnicos o de identidad cultural, orientación sexual e identidad de género diversas, y particularidades según el ciclo de vida.

En el contexto de los mercados públicos, estas variables también abarcan elementos como el nivel educativo de los adjudicatarios, su condición de víctimas de desplazamiento, la afiliación a la seguridad social y el acceso a sistemas de salud y pensiones. Estos factores permiten identificar el grado de vulnerabilidad dentro de la población comercial del mercado y promover estrategias de inclusión, regularización y apoyo que fortalezcan la estabilidad económica y social de los comerciantes. Al analizar estas variables en conjunto con otras dimensiones, se pueden tener un análisis más real que responda a las necesidades reales de la población vinculada a los mercados públicos del distrito.

Nombre de la Variable	Demográfica
------------------------------	--------------------

Genero	Esta variable mide el género, que de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS), Se refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos de cada sociedad considera apropiados para los hombres y las mujeres
Condiciones Sociales	Esta variable mide el nivel de escolaridad, afiliación a salud, clasificación en el Sisbén, afiliación a pensiones, afiliación a ARL y tipo de vivienda, las cuales son indicadores clave para entender la situación socioeconómica de los adjudicatarios del mercado. El acceso a la educación influye en las oportunidades de empleo y en la formalización de sus actividades, mientras que la afiliación a salud, pensiones y ARL refleja el grado de protección social y laboral en el que se encuentran. Por otro lado, el nivel en el Sisbén determina el acceso a programas de asistencia gubernamental, y el tipo de vivienda evidencia la estabilidad habitacional de la población.

1.10.2.2 Análisis por Género



Grafica 2- Análisis por Género

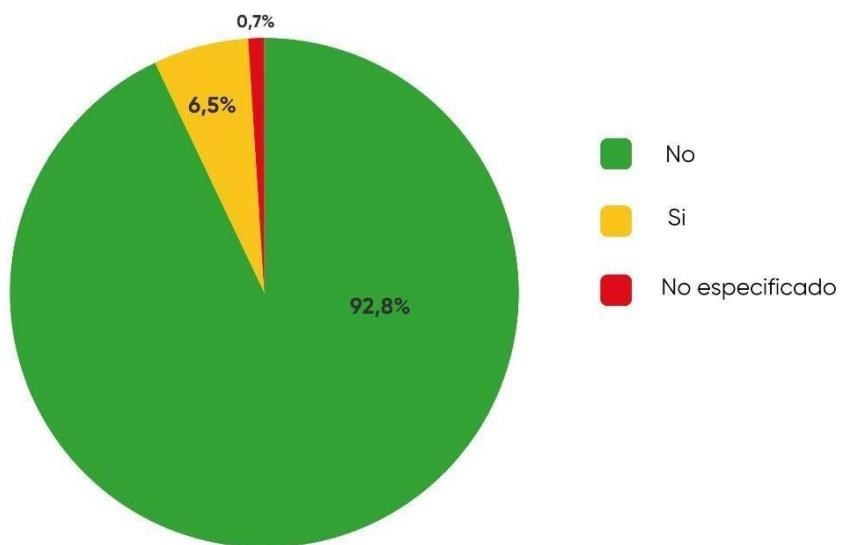
El gráfico refleja la distribución por género de los comerciantes encuestados en el Mercado de Bazarro, destacando una mayor participación de hombres en la actividad comercial. El **46%** de los encuestados son **masculinos (571 personas)**, mientras que el **29%** corresponde a **mujeres (366 personas)**. Un grupo minoritario, equivalente al **2%** de los encuestados (**25 personas**), se identificó con otra categoría de género.

Esta distribución sugiere que, aunque el mercado es un espacio laboral para todos los géneros, los hombres tienen una presencia predominante en la actividad comercial. Esta diferencia puede estar relacionada con la naturaleza de ciertos oficios dentro del mercado, como la carga y descarga de mercancías, la manipulación de productos pesados o la gestión de negocios con largas jornadas de operación. Por otro lado, la presencia de mujeres en el comercio sugiere que, aunque en menor proporción, desempeñan un papel fundamental en la economía del mercado, participando activamente en la comercialización de víveres, frutas, abarrotes y otras actividades.

Desde una perspectiva de equidad e inclusión, estos datos pueden servir como referencia para analizar si existen barreras que dificultan una mayor participación de las mujeres en el mercado, ya sea en términos de acceso a espacios comerciales, financiamiento o condiciones laborales. Además, el reconocimiento de

otras identidades de género, aunque en una proporción pequeña, evidencia la necesidad de seguir avanzando en la inclusión y visibilización de la diversidad dentro del comercio en mercados públicos.

1.10.2.3 Análisis Discapacidad



Grafica 3- Análisis tipo de discapacidad

El gráfico refleja la proporción de personas dentro del Mercado de Bazuerto que reportan tener algún tipo de discapacidad. Se observa que el **92.8%** de los encuestados indicaron no presentar ninguna discapacidad, lo que representa aproximadamente 1154 personas de la muestra total de 1244. Por otro lado, un **6.5%** reporta tener alguna discapacidad, lo que equivale a aproximadamente 80 personas.

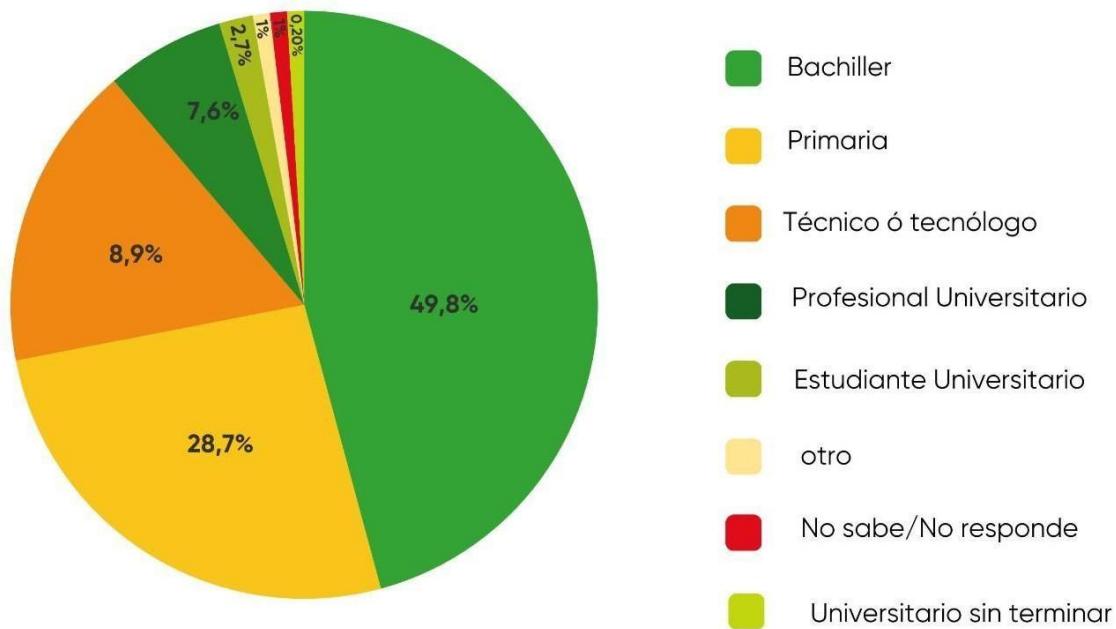
Sin embargo, se puede notar que existe un pequeño porcentaje de la muestra cuya condición no se especifica, este 0.7% nos indica que siempre hay un grupo que quizá tenga discapacidad media o no reconocida, o que no sabe exactamente en cuál de las 2 opciones ubicarse.

Este resultado es relevante para la gestión del Mercado de Bazuerto, ya que permite identificar la proporción de comerciantes o trabajadores que podrían requerir adecuaciones en la infraestructura del mercado o medidas de accesibilidad para garantizar su inclusión plena en las actividades comerciales. La baja proporción de personas que reportan discapacidad podría deberse a diferentes factores, como la falta de autodeclaración por desconocimiento de su condición o el posible

subregistro de datos en el proceso de recolección de información.

En términos de políticas públicas, estos datos pueden orientar estrategias de inclusión dentro del mercado, tales como la implementación de accesos adecuados, programas de sensibilización y promoción de oportunidades laborales para personas con discapacidad. Además, se recomienda que en futuros ejercicios de caracterización se refuerzen los mecanismos de recolección de información para garantizar una mayor precisión en los datos y así diseñar intervenciones más efectivas.

1.10.2.4 Análisis por Nivel de Escolaridad



Grafica 4-Análisis por Nivel de Escolaridad

El gráfico refleja la distribución del nivel educativo entre los encuestados, evidenciando que la mayoría cuenta con formación básica y media, lo que puede influir en diversos aspectos de su actividad comercial, como el acceso a oportunidades de capacitación, la comprensión de regulaciones y la formalización de sus negocios.

- **49,8%** de los encuestados son bachilleres, lo que indica que, si bien han completado la educación secundaria, en su mayoría no han continuado con

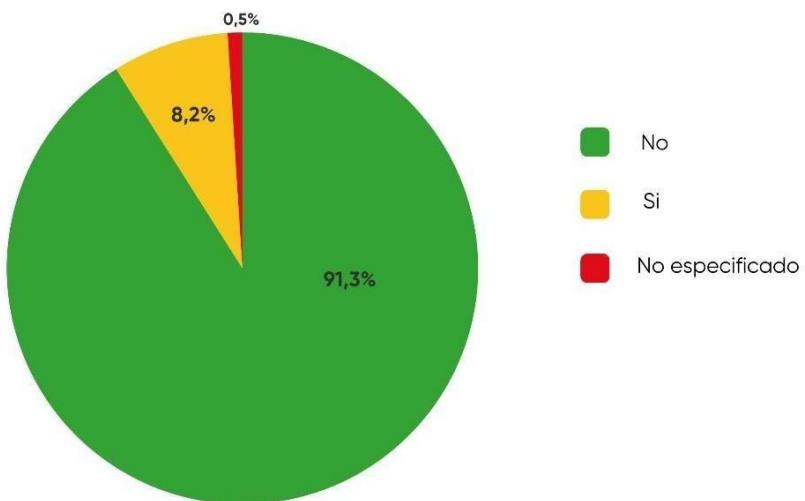
estudios superiores. Este grupo representa la base educativa predominante dentro de la población analizada.

- **28,7%** solo cuenta con educación primaria, lo que revela que una parte importante de los comerciantes tiene un nivel de escolaridad limitado, lo que podría dificultar su acceso a información clave para la gestión eficiente de sus negocios.
- **8,9%** ha alcanzado formación técnica o tecnológica, lo que sugiere que solo un pequeño porcentaje de los encuestados ha accedido a educación especializada en áreas aplicadas.
- **7,6%** pertenece a la categoría de educación primaria profesional universitaria, lo que indica que han alcanzado formación en etapas iniciales de la educación superior.

El resto de los encuestados se encuentra en categorías con menor representatividad, incluyendo estudiantes universitarios y personas que no respondieron, lo que podría reflejar desconocimiento o falta de interés en revelar su nivel educativo.

Estos datos resaltan la necesidad de promover estrategias de capacitación y formación dirigidas a los comerciantes del mercado, especialmente aquellos con menor escolaridad, para mejorar su competitividad y facilitar su adaptación a normativas comerciales y de formalización. La baja presencia de educación técnica y universitaria también sugiere la importancia de fomentar el acceso a programas educativos especializados que les permitan desarrollar habilidades en administración, finanzas y estrategias de negocio, fortaleciendo así el desarrollo económico del sector.

1.10.2.5 Análisis por Víctima de Desplazamiento



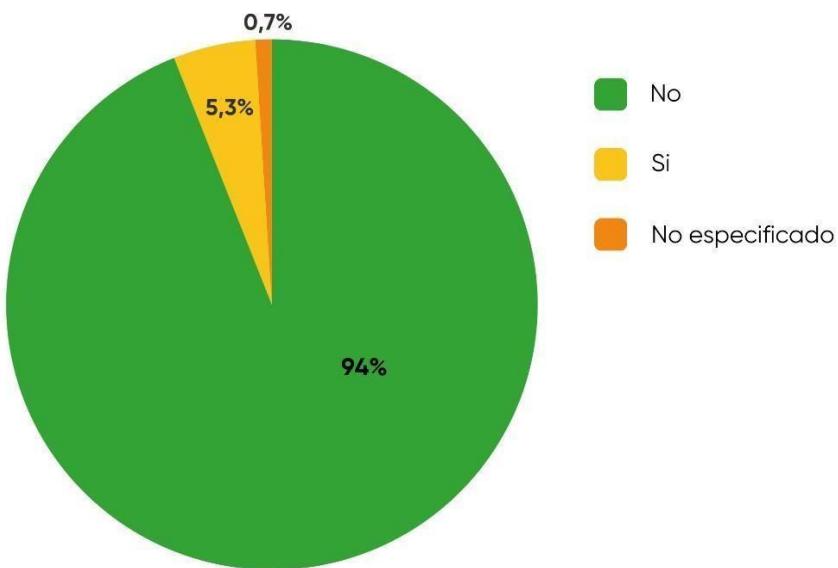
Grafica 5-Análisis por Víctima de Desplazamiento

El gráfico indica que el **91,3%** de los encuestados no se identifica como víctima de desplazamiento forzado, mientras que un porcentaje menor del **8,2%** reporta haber sido afectado por esta problemática. El desplazamiento forzado en Colombia ha sido una de las consecuencias más significativas del conflicto armado y de situaciones de violencia, afectando a comunidades enteras que han debido abandonar sus territorios en busca de seguridad y oportunidades económicas.

El hecho de que exista una proporción de comerciantes que sí han sido víctimas de desplazamiento sugiere que el mercado puede estar funcionando como un espacio de reconstrucción económica y social para quienes han tenido que reubicarse. Estas personas pueden haber encontrado en el comercio formal una alternativa de sustento tras la pérdida de sus tierras o medios de vida previos.

Además, se observa un pequeño porcentaje de **0,5%** que representa datos desconocidos, lo que indica que algunos encuestados no brindaron información sobre su situación o desconocen si cumplen con los criterios de víctimas de desplazamiento. Este detalle resalta la importancia de contar con información precisa y actualizada sobre esta población para comprender mejor sus necesidades y posibles vulnerabilidades dentro del entorno del mercado.

1.10.2.6 Análisis por Registro Único de Víctimas



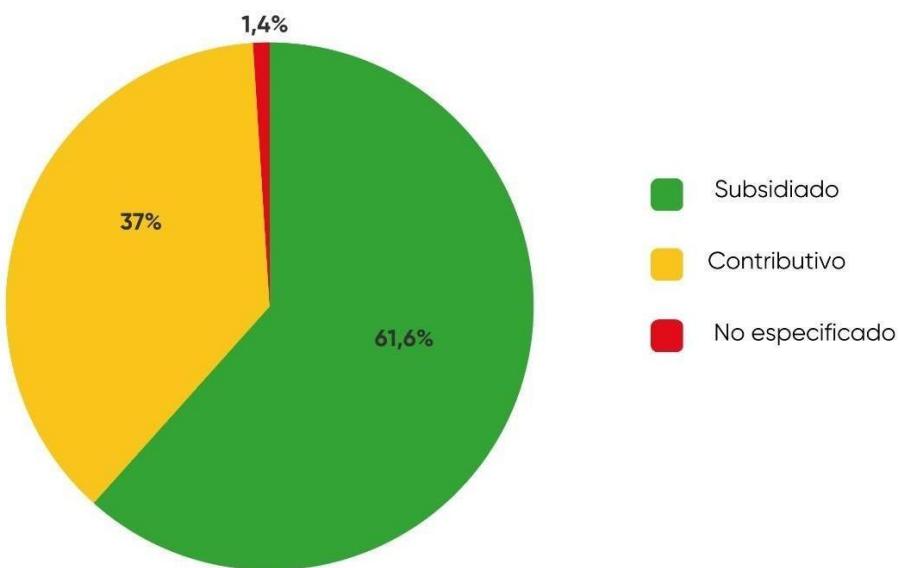
Grafica 6 Análisis por Registro Único de Víctimas

La gráfica muestra que el **94%** de los encuestados no se encuentra registrado en el Registro Único de Víctimas (RUV), mientras que un porcentaje reducido del **5.3%** está registrado como víctima del conflicto. Además, se observa un pequeño segmento en azul, que representa a aquellos que desconocen o no respondieron a la pregunta.

Estos datos reflejan que la gran mayoría de la población del mercado de Bazurto no ha sido afectada directamente por situaciones de desplazamiento forzado, violencia u otras condiciones que los harían parte del RUV. Sin embargo, la presencia de un grupo, aunque minoritario, inscrito en este registro sugiere la existencia de comerciantes que han sido víctimas del conflicto y que podrían estar accediendo a medidas de reparación y apoyo estatal.

Desde una perspectiva de gestión, esta información puede ser clave para evaluar la necesidad de programas específicos de inclusión y apoyo para comerciantes que han sido afectados por la violencia. Además, permite identificar oportunidades para articular esfuerzos con entidades encargadas de la atención a víctimas, facilitando el acceso a beneficios y programas de apoyo que contribuyan a mejorar sus condiciones laborales y sociales dentro del mercado.

1.10.2.7 Análisis por Afiliación a Salud



Grafica 7 Análisis por Afiliación en Salud

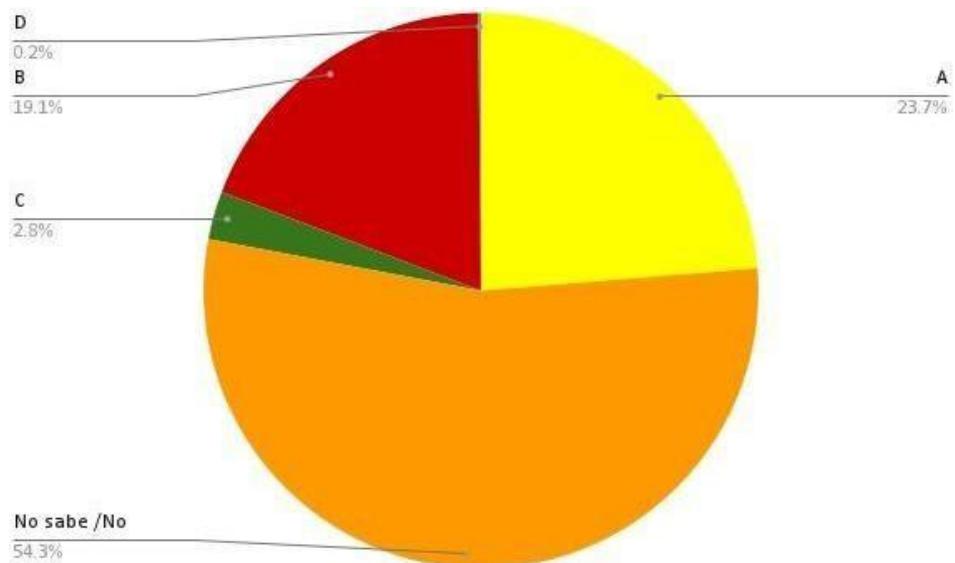
El gráfico refleja que el **61,6%** de los encuestados está afiliado al régimen subsidiado de salud, lo que indica que dependen del apoyo estatal para acceder a servicios médicos. Este dato sugiere que una gran parte de los comerciantes del mercado se encuentra en condiciones de vulnerabilidad económica o informalidad laboral, factores que dificultan su ingreso al régimen contributivo. La afiliación subsidiada suele estar destinada a personas de bajos recursos que no tienen capacidad de realizar aportes al sistema, lo que evidencia la necesidad de fortalecer estrategias que impulsen la estabilidad económica y el acceso a mejores condiciones laborales dentro del mercado.

Por otro lado, el **37%** de los encuestados está afiliado al régimen contributivo, lo que implica que realizan aportes periódicos al sistema de salud. Esto sugiere que este grupo de comerciantes cuenta con ingresos más estables o está vinculado de alguna manera a la estabilidad económica, lo que les permite acceder a un sistema de atención con una mayor cobertura de servicios. La diferencia significativa entre ambos grupos pone en evidencia las brechas económicas y la predominancia de la informalidad dentro de la plaza de mercado.

Además, se observa una pequeña fracción representada en **1,4%** que indica que un grupo reducido de encuestados no brindó información sobre su tipo de afiliación. La presencia de este segmento podría responder a distintos factores, como desconocimiento sobre su estado de afiliación o falta de acceso al sistema de salud en general.

El predominio del régimen subsidiado dentro del mercado refuerza la importancia de evaluar las condiciones laborales y económicas de los comerciantes. Estos datos pueden servir como insumo para comprender la relación entre informalidad y acceso a la seguridad social, además de resaltar la necesidad de fortalecer iniciativas que fomenten la regularización del trabajo y mejores oportunidades para la población vinculada al mercado.

1.10.2.8 Análisis por Nivel de Sisbén



Grafica 8 Análisis por Grupo de Sisbén

El SISBÉN (Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales) es una herramienta utilizada en Colombia para clasificar a la población según sus condiciones socioeconómicas y se divide en grupos (A, B, C y D) de acuerdo con la capacidad de generación de ingresos y las condiciones de vida de los ciudadanos:

Grupo A: Personas en pobreza extrema.

Grupo B: Personas en pobreza moderada.

Grupo C: Personas en riesgo de caer en pobreza.

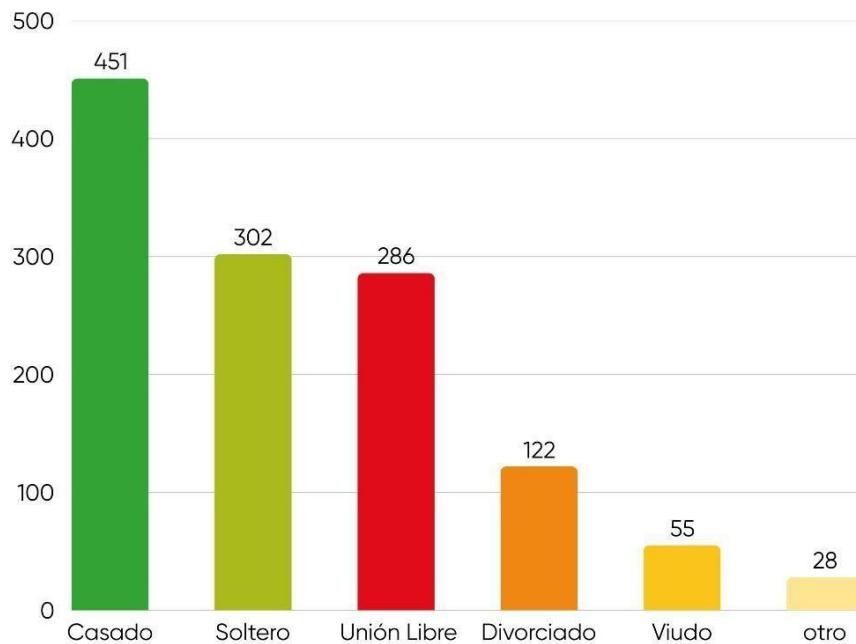
Grupo D: Personas sin pobreza ni riesgo de vulnerabilidad.

La gráfica de pastel muestra la distribución de los adjudicatarios de Bazurto según su afiliación en los grupos del SISBÉN. Se observan las siguientes proporciones:

- **Grupo A (23,7%):** Representa un porcentaje no muy alto de los adjudicatarios. Este grupo corresponde a la población en pobreza extrema, lo que indica que una parte significativa de los beneficiarios de Bazurto está en una situación de alta vulnerabilidad económica.
- **Grupo B (19,1%):** Agrupa a personas en situación de pobreza moderada. Su porcentaje también es considerable, lo que sugiere que una porción importante de los adjudicatarios tiene acceso a ciertos recursos, pero sigue en condición de vulnerabilidad.

- **Grupo C (2,8%)**: Representa un porcentaje menor y corresponde a la población en condición de vulnerabilidad, pero con menor riesgo de caer en pobreza extrema.
- **Grupo D (0,2%)**: Es el grupo con menor representación y pertenece a personas que no se consideran en situación de pobreza o vulnerabilidad.
- **No sabe/ no responde (54,3%)**

1.10.2.9 Análisis por Estado Civil



Grafica 9 Análisis por Estado Civil

El gráfico muestra la distribución del estado civil de los adjudicatarios del Mercado de Bazurto, reflejando la diversidad entre los encuestados. **La mayoría se encuentra en la categoría de casados, con 451 personas**, lo que indica que una gran parte de los comerciantes cuenta con un núcleo familiar establecido. Este grupo probablemente busca estabilidad económica al ser en su mayoría la cabeza del hogar.

Por otro lado, **302 comerciantes se identifican como solteros y 286 en unión libre**, lo que sugiere una significativa presencia de personas sin un compromiso matrimonial

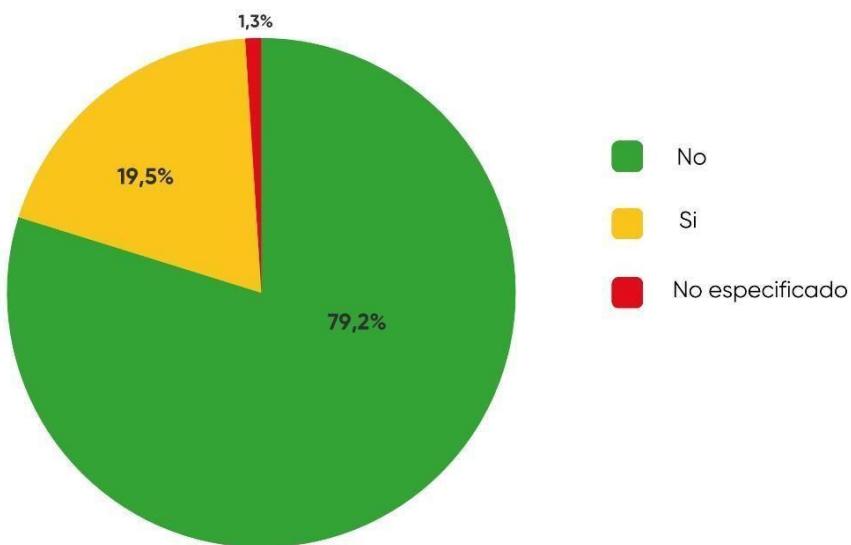
formal, aunque en muchos casos puedan tener parejas estables. Esto podría estar relacionado con decisiones personales respecto a la formalización de su estado civil.

Un grupo menor de **122 comerciantes se identifica como divorciados**, lo que podría reflejar edades avanzadas, cambios en sus dinámicas familiares y una posible reorientación de su economía personal hacia el comercio. Asimismo, **55 comerciantes son viudos**, lo que indica la presencia de trabajadores que han atravesado procesos de pérdida y que encuentran en el mercado una fuente de estabilidad financiera.

Finalmente, **28 comerciantes se agrupan en la categoría "Otro"**, lo que puede incluir situaciones no especificadas o respuestas no convencionales dentro de la clasificación estándar.

Estos datos permiten comprender mejor la composición social del mercado y podrían ser útiles para el desarrollo de estrategias de bienestar enfocadas en los diferentes grupos, ya sea con programas de apoyo a comerciantes con cargas familiares, incentivos para jóvenes emprendedores o iniciativas que fortalezcan la seguridad social de aquellos en situación de vulnerabilidad.

1.10.2.10 Análisis por Estado de Pensiones



Grafica 10 Análisis por Estado de Pensiones

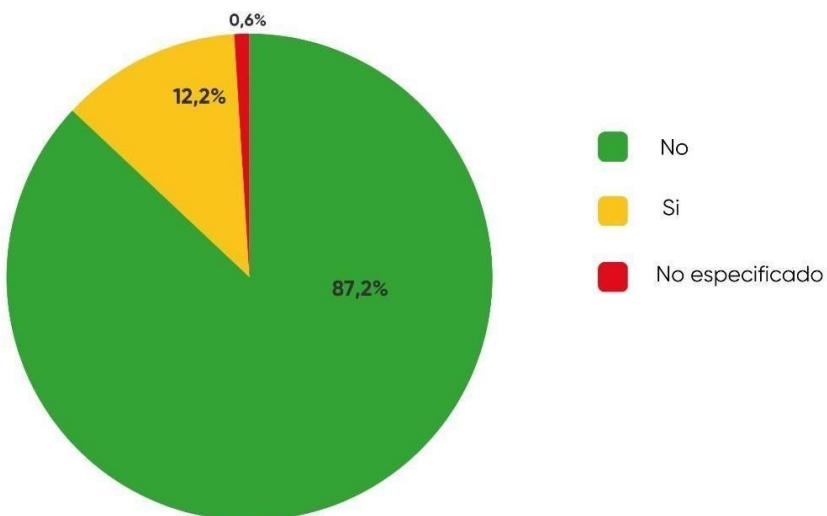
La gráfica muestra que el **79,2%** de los encuestados no está afiliado a un fondo de pensiones, mientras que solo el **19,5%** sí lo está. Además, existe un pequeño

porcentaje de **1,3%** que representa a aquellos que desconocen su estado de afiliación o no respondieron la pregunta. Esta tendencia refleja una marcada falta de cobertura en el sistema de seguridad social para los trabajadores del mercado de Bazuerto, lo que podría estar asociado a altos niveles de informalidad laboral en el sector.

La afiliación a un fondo de pensiones es un derecho fundamental dentro de un sistema de protección social, ya que permite garantizar ingresos para la vejez o en situaciones de invalidez. La baja proporción de comerciantes con cobertura sugiere que la mayoría de los trabajadores del mercado no están cotizando regularmente, lo que implica que en el futuro ante cualquier proceso están expuestos a enfrentar dificultades económicas al no contar con una pensión que les proporcione estabilidad financiera en la etapa de retiro. Esta situación es común en sectores donde predominan los empleos informales y el autoempleo, en los que las personas muchas veces priorizan ingresos inmediatos sin considerar los beneficios de largo plazo.

Este resultado evidencia la necesidad de fortalecer la protección social para los comerciantes del mercado, dado que la baja afiliación a fondos de pensiones sugiere una limitada previsión para la vejez. La alta proporción de trabajadores sin cobertura podría estar relacionada con la informalidad y la variabilidad en los ingresos, lo que dificulta la cotización regular al sistema. Además, este panorama resalta la importancia de analizar las condiciones laborales en el sector, ya que una falta de afiliación masiva puede generar futuras vulnerabilidades económicas para quienes dependen exclusivamente de su actividad comercial.

1.10.2.11 Análisis por ARL



Grafica 11 Análisis por estado de ARL

La gráfica muestra que la mayoría de los encuestados, el **87.2%**, no está afiliada a una Administradora de Riesgos Laborales (ARL), mientras que el **12.2%** sí cuenta con esta afiliación. Esto refleja que una gran parte de la población del mercado de Bazurto no está cubierta ante riesgos laborales, lo que implica una vulnerabilidad en términos de seguridad y protección en el trabajo.

Además, se observa un porcentaje de **0,6%** que representa a aquellos encuestados que no saben o no respondieron a la pregunta. Esto indica que, aunque mínima, existe una parte de la población que desconoce su situación respecto a este tipo de afiliación.

La baja tasa de afiliación a ARL es un indicador clave de informalidad dentro del mercado. Esto puede estar relacionado con la falta de contratos laborales formales o con el hecho de que muchos comerciantes trabajan de manera independiente sin estar registrados en el sistema de seguridad social. Desde una perspectiva de gestión, estos datos pueden servir como base para diseñar estrategias que fomenten la formalización de los comerciantes, dando paso a posibles intervenciones por parte del equipo social sobre la importancia de la afiliación a una ARL y promoviendo iniciativas que faciliten su acceso a esta cobertura.

1.10.3 Variables Intrínsecas.

Se refieren a las actividades, comportamientos y valores compartidos que están vinculados a los intereses, hábitos y estilos de vida de la ciudadanía y los grupos de valor. Estas características permiten diferenciar a los individuos dentro de una comunidad, proporcionando información clave para comprender sus necesidades y preferencias.

En los mercados públicos, estas variables se reflejan en el tipo de actividad comercial que desempeñan los adjudicatarios dentro de los locales. La distribución de giros de negocio como frutas y verduras, víveres, carnes, refresquerías y restaurantes evidencia la vocación mayoritaria del mercado hacia el abastecimiento de productos alimenticios, mientras que otras actividades, como la venta de calzado, ropa, desechables y plantas medicinales, complementan la oferta comercial y diversifican su dinámica. Analizar la presencia y concentración de estos sectores permite identificar patrones de especialización, evaluar el equilibrio entre oferta y demanda y establecer

estrategias para optimizar la distribución de los espacios, fortaleciendo así la competitividad y funcionalidad del mercado.

Variables Intrínsecas	
Nombre de la Variable	Definición
¿Cuál es su tipo de Actividad Comercial?	Esta variable permite clasificar y analizar los distintos tipos de actividad comercial dentro del mercado, proporcionando información clave sobre la distribución del comercio y su impacto en la dinámica económica.
¿En qué sector está ubicado?	Esta variable identifica en qué zona específica del mercado opera cada comerciante. Permite conocer la distribución espacial de la actividad comercial, facilitando la planeación de intervenciones según el nivel de ocupación y dinámica de cada sector.
¿El Local tiene medidor de luz propio?	Esta variable identifica si el local cuenta con medidor de energía individual, lo que permite establecer el nivel de autonomía en el consumo eléctrico y facilita el control del uso de servicios públicos por parte de las autoridades.
Horario de apertura y de cierre	Esta variable identifica el rango de horario en el que los comerciantes abren y cierran sus locales. Permite conocer los patrones de funcionamiento diario del mercado y es clave para planificar servicios, operativos de control, limpieza, seguridad y atención institucional.
Forma de pago	Esta variable identifica los métodos utilizados por los comerciantes para recibir pagos por sus productos o servicios, información relevante para el diseño de estrategias de inclusión financiera, digitalización del comercio y modernización del sistema de mercados.

Abastecimiento por semana	Esta variable identifica la frecuencia con la que los comerciantes reponen sus productos a lo largo de la semana. Permite entender el ritmo operativo del mercado, la rotación de inventario, y las necesidades logísticas de los comerciantes. Es clave para planificar temas como movilidad, carga y descarga, almacenamiento y control sanitario.
----------------------------------	--

.10.3.1 Análisis por Tipo de Actividad Comercial



Grafica 12 Análisis por Tipo de Actividad Comercial

El gráfico refleja la diversidad de actividades comerciales dentro del mercado, destacando que los locales dedicados a la venta de **frutas y verduras** representan la mayor proporción con **14,7%**, seguidos por **carnes y pescados** con **12,5%** y los **víveres y abarrotes** con **9,5%**. Otras categorías relevantes incluyen restaurantes en general (**7,9%**), refresquerías (**6,1%**) y puestos de tubérculos (**4,9%**), lo que indica que la mayoría de los comercios están enfocados en la venta de alimentos básicos, esenciales para el abastecimiento diario de los consumidores.

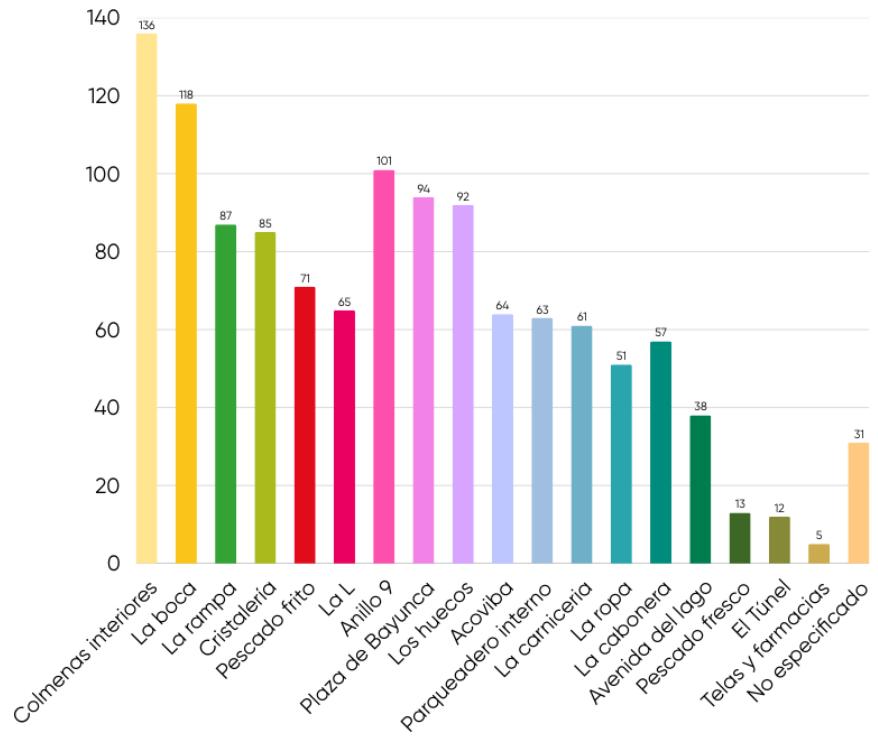
Además, el mercado cuenta con locales especializados en productos específicos como **calzado, ropa, bodegas, desechables, confitería, plantas medicinales, pollo, químicos**, entre otros, aunque en menor proporción. La presencia de estos sectores

evidencia que, si bien el mercado tiene una orientación predominante hacia los productos de consumo inmediato y la alimentación, también ofrece alternativas en otros sectores, permitiendo atender necesidades complementarias de la ciudadanía.

Desde una perspectiva de análisis, esta información permite entender la distribución de la oferta comercial en el mercado y su impacto en la dinámica económica local. La predominancia de la venta de productos frescos y de primera necesidad refuerza la importancia del mercado como un punto clave en la seguridad alimentaria de la población. Además, la presencia de comercios dedicados a otros sectores refleja una diversificación que contribuye a la sostenibilidad económica del mercado, generando un ecosistema de comercio variado que fomenta el flujo constante de compradores.

Por otro lado, la variedad de actividades comerciales también puede representar desafíos en términos de regulación y distribución de espacios, ya que cada tipo de negocio tiene requerimientos específicos de infraestructura y normatividad. En este sentido, un análisis más profundo de la ubicación y concentración de cada tipo de comercio podría permitir mejoras en la organización del mercado, optimizando su funcionamiento y asegurando un equilibrio entre la oferta y la demanda.

1.10.3.2 Análisis por Sector



La variable “Sector” identifica la ubicación específica dentro del Mercado de Bazurto en la que cada comerciante desarrolla su actividad económica. Esta información permite comprender cómo se distribuye la ocupación comercial dentro del espacio físico del mercado y aporta insumos clave para la planificación operativa, la asignación de recursos y el proceso de reubicación o traslado.

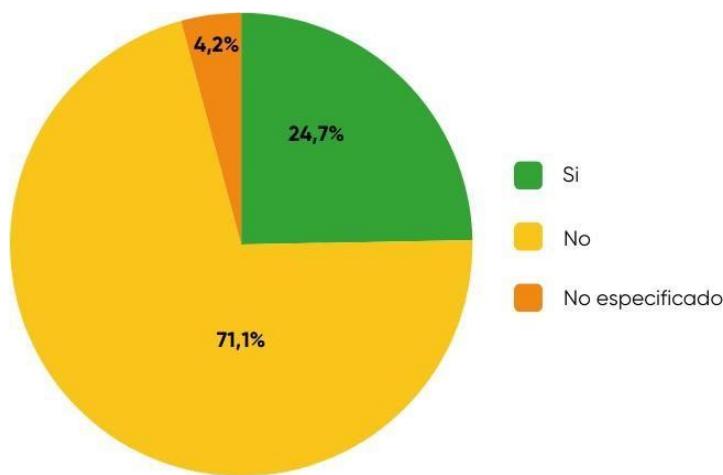
Según los datos recolectados, los sectores con mayor concentración de comerciantes son **Colmenas Interiores (136 personas)** y **El Boca (118)**, seguidos por **Anillo 9 (101)**, **Bayunquita (94)**, **La Rampa (87)**, y **La Cristalería (85)**. Estos sectores podrían tener una posición estratégica dentro del mercado, contar con mejor infraestructura o ser puntos de mayor circulación de clientes, lo que los convierte en zonas prioritarias para intervenciones técnicas y administrativas.

También tienen participación significativa sectores como **Pescado Frito (71)**, **La L (65)**, **Acoviva (64)**, **Parqueadero Interno (63)**, **La Carnicería (61)** y **La Carbonera (57)**. Estos espacios reflejan un nivel intermedio de ocupación que puede responder a actividades comerciales específicas o a condiciones operativas puntuales.

En contraste, sectores como **Avenida Del Lago (38 personas)**, **Telas y Farmacias (12)** y **El Túnel (5)** presentan baja ocupación. Finalmente, un grupo de 31 personas no especificó su sector, lo que evidencia oportunidades de mejora en el proceso de recolección y clasificación de la información.

La distribución por sectores evidencia la diversidad interna del mercado y refuerza la importancia de considerar el componente espacial en cualquier estrategia de ordenamiento, traslado o mejora del sistema de mercados públicos del distrito.

1.10.3.3 ¿El local tiene medidor de luz propio?



Según los datos recolectados, solo el **24,7%** de los comerciantes afirma que su local cuenta con medidor de luz propio, mientras que una amplia mayoría (**71,1%**) indicó no tenerlo, y un **4,2%** no especificó. Esta situación refleja una alta dependencia de sistemas colectivos de energía o conexiones informales compartidas, lo cual no solo limita la individualización del consumo, sino que también impide establecer una asignación equitativa de costos y un control efectivo del uso del servicio por parte de las autoridades competentes.

La ausencia de medidores individuales representa una vulnerabilidad operativa importante dentro del sistema de mercados públicos. En primer lugar, puede derivar en

conflictos entre comerciantes al no existir claridad sobre los consumos reales de cada local, especialmente cuando el cobro se realiza de manera general o solidaria. En segundo lugar, esta situación abre la puerta a la evasión de pagos, prácticas informales de conexión y uso no autorizado del servicio, generando pérdidas económicas para la administración del mercado y para las empresas prestadoras de servicio.

Además, la falta de medidores dificulta la implementación de políticas de eficiencia energética, ya que los usuarios no tienen conciencia directa del consumo ni incentivos para regularlo. También representa un obstáculo para la planeación de inversiones en infraestructura eléctrica, ya que no es posible realizar diagnósticos precisos sobre carga instalada, distribución de consumo ni necesidades reales de los espacios comerciales.

Esta variable, por tanto, es clave no solo para efectos administrativos y de recaudo, sino también para la mejora de las condiciones técnicas y de seguridad dentro del mercado. Su monitoreo y actualización permiten identificar brechas estructurales, orientar proyectos de modernización y establecer criterios más objetivos para procesos de reorganización interna, formalización y mejora del servicio público en estos espacios.

1.10.3.4 Horario de apertura y de cierre

Horario de ap...	Record Count
No responde	52
8:00 - 17:00	51
7:00 - 17:00	43
5:00 - 17:00	29
6:00 - 17:00	28
6:00 - 16:00	25
8:00-18:00	23
6:00 - 15:00	17
4:00-14:00	16
4:00 - 15:00	16
6:00-16:00	15
5:00 - 16:00	15
9:00-17:00	14
7:00 - 18:00	14
4:00 - 16:00	14
9:00 - 17:00	14

La información recolectada evidencia una marcada heterogeneidad en los horarios de funcionamiento dentro del Mercado de Bazuerto. Las respuestas se distribuyen entre más de 15 rangos horarios distintos, lo que indica la ausencia de una jornada común o estandarizada para el conjunto de comerciantes. El rango más frecuente reportado es de **8:00 a.m. a 5:00 p.m. (51 personas)**, seguido por **7:00 a.m. a 5:00 p.m. (43), 5:00 a.m. a 5:00 p.m. (29)**, y **6:00 a.m. a 5:00 p.m. (28)**. Esta tendencia muestra una fuerte actividad durante la jornada laboral tradicional, especialmente en sectores que operan de cara al público general.

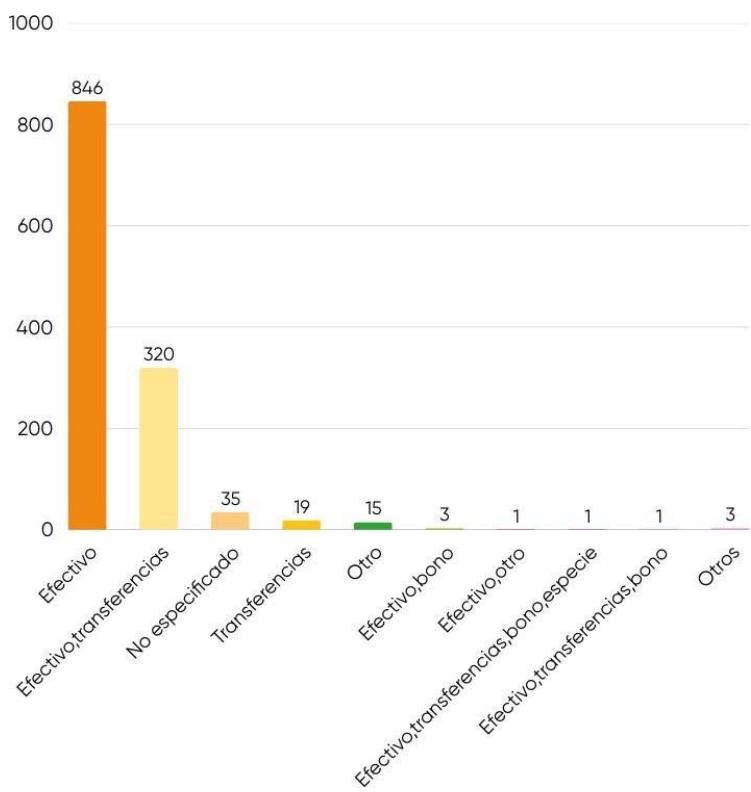
Asimismo, se observa un número relevante de comerciantes con aperturas desde las **4:00 a.m. o 5:00 a.m.**, lo que podría estar asociado a la comercialización de productos perecederos (como cárnicos, pescado o verduras), que requieren ser ofrecidos a primeras horas del día. Algunos comerciantes también extienden sus horarios hasta las **6:00 p.m.**, lo cual sugiere estrategias para captar clientes en horarios más amplios o mayor flexibilidad por tipo de producto o ubicación.

Es importante señalar que **52 personas no respondieron esta pregunta**, lo que representa un vacío en la información que debe ser subsanado en futuros ejercicios de caracterización para lograr una planificación más precisa. La dispersión horaria observada plantea desafíos en cuanto a la organización interna del mercado, la implementación de rutinas de limpieza, vigilancia, manejo de residuos, y la intervención coordinada de entidades distritales.

En este sentido, la sistematización de los horarios y la identificación de franjas comunes de operación podrían contribuir a una mayor eficiencia en la gestión operativa, a reducir conflictos por el uso del espacio común y a mejorar la convivencia comercial. Además, esta variable puede servir como insumo para diseñar los horarios de apertura y cierre de las puertas en el Mercado de Bazurto.

1.10.3.5

Forma de pago



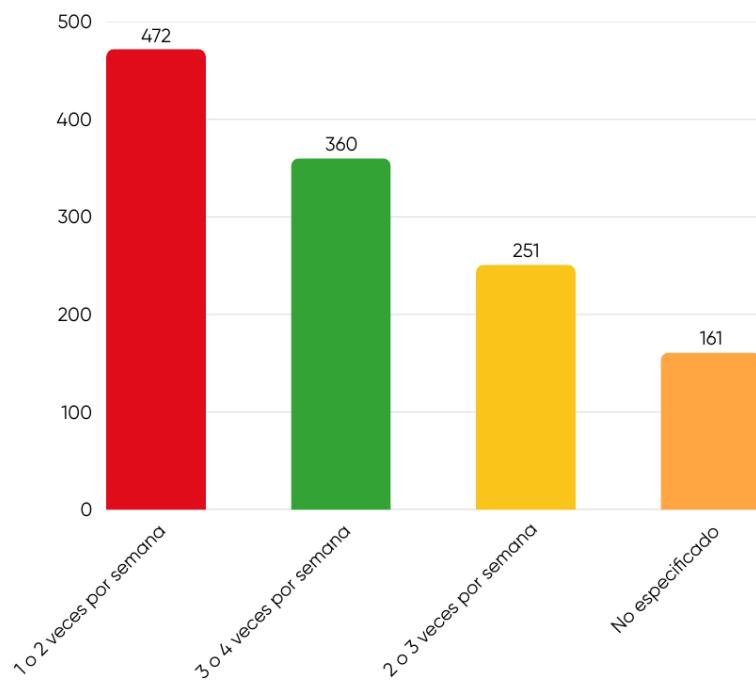
El análisis evidencia que la forma de pago predominante entre los comerciantes del Mercado de Bazuerto es el **efectivo**, reportado por **846 personas**. Esta cifra confirma la fuerte dependencia de transacciones físicas y una baja incorporación de tecnologías financieras en las dinámicas comerciales cotidianas. La prevalencia del efectivo puede responder a factores como la informalidad, la escasa bancarización de los usuarios, el bajo acceso a herramientas digitales o la preferencia cultural por medios de pago inmediatos y tangibles.

Sin embargo, un número significativo de comerciantes (**320 personas**) reportó combinar **efectivo y transferencias electrónicas**, lo que indica una apertura gradual hacia esquemas mixtos de cobro y un avance relevante en términos de adopción tecnológica. Este grupo representa una oportunidad concreta para implementar estrategias de fortalecimiento financiero digital, como el fomento del uso de billeteras móviles, plataformas de recaudo electrónico y educación financiera.

Por otra parte, **solo 19 comerciantes** afirmaron recibir pagos únicamente por **transferencias**, y un conjunto menor manifestó usar **otros métodos** (15 personas), o combinaciones aún más diversas como **efectivo con bono**, **efectivo más especie**, o sistemas de pago no convencionales. Además, **35 personas no especificaron su forma de pago**, lo que representa una brecha de información que debería abordarse en futuros ejercicios de caracterización.

Este panorama mixto sugiere que, si bien el mercado sigue siendo fuertemente dependiente del efectivo, existen avances incipientes en la incorporación de métodos digitales. Esta variable ofrece una base útil para impulsar acciones orientadas a mejorar la trazabilidad de las ventas, reducir riesgos asociados al manejo de dinero en efectivo y fortalecer la conexión de los comerciantes con el sistema financiero formal.

1.10.3.6 Abastecimiento por semana



La frecuencia de abastecimiento semanal en el Mercado de Bazurto muestra un patrón diverso que refleja tanto las diferencias en los tipos de productos comercializados como las dinámicas operativas individuales. El grupo más representativo corresponde a quienes se abastecen **1 o 2 veces por semana (472 personas)**, lo cual sugiere una

logística basada en reposición parcial, probablemente asociada a productos no perecederos, volumen reducido de ventas o limitaciones de espacio para almacenamiento.

Por otro lado, **360 comerciantes** indicaron abastecerse **3 o 4 veces por semana**, una frecuencia que revela mayor dinamismo en la rotación de inventario y posiblemente una operación más intensiva en productos perecederos como alimentos frescos, pescados, flores o víveres en general. Estos comerciantes podrían requerir condiciones especiales de almacenamiento, refrigeración o acceso prioritario para la carga.

Un tercer grupo, compuesto por **251 personas**, se abastece **2 o 3 veces por semana**, lo que representa una frecuencia intermedia que también sugiere rotación constante, aunque más equilibrada, posiblemente asociada a mixtura de productos o gestión más programada de la cadena de suministro.

Finalmente, **161 personas no especificaron su frecuencia de abastecimiento**, lo que representa una limitación para el análisis completo y sugiere la necesidad de mejorar los mecanismos de recolección de información para fortalecer el diagnóstico logístico del sistema de mercados.

Este comportamiento evidencia la importancia de contar con una infraestructura logística eficiente, rutas de acceso bien organizadas, y políticas claras de carga y descarga. Además, aporta insumos clave para planificar acciones diferenciadas por tipo de comerciante, evaluar la presión sobre zonas comunes y ajustar esquemas de vigilancia o control sanitario según el volumen y frecuencia de movimiento de mercancía.

1.10.4 Variables Comportamentales.

Se refieren a las acciones efectivamente realizadas por los comerciantes dentro de los locales comerciales en los mercados públicos del distrito, más allá de sus declaraciones sobre cómo utilizan estos espacios. Este enfoque permite comprender las dinámicas reales de ocupación, la interacción de los adjudicatarios con el entorno comercial y las prácticas asociadas a la gestión del local.

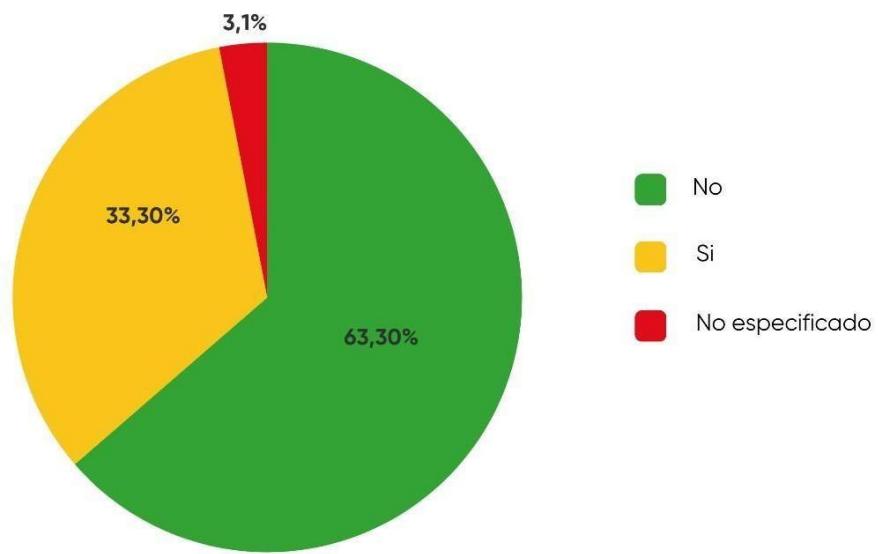
Al observar estos comportamientos, se pueden identificar distintos factores que influyen en el nivel de formalización de los adjudicatarios y en la organización de los locales comerciales dentro del mercado. Aspectos como la posesión del RUT y la inscripción en la Cámara de Comercio reflejan el grado de legalidad y acceso a beneficios empresariales, mientras que la tenencia de permisos sanitarios es clave para garantizar condiciones adecuadas en la comercialización de alimentos y otros productos. La presencia de listas de precios en los locales permite evaluar la transparencia en la fijación de costos y su impacto en la confianza del consumidor. Este análisis es relevante para la planificación y optimización de los mercados públicos, ya que proporciona información sobre la forma en que se gestionan los locales y la manera en que se pueden mejorar las condiciones de su uso. En última instancia, permite fortalecer estrategias de regularización y administración eficiente del bien fiscal del distrito, garantizando su adecuado aprovechamiento.

Variables Comportamentales	
Nombre de la Variable	Definición

<p>¿Cuenta con Certificado de Cámara de Comercio?</p>	<p>Esta variable sirve para medir el nivel de formalización empresarial dentro de un mercado o sector comercial. Se refiere a si un comerciante o establecimiento está registrado en la Cámara de Comercio, lo que implica que cumple con ciertos requisitos legales y administrativos para operar formalmente.</p>
<p>¿Cuenta con RUT?</p>	<p>Esta variable sirve para identificar si un local comercial está formalmente registrado, diferenciándolo de los negocios informales. Esto ayuda a analizar la legalidad del comercio.</p>
<p>¿Cuenta con Permisos Sanitarios?</p>	<p>Esta variable permite medir la formalización sanitaria. Al registrar si los comerciantes cuentan o no con permisos sanitarios, se obtiene información clave sobre el nivel de cumplimiento de normativas en el sector y su impacto en la calidad y seguridad de los productos comercializados.</p>
<p>¿Cuenta con Lista de Precios del Local?</p>	<p>Esta variable mide un aspecto específico del comportamiento comercial dentro del mercado, sirve para medir la práctica de exhibir los precios de los productos o servicios en los establecimientos.</p>

¿Practica Algún Tipo de Reciclaje?	Esta variable mide un aspecto específico del comportamiento de los comerciantes en relación con la gestión de residuos y la adopción de prácticas sostenibles dentro del mercado, permite analizar la disposición de los comerciantes a realizar acciones de reciclaje y la manera en que manejan los materiales reutilizables.
¿Estaría dispuesto a recibir capacitaciones en busca del bienestar de la plaza?	Esta variable mide la disposición de los comerciantes a recibir capacitaciones, buscando saber el grado de aceptación de estas acciones de mejora.

1.10.4.1 Análisis Por Cámara de Comercio



Grafica 13 Análisis por cámara de comercio

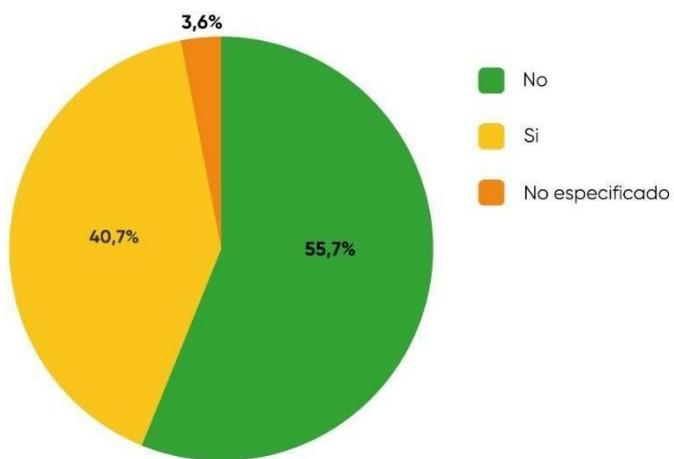
El gráfico muestra que el **63,3%** de los encuestados no está registrado en la Cámara de Comercio, mientras que el **33,3%** sí cuenta con esta formalización. La presencia de

un porcentaje del **3,1%** de datos desconocidos sugiere que algunos comerciantes no respondieron a esta pregunta o desconocen su situación respecto al registro mercantil. Este resultado es clave para comprender el nivel de formalización dentro del mercado. La Cámara de Comercio es un requisito esencial para operar legalmente, ya que permite acceder a beneficios como créditos, participación en programas de fortalecimiento empresarial y una mayor estabilidad jurídica en la actividad comercial. Sin embargo, el alto porcentaje de comerciantes sin registro indica que una parte significativa del mercado opera en condiciones de informalidad, lo que puede dificultar su acceso a financiamiento y otros mecanismos de crecimiento.

El nivel de formalización puede estar relacionado con varios factores, como la percepción de costos asociados al registro, el desconocimiento de sus beneficios o la falta de incentivos para regularizar la actividad comercial. Además, es posible que algunos comerciantes prefieran mantenerse en la informalidad debido a la flexibilidad que esta les ofrece, evitando cargas fiscales o regulaciones adicionales.

Estos datos pueden ser un punto de referencia para analizar estrategias que promuevan la inscripción en la Cámara de Comercio y que faciliten la transición de los comerciantes hacia una estructura más formal, asegurando una mayor estabilidad económica y jurídica en el mercado.

1.10.4.2 Análisis por RUT



Grafica 14 Análisis por RUT

El gráfico muestra que el **55,7%** de los comerciantes encuestados no cuenta con el Registro Único Tributario (RUT), mientras que un **40,7%** sí lo posee. Además, hay un

pequeño porcentaje de personas que no respondieron o desconocen su estado en esta categoría.

La ausencia del RUT en más de la mitad de los comerciantes indica un nivel significativo de informalidad dentro del mercado. Este dato es crucial porque refleja la dificultad o resistencia de ciertos sectores para formalizar su actividad económica, lo que puede limitar su acceso a beneficios como créditos, programas de apoyo gubernamental y participación en cadenas de suministro más estructuradas.

A partir de estos datos, se pueden identificar varios puntos clave:

- **Barreras para la formalización:** La falta de conocimiento sobre el proceso de inscripción, la percepción de costos adicionales y el temor a una mayor carga tributaria pueden influir en la decisión de no registrarse.
- **Impacto en la competitividad:** Sin RUT, los comerciantes pueden ver restringidas sus oportunidades de crecimiento, ya que muchas empresas formales exigen este registro para establecer relaciones comerciales.
- **Necesidad de estrategias de acompañamiento:** La información sugiere que es clave fortalecer procesos de divulgación y capacitación sobre los beneficios del RUT, así como facilitar trámites para mejorar la formalización dentro del mercado.

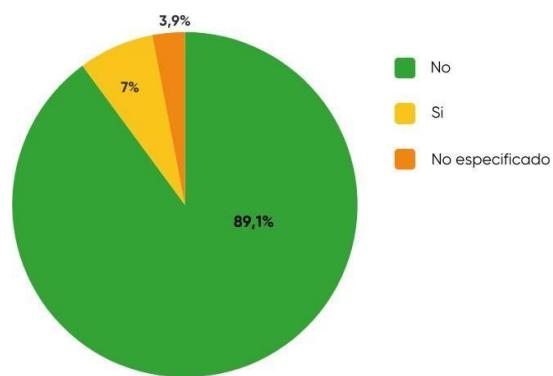
El alto porcentaje de comerciantes sin RUT resalta la importancia de seguir evaluando las condiciones que afectan la regularización del sector y su integración en la economía formal.

1.10.4.3 Análisis por Permisos Sanitarios

El gráfico evidencia que el **89,1%** de los comerciantes en el mercado no cuenta con permisos sanitarios, lo que indica una marcada ausencia de formalización en términos de sanidad dentro de los establecimientos. Por otro lado, solo un pequeño porcentaje del **7%** ha cumplido con esta regulación, mientras que una mínima fracción de datos correspondiente al **3,9%** es sobre información desconocida. Esta situación plantea riesgos significativos en la seguridad e inocuidad de los productos comercializados, especialmente en aquellos vinculados a la venta de alimentos y bebidas, sectores en los que la higiene y el cumplimiento de normas sanitarias son fundamentales.

La falta de permisos sanitarios sugiere diversos factores que podrían estar incidiendo en este fenómeno. El desconocimiento de los requisitos legales, la complejidad de los trámites administrativos, la falta de acompañamiento técnico o los costos asociados a la obtención de estos permisos pueden ser obstáculos que limitan la formalización de los comerciantes. Adicionalmente, este panorama puede reflejar una baja presencia de fiscalización o estrategias insuficientes de concientización por parte de las entidades de control, lo que contribuye a la persistencia de esta situación en el mercado.

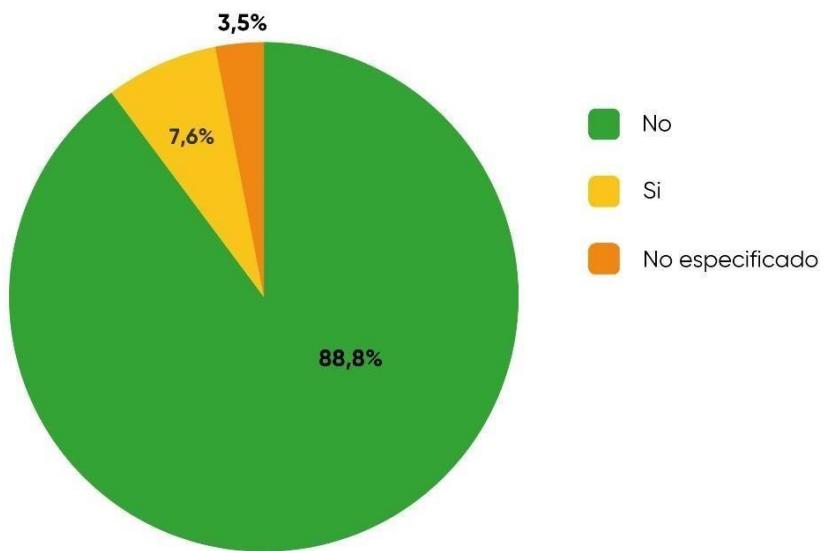
Desde una perspectiva de gestión y ordenamiento del mercado, es crucial fortalecer los mecanismos de acceso a la certificación sanitaria, optimizar los procesos de inspección y promover estrategias de regularización que faciliten el cumplimiento de la normativa. La implementación de campañas de sensibilización y asesoría técnica, junto con la simplificación de trámites y la generación de incentivos para la obtención de permisos, podría mejorar significativamente el cumplimiento de estas regulaciones. Esto no solo beneficiaría a los comerciantes al aumentar su nivel de formalización, sino que también generaría un impacto positivo en la confianza del consumidor y en la seguridad sanitaria del mercado en su conjunto.



Grafica 15 Análisis por Permisos Sanitario

El alto porcentaje de comerciantes sin permisos sanitarios refleja una importante brecha en la formalización y el cumplimiento de normativas de salubridad en el mercado. Esta situación puede estar influenciada por factores como la falta de información, trámites administrativos complejos o ausencia de fiscalización efectiva. Abordar este desafío mediante estrategias de sensibilización, simplificación de procesos y acompañamiento técnico podría contribuir a mejorar la seguridad sanitaria y fortalecer la confianza tanto de los comerciantes como de los consumidores.

1.10.4.4 Análisis por Lista de Precios del Local



Grafica 16 Análisis por Lista de Precios

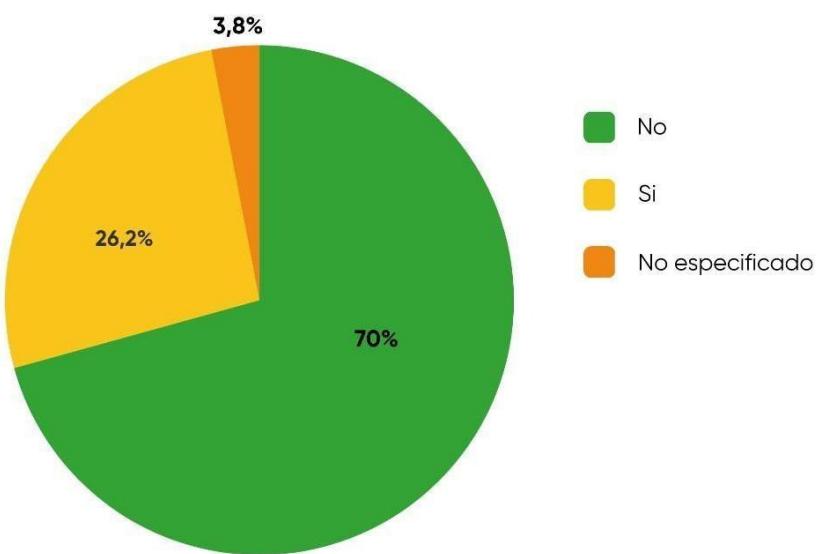
El gráfico refleja que un **88,8%** de los comerciantes del mercado no cuenta con una lista de precios visible en su local, lo que sugiere una falta de estandarización en la presentación de la información comercial. Solo un pequeño porcentaje de **7,6%** establecimientos ha adoptado esta práctica, mientras que el **3,5%** de comerciantes no ha definido su situación. La ausencia de listas de precios podría generar incertidumbre en los consumidores, quienes dependen de la transparencia en la fijación de costos para tomar decisiones informadas sobre sus compras.

La visibilidad de los precios es un factor clave en la confianza del cliente, ya que permite evitar discrepancias en los valores cobrados y refuerza la percepción de un mercado más organizado y regulado. La inexistencia de esta herramienta en la mayoría de los locales puede estar vinculada a la informalidad en la administración

de los negocios, la falta de conocimiento sobre su importancia o la inexistencia de normativas que la exijan de manera obligatoria.

Desde un enfoque de gestión comercial, la implementación de estrategias que fomenten la publicación de precios podría traer beneficios tanto para los comerciantes como para los consumidores. Contar con un sistema de etiquetado o tableros de precios facilitaría la competitividad, generando un entorno más justo y estructurado dentro del mercado. Además, podría contribuir a la regulación de precios y reducir posibles conflictos con los clientes, promoviendo un ambiente de mayor confianza y transparencia en la comercialización de productos y servicios.

1.10.4.5 Análisis Por Tipo de Reciclaje



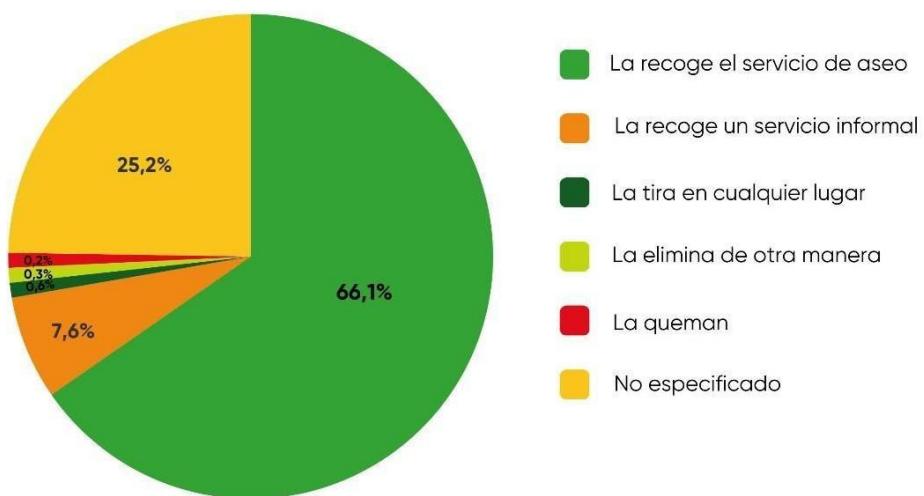
Grafica 17 Análisis por Reciclaje

El gráfico evidencia que el **70%** de los comerciantes en el mercado no realizan actividades de reciclaje, lo que refleja una baja adopción de prácticas sostenibles en la gestión de residuos. Solo el **26,2%** de los encuestados indica que sí recicla, mientras que un **3,8%** no especificó su respuesta. Esta falta de compromiso con el reciclaje puede estar relacionada con diversos factores, como el desconocimiento sobre la importancia de una adecuada gestión de residuos, la ausencia de infraestructura adecuada para la separación y recolección de materiales, o la falta de incentivos económicos que motiven a los comerciantes a adoptar estas prácticas.

La escasa participación en el reciclaje no solo genera un impacto ambiental negativo, sino que también puede afectar la percepción del mercado por parte de clientes y autoridades sanitarias. La acumulación inadecuada de residuos puede contribuir a la contaminación y al deterioro de los espacios comerciales, reduciendo su atractivo y sostenibilidad a largo plazo.

Para mejorar esta situación, es clave implementar estrategias que fomenten la adopción de hábitos de reciclaje entre los comerciantes, tales como campañas de sensibilización sobre los beneficios de una correcta disposición de residuos, la creación de puntos de recolección accesibles dentro del mercado y la generación de alianzas con empresas o gestores ambientales que faciliten la reutilización de materiales reciclables. Además, promover incentivos económicos o reducciones en costos operativos podría motivar a más comerciantes a participar en estas iniciativas.

El fomento del reciclaje dentro del mercado no solo ayudaría a reducir su impacto ambiental, sino que también podría generar beneficios económicos para los comerciantes, al disminuir costos de disposición de basura y permitir la comercialización de materiales reciclables. A medida que la conciencia ambiental se integre en la actividad comercial, se fortalecerá la sostenibilidad del mercado y se mejorará su imagen ante la comunidad y las autoridades.

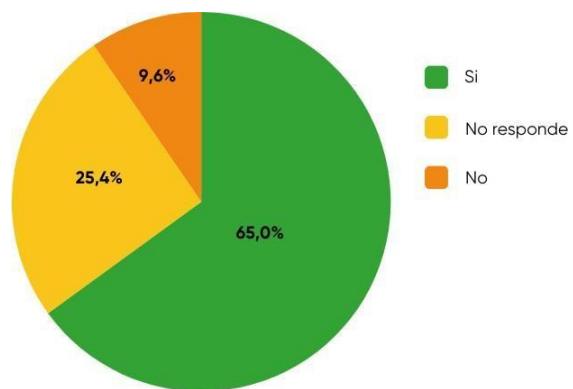


Grafica 18 Análisis por Disposición de Basuras

El gráfico refleja cómo los comerciantes del mercado disponen de sus residuos, evidenciando que la mayoría, con un **66,1%**, utiliza el servicio de aseo formal para la recolección de basura. Sin embargo, un **25,2%** de los encuestados recurre a un servicio informal, lo que podría implicar problemas en la adecuada gestión de desechos y su disposición final. Un porcentaje menor, **7,6%**, opta por métodos no regulados, como desechar los residuos en cualquier lugar, eliminarlos de otra manera o incluso quemarlos.

Estos datos resaltan la necesidad de fortalecer estrategias de recolección formal, promoviendo prácticas de disposición responsable y garantizando la cobertura eficiente del servicio de aseo. Además, evidencian la importancia de mejorar la infraestructura de gestión de residuos dentro del mercado, minimizando el impacto ambiental y los riesgos para la salud pública.

1.10.4.6 ¿Está Dispuesto a Recibir Capacitaciones con Temas Relacionados a la Plaza de Mercado Bazarto?



La gráfica muestra la disposición de los adjudicatarios del Mercado de Bazarto a participar en procesos de formación relacionados con la plaza de mercado. El 65% manifestó estar dispuesto, el 25,4% no respondió, y solo el 9,6% indicó no tener interés en participar.

Este resultado destaca una alta receptividad por parte de los comerciantes hacia procesos de capacitación, lo que representa una oportunidad valiosa para fortalecer

capacidades sociales, administrativas, ambientales y legales dentro del sistema de mercados públicos. La existencia de una proporción significativa que no respondió (uno de cada cuatro) también sugiere posibles limitaciones en comunicación, falta de información previa o apatía hacia el trabajo que realiza el distrito de Cartagena, lo que deberá ser abordado para lograr una mayor cobertura.

Desde la perspectiva de gestión institucional, este interés debe ser aprovechado mediante la creación de una oferta formativa continua, pertinente y adaptada al contexto local. Es clave trabajar con metodologías accesibles, horarios flexibles y enfoques prácticos. La participación activa en procesos de capacitación no solo mejora el desempeño comercial de los adjudicatarios, sino que también fortalece la gobernanza del mercado y fomenta una cultura de corresponsabilidad frente a su funcionamiento.

1.10.5 Variables Relacionales.

Las variables relacionales se refieren al tipo de vínculo que una persona mantiene con un recurso o servicio público. A diferencia de las variables personales o sociodemográficas, que describen atributos individuales, las relacionales permiten entender cómo se establece y gestiona la relación entre el individuo y el entorno institucional, jurídico o administrativo que lo rodea. Estas variables aportan información clave sobre el nivel de formalidad, acceso, permanencia o cumplimiento de obligaciones dentro de un sistema determinado.

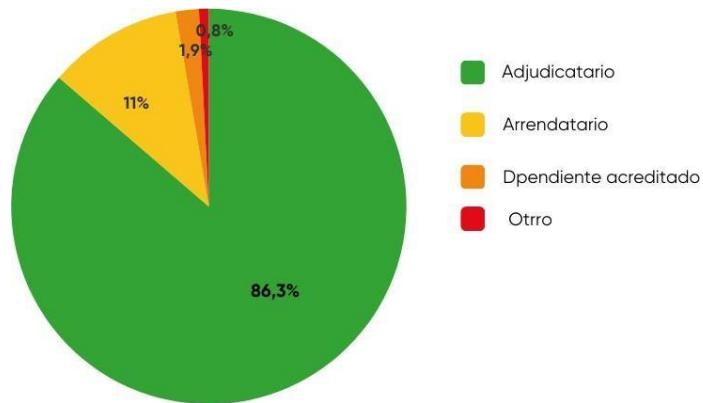
Aplicadas al contexto de los mercados públicos, las variables relacionales permiten analizar de qué manera los comerciantes ocupan los locales, si cuentan o no con contratos de adjudicación, si han formalizado su vínculo mediante documentación válida, o si cumplen con pagos periódicos por el uso del espacio. También hacen visible la trazabilidad de esas relaciones, es decir, si existen soportes que respalden legalmente su permanencia o acrediten su vínculo económico con la administración del bien fiscal.

Este tipo de variables resulta fundamental para evaluar el grado de control institucional sobre los espacios comerciales y detectar posibles situaciones de informalidad, subutilización o uso indebido del espacio público. Además, su análisis contribuye a planificar procesos de regularización, fortalecer la gestión contractual y financiera, y diseñar estrategias de modernización que promuevan la legalidad y la sostenibilidad del sistema de mercados.

Nombre de la Variable	Relacional
¿En qué condición hace uso del local?	<p>Esta variable mide la condición de uso del local, entendida como el tipo de relación jurídica o de hecho que una persona mantiene con el espacio que ocupa dentro del mercado. Esta condición puede reflejar vínculos formales (como contratos de adjudicación) o informales (como la ocupación sin título), y es clave para identificar el grado de legalidad y control sobre el uso del bien público.</p>
¿Posee contrato de adjudicación? ¿Presenta soporte?	<p>Esta variable mide la existencia de un vínculo legal entre el comerciante y el local que ocupa, a través de un contrato formal de adjudicación o uso. Refleja el nivel de formalidad en la ocupación del bien público y permite identificar el grado de control y legalidad en la administración del espacio.</p>
¿Cuenta con recibos de pago de servicios públicos?	<p>Esta variable mide la existencia de un soporte formal que respalde el acceso a servicios públicos en el local comercial, como energía, agua o aseo. Permite identificar el grado de formalidad en la relación del comerciante con los servicios básicos y es clave para evaluar la trazabilidad, control y legalidad en el uso de estos recursos dentro del mercado.</p>

<p>¿Cuenta con recibos de pago de la cuota de administración?</p>	<p>Esta variable mide la existencia de un soporte formal que acredite el cumplimiento del pago mensual que realiza el comerciante por el uso del local adjudicado. Permite identificar el nivel de cumplimiento de las obligaciones económicas frente al bien público y es clave para evaluar la trazabilidad, control financiero y formalidad en la gestión administrativa del sistema de mercados.</p>
<p>¿Con que otro documento oficial cuenta usted?</p>	<p>Esta variable mide si el comerciante cuenta con algún otro documento oficial, diferente al contrato de adjudicación, que respalde su ocupación del local. Permite identificar el nivel de soporte documental adicional en el proceso de regularización y es clave para fortalecer la trazabilidad, legalidad y verificación de la ocupación en el sistema de mercados públicos.</p>
<p>¿Cuenta con recibo de pago del último pago por derecho de uso?</p>	<p>Esta variable mide si el comerciante cuenta con el comprobante correspondiente al último pago realizado por el derecho de uso del local. Permite evaluar el nivel de cumplimiento económico frente al bien fiscal y es clave para garantizar trazabilidad, legalidad y control en la gestión financiera del mercado.</p>
<p>¿Esta dispuesto a trasladar su actividad a una central de abastos?</p>	<p>Esta variable mide la disposición del comerciante a modificar su vínculo territorial con el mercado actual, específicamente en relación con un eventual traslado hacia la Central de Abastos. Permite conocer el nivel de aceptación frente a procesos de reubicación institucional, y es clave para la planeación de proyectos de reorganización física del Sistema Integral de Mercados Públicos</p>
<p>¿Hacia cual localidad estaría interesado en trasladar su actividad comercial?</p>	<p>Esta variable identifica la disposición del comerciante a reubicar su actividad comercial en una de las tres localidades administrativas del Distrito de Cartagena. Permite conocer las preferencias territoriales frente a eventuales procesos de traslado y es clave para la planificación de intervenciones urbanas, diseño de nuevos mercados o estrategias de reorganización del sistema comercial distrital.</p>

1.10.5.1 ¿En qué condición hace uso del local?



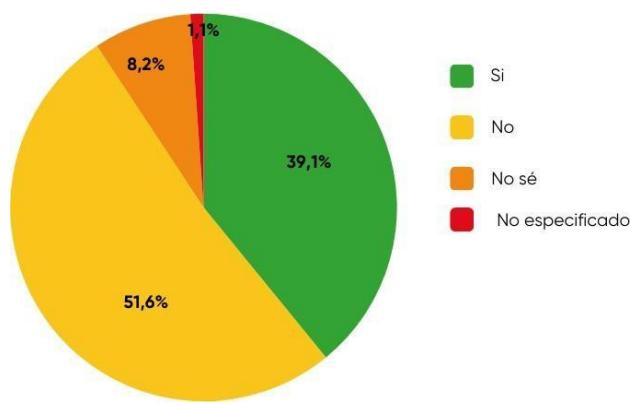
La gráfica muestra la condición bajo la cual los comerciantes hacen uso de los locales dentro del Mercado de Bazurto. El 86,3% se identificó como adjudicatario, el 11% como arrendatario, el 1,9% como dependiente acreditado y el 0,8% en la categoría “otro”.

Esta variable relacional permite comprender el tipo de vínculo que los usuarios mantienen con el bien fiscal. La alta proporción de adjudicatarios sugiere una estructura relativamente formalizada en la asignación de espacios. Sin embargo, la presencia de arrendatarios y otras formas de uso indica que también existe un nivel de

ocupación indirecta o terciarización, lo cual puede dificultar la gestión administrativa, el recaudo y la actualización contractual del sistema de mercados.

Desde la perspectiva institucional, es fundamental avanzar en procesos de depuración y verificación de la tenencia real de los locales, promoviendo la actualización de contratos, el control de subarriendos informales y la regularización de ocupantes indirectos. Esta información es clave para garantizar la transparencia en la administración de los bienes públicos y fortalecer los mecanismos de control y recaudo en el mercado.

1.10.5.2 ¿Posee Contrato de Adjudicación o Contrato de Uso?



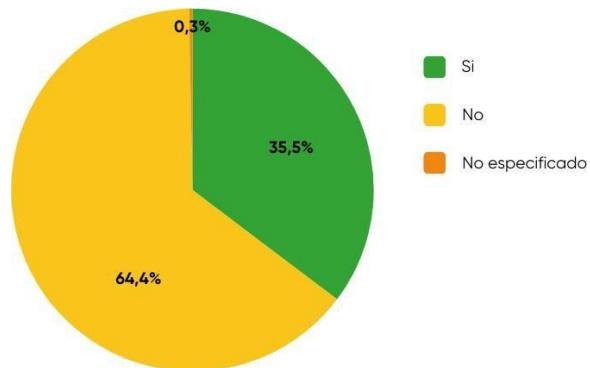
La gráfica muestra cómo se distribuyen los comerciantes del Mercado de Bazurto en relación con la existencia de un contrato de adjudicación o contrato de uso del local. Un 39,1% respondió que sí posee dicho contrato, mientras que la mayoría, un 51,6%, manifestó no tenerlo. Además, un 8,2% indicó no saber si cuenta con el contrato y un 1,1% no especificó su situación.

Este resultado refleja una situación crítica en materia de formalización y control administrativo del espacio público dentro del sistema de mercados. Más de la mitad de los ocupantes no tienen una relación contractual vigente con la administración distrital, lo que genera vacíos normativos, dificulta la gestión institucional y reduce la trazabilidad sobre el uso legítimo de los locales. La presencia de comerciantes que no saben si poseen contrato sugiere además deficiencias en los procesos de socialización de derechos y deberes, así como en la educación jurídica mínima sobre su condición como usuarios del bien fiscal.

Este tipo de informalidad tiene implicaciones directas en aspectos como el recaudo por uso, la aplicación de correctivos legales, la transparencia en la asignación de espacios y la capacidad de planificación territorial por parte del distrito. Además, abre la puerta a subarriendos, cesiones no autorizadas o usos indebidos del espacio, que afectan tanto la dinámica interna del mercado como la equidad entre comerciantes.

Desde el enfoque distrital, encontramos aquí una oportunidad al poder fortalecer los procesos de identificación contractual a través de jornadas de regularización, depuración de base de datos y actualización documental. Asimismo, es clave implementar estrategias de sensibilización jurídica dirigidas a comerciantes, que les permitan comprender la importancia del contrato como instrumento para ejercer sus derechos, cumplir obligaciones y fortalecer la organización del sistema de mercados públicos. Un sistema transparente y contractual es fundamental para avanzar en la formalización, la seguridad jurídica y el ordenamiento del uso del espacio público comercial en la ciudad.

1.10.5.3 ¿Presenta soporte de contrato de adjudicación?



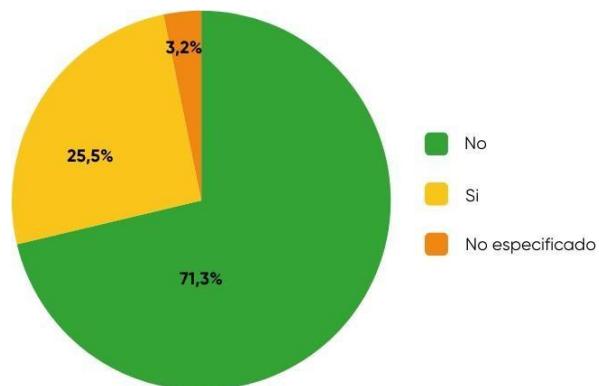
La gráfica refleja la proporción de comerciantes que afirmaron poseer un contrato de adjudicación o uso del local y, adicionalmente, presentaron el soporte físico o digital del mismo. El 35,5% entregó el documento correspondiente, mientras que el 64,4% no lo presentó, y un 0,3% no especificó su respuesta.

Este resultado evidencia que, aunque algunos comerciantes reconocen tener contrato, una parte significativa no cuenta con el documento como respaldo tangible. Esto

puede deberse a extravío, falta de actualización, contratos verbales o cesiones informales no registradas ante la administración. La falta de soporte documental limita la capacidad de verificación de la legalidad de la ocupación y obstaculiza los procesos administrativos, de fiscalización y de control interno del mercado.

Desde el punto de vista institucional, este indicador es clave para orientar procesos de fortalecimiento documental dentro del Sistema Integral de Mercados Públicos. La presentación del contrato no solo valida la legalidad del uso, sino que permite consolidar una base de datos fiable y trazable para la toma de decisiones. Se recomienda establecer estrategias de recuperación y actualización de archivos contractuales, apertura de jornadas de verificación documental, y campañas de concienciación sobre la importancia del soporte contractual como garantía de permanencia, protección jurídica y acceso a beneficios institucionales.

1.10.5.4 ¿Cuenta con soporte de pago de servicios públicos?



La gráfica muestra que el 71,3% de los comerciantes del Mercado de Bazuerto no cuenta con recibos de pago de servicios públicos asociados al local que ocupan, mientras que solo el 25,5% indicó que sí los tiene. Un 3,2% no especificó su respuesta.

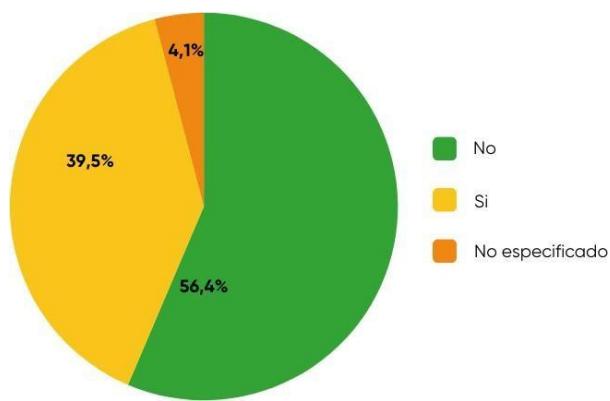
Este resultado refleja un escenario de alta informalidad en la gestión de servicios públicos. La ausencia de recibos formales puede estar relacionada con ocupaciones sin contrato, conexiones compartidas entre varios locales, usos no autorizados o ausencia de facturación individual por parte de los prestadores de servicios públicos. Esta situación no solo dificulta la trazabilidad del consumo y el cumplimiento de pagos,

sino que también impide a la administración ejercer control efectivo sobre el uso del espacio y los recursos.

Además, la falta de recibos limita las posibilidades de los comerciantes para demostrar su permanencia o legalidad en el espacio, acceder a subsidios, créditos, o participar en programas institucionales que exigen soportes formales. También se vuelve un obstáculo para implementar estrategias de sostenibilidad ambiental, ya que no hay una base confiable para medir o regular el consumo responsable de servicios.

Desde la gestión distrital, este indicador exige una articulación aun mayor con las empresas prestadoras de servicios para revisar las condiciones técnicas del mercado, proponer esquemas de facturación individualizada, e incluir cláusulas contractuales que exijan la formalización del acceso a estos servicios como parte de las condiciones de uso del bien fiscal. Regularizar el uso de servicios públicos no solo mejora la eficiencia operativa del mercado, sino que también promueve equidad, legalidad y sostenibilidad.

1.10.5.5 ¿Cuenta con recibos de pago de la cuota de administración?



La gráfica revela que el 56,4% de los comerciantes del Mercado de Bazuerto no cuenta con recibos de pago de la cuota de administración, mientras que un 39,5% sí los presenta. Un 4,1% no especificó su situación.

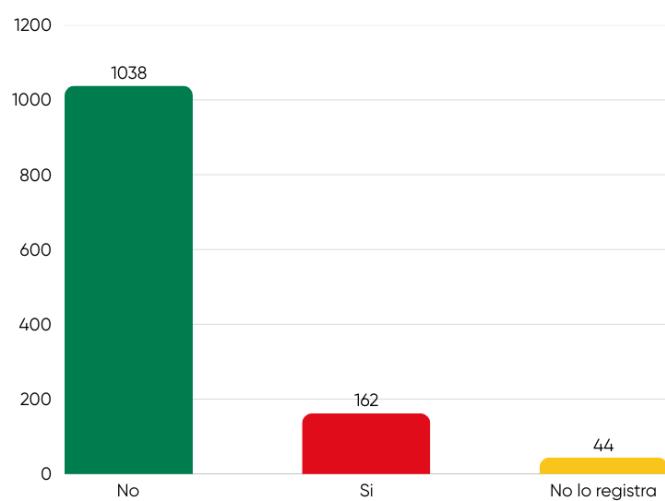
Este resultado refleja una debilidad significativa en los mecanismos de control financiero y de seguimiento al cumplimiento de obligaciones contractuales dentro del sistema de mercados públicos. La mayoría de los ocupantes de locales no dispone de soporte claro que acredite el pago de esta cuota, lo cual puede deberse a la inexistencia del pago, a la informalidad de los procesos administrativos, a la pérdida de

documentos o a la falta de claridad sobre las responsabilidades del adjudicatario. Las posibilidades son muchas en este caso.

La carencia de recibos afecta directamente la transparencia en la administración de recursos y limita la capacidad de la entidad gestora para hacer seguimiento efectivo a la cartera, planificar ingresos y tomar decisiones basadas en datos verificables. Además, impide que los comerciantes puedan demostrar cumplimiento de obligaciones, lo que los puede excluir de beneficios institucionales o afectar su permanencia legal en el espacio público.

Desde una perspectiva institucional, este indicador debe dar lugar a estrategias de mejora en los procesos de facturación, emisión de comprobantes y digitalización de la gestión financiera. Se recomienda avanzar hacia un sistema que permita a los adjudicatarios consultar su estado de cuenta en línea, generar recibos automáticamente y facilitar medios de pago formales. Este tipo de soluciones contribuiría tanto al orden administrativo como a la cultura de legalidad entre los comerciantes.

1.10.5.6 ¿Cuenta con recibo del último pago por derecho de uso?



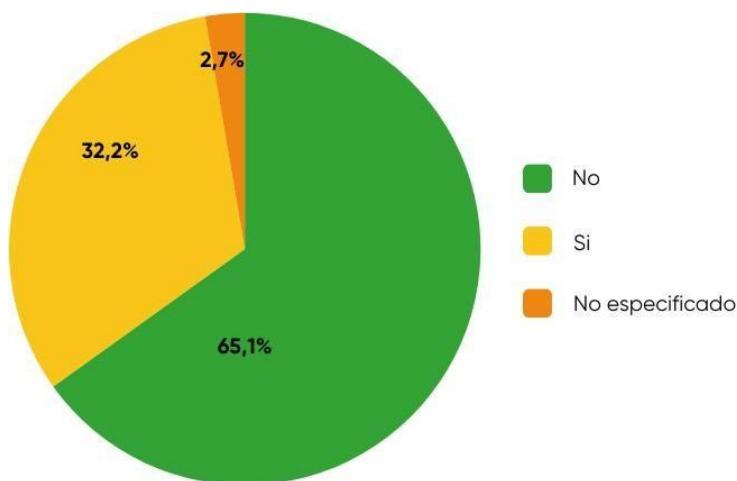
La gráfica muestra que una gran mayoría de comerciantes del Mercado de Bazurto, equivalente a 1.038 personas, no cuenta con el recibo que respalde su último pago por derecho de uso del local. Solo 162 comerciantes indicaron tener este documento, y 44 afirmaron que no lo registran.

Este resultado pone en evidencia una seria deficiencia en la gestión y trazabilidad del recaudo por uso del espacio público. La ausencia de recibos no solo plantea dudas sobre el cumplimiento de las obligaciones por parte de los comerciantes, sino que también evidencia debilidades administrativas en los mecanismos de facturación, archivo y entrega de comprobantes. Esta situación impide tanto a los adjudicatarios como a la administración demostrar la legalidad del uso del local y verificar la vigencia de los pagos realizados.

Contar con el recibo actualizado es fundamental para asegurar la transparencia en los procesos de control, seguimiento financiero y regularización de ocupaciones. Además, es un documento clave para ejercer derechos, mantener la permanencia en el espacio y participar en procesos institucionales como renovaciones, reubicaciones o asignaciones especiales.

Desde el punto de vista institucional, este indicador debe conducir a una revisión del sistema de recaudo y gestión documental. Es urgente implementar mecanismos más modernos, como plataformas digitales de consulta y generación de comprobantes de pago, que permitan tanto al comerciante como a la entidad contar con un respaldo verificable en tiempo real. Esto fortalecería la cultura de legalidad y la sostenibilidad financiera del sistema de mercados públicos.

1.10.5.7 ¿Estaría dispuesto a trasladar su actividad a una central de abastos?

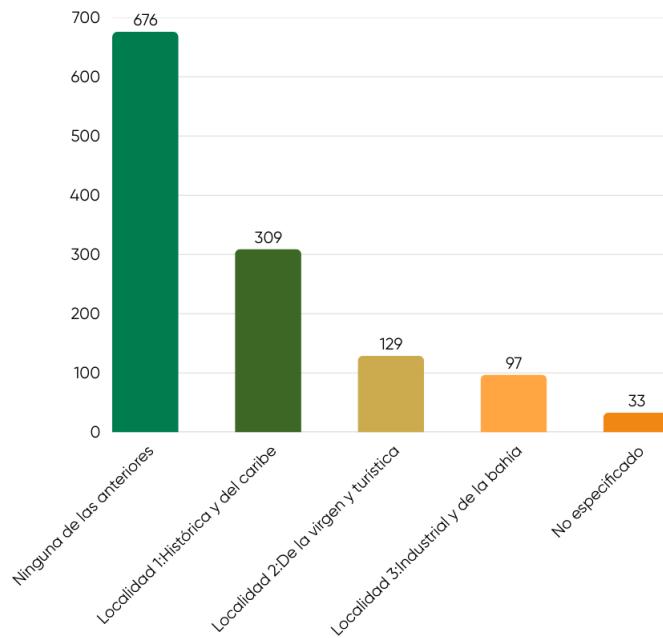


Los resultados muestran que una amplia mayoría de los comerciantes encuestados (**65,1%**) **no está dispuesta a trasladarse** a la Central de Abastos, mientras que un **32,2% sí estaría dispuesto** y un 2,7% no especificó su postura. Esta distribución refleja una resistencia significativa frente a la posibilidad de relocalización, lo que debe ser interpretado con atención en el contexto de cualquier propuesta de reordenamiento territorial o descongestión del Mercado de Bazurto.

La negativa de gran parte de los comerciantes puede estar relacionada con múltiples factores: el arraigo histórico al sitio actual, el miedo a perder clientela, la incertidumbre sobre las condiciones del nuevo espacio, o la percepción de falta de garantías institucionales. Por su parte, el 32,2% que sí muestra apertura al traslado representa una base importante sobre la cual podrían diseñarse estrategias progresivas, pilotos de transición o procesos participativos orientados a construir confianza y facilitar un eventual proceso de relocalización voluntaria y ordenada.

Como variable relacional, esta pregunta no apunta a una característica personal del comerciante, sino a su **relación potencial con un nuevo entorno operativo** y su disposición a modificar el espacio físico donde ejerce su actividad. Esta dimensión es fundamental para cualquier política de reubicación, y su análisis aporta criterios técnicos y sociales para evaluar la viabilidad, tiempos y condiciones bajo las cuales podría implementarse un traslado exitoso hacia un modelo de mercado más moderno y funcional.

1.10.5.8 ¿Hacia cual localidad estaría interesado en trasladar su actividad comercial?



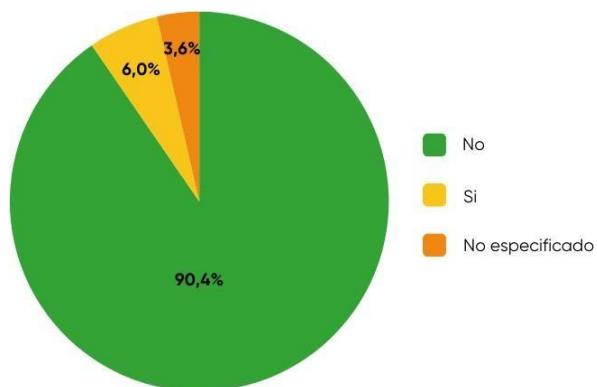
La gráfica presenta las respuestas de los comerciantes del Mercado de Bazurto sobre su interés en trasladar su actividad comercial a otra localidad del Distrito de Cartagena. Un total de 676 personas (mayoría absoluta) respondió que no está interesada en trasladarse a ninguna de las localidades mencionadas. Por otro lado, 309 manifestaron interés en la Localidad 1 (Histórica y del Caribe Norte), 129 en la Localidad 2 (De la Virgen y Turística), y 97 en la Localidad 3 (Industrial y de la Bahía). Un grupo de 33 personas no especificó su respuesta.

Este resultado sugiere una alta resistencia o desinterés frente a la posibilidad de reubicación comercial, posiblemente asociado al arraigo histórico en la actual plaza, la seguridad de la clientela establecida, la incertidumbre sobre las condiciones del nuevo lugar o la desconfianza frente a la gestión institucional del proceso de traslado. Aun así, el interés mostrado por más de 500 comerciantes en las tres localidades oficiales evidencia que existe un segmento dispuesto a considerar un traslado si se garantizan condiciones adecuadas.

Desde la perspectiva institucional, esta información es clave para planificar posibles procesos de relocalización o reestructuración del sistema de mercados. La Localidad 1 aparece como la más atractiva para los comerciantes, posiblemente por su conectividad, visibilidad o centralidad urbana. Estos datos deben ser considerados para el diseño de políticas públicas y proyectos de infraestructura que respeten las

decisiones de permanencia, pero que también promuevan alternativas organizadas, voluntarias y progresivas de reubicación, acompañadas de garantías sociales, técnicas y económicas.

1.10.5.9 ¿Cuenta con otro documento oficial?



La gráfica indica que el 90,4% de los comerciantes del Mercado de Bazurto no cuenta con ningún otro documento oficial relacionado con su ocupación del local, mientras que solo el 6% afirmó tenerlo y un 3,6% no especificó su situación.

Este resultado evidencia una carencia generalizada de documentos complementarios que respalden la legalidad o trazabilidad del uso del espacio, como actas, resoluciones, autorizaciones especiales o constancias de inscripción en bases oficiales. La ausencia de estos soportes limita la capacidad de los comerciantes para demostrar legitimidad en su actividad, así como la capacidad de la administración para verificar o complementar la información sobre cada ocupación.

La existencia de documentos oficiales adicionales sería un elemento clave para sustentar procesos de formalización, actualización de contratos o priorización en programas institucionales. Su baja tenencia pone de manifiesto la necesidad de consolidar archivos físicos y digitales, así como de diseñar mecanismos de generación y entrega de documentos que respalden jurídicamente la relación entre el comerciante y la entidad administradora del mercado.

Desde el enfoque institucional, este indicador debe motivar la creación de rutas claras de regularización documental, acompañadas de jornadas de verificación y campañas

de información sobre los tipos de documentos que deben respaldar el uso del bien público, más allá del contrato de adjudicación.

1.10.5.10 ¿Cuenta con otro documento oficial? ¿Cuál?

¿Con cuál documento oficial cuenta usted?	Datos
Contrato de compra y venta al señor Otoniel Castro Galla	1
Acuerdo verbal sediente el local a la señora Mansol	2
Alega ser adjudicatario muestra evidencia de cesión de derechos, brinda datos, el señor tiene un mesón,	1
Aporta la cedula y un pago de administración.	1
Atiende adjudicatario vía telefónica, dice que un familiar le cedió el local, el señor dice que se acercara a la oficina a presentar los documentos, las medidas del local no fueron posible por que en su momento estaba cerrado	1
Brinda acta de defunción y soportes de pago administración año 2017, la señora informa que el local lo tiene actualmente arrendado. Las medidas no fueron posible por que el medidor se encontraba dañado.	1
Brinda cédula y pago de administración	1
Cedió el local a yuris tatiana gomez aguilar quien actualmente está en propiedad del mismo	1
Cédula de ciudadanía y a continuación se le tomará la respectiva evidencias.	1
Comunica que tiene soportes de administración,	1
Con los recibos de pago pero no ha podido establecer contacto con el	1
Contrato de compraventa del 2005 que la acreditan como adjudicataria del local EC 259 ubicado en sector cobertizo, a continuación se le tomará las respectivas evidencias	1
Contrato de compraventa, manifiesta que no tiene ningún documento aparte de este porque se le perdieron.	1
Cuenta con documentos suficientes según el que lo acreditan como adjudicatario del local EC 273 del cobertizo, pero los tiene en archivo y se comprometió en llevarlos a la administración para sus respectivas evidencias	1
Cuenta con la cédula que a continuación se le tomará las respectivas evidencias.	1
Cuenta con recibos de administración anteriores que así lo corroboran y que a continuación se le tomará la respectiva evidencias.	1
Cuenta con recibos de alcaldía anterior que muestra ser adjudicataria del local EC271 cobertizo y dichos recibos se tomarán como evidencia.	1
Cuenta con recibos de servicios de agua, afirma no estar conforme con presentar su documento de identidad y por tal motivo no se toma evidencia	1
CUENTA CON RUT Y CAMARA DE COMERCIO PERO NO LO PRESENTO FÍSICAMENTE MANIFIESTA NO TENERLO A LA MANO	1

Solo el **6%** del total de comerciantes manifestó contar con algún tipo de documento adicional que respalde su vínculo con el local. Esta baja proporción pone en evidencia la precariedad documental que persiste en el sistema de mercados públicos, donde la mayoría de los ocupantes no cuenta con soportes legales o administrativos formales distintos al contrato —cuando lo tienen—, lo que limita severamente la trazabilidad jurídica y la seguridad en la tenencia del espacio.

Dentro de ese pequeño grupo que sí reportó tener un documento, se observan múltiples formas de acreditación que no necesariamente corresponden a actos jurídicamente vinculantes. Por ejemplo, varios comerciantes mencionan **contratos de compraventa informales con particulares, acuerdos verbales, constancias de pago de administración**, comunicaciones o incluso **escritos manuscritos** sin validez registral. También se mencionan documentos antiguos (de 2005 o antes) sin actualización, **cartas sin firma institucional**, y declaraciones unilaterales que no constituyen prueba plena de adjudicación o tenencia legítima.

Estas respuestas reflejan una importante **fragmentación y debilidad en los mecanismos de archivo, control y respaldo documental**, y demuestran que muchos comerciantes dependen de mecanismos informales para justificar su ocupación. Esta situación no solo genera inseguridad jurídica, sino que también limita la capacidad del Distrito para aplicar acciones de mejora como políticas de reorganización, cobro efectivo, o incluso para ofrecer garantías de permanencia a quienes sí cumplen o han cumplido históricamente con sus deberes.

El análisis cualitativo de esta variable evidencia la necesidad urgente de avanzar hacia un Sistema Integral de Mercados Públicos, que permita tomar acciones como depurar casos sin validez jurídica, identificar ocupaciones legítimas mediante resoluciones y dar así soporte legal a los comerciantes que actualmente operan en condiciones de alta vulnerabilidad documental.

Conclusiones

Esta caracterización de los adjudicatarios y locales comerciales en el Mercado de Bazurto, a cargo del Distrito de Cartagena de Indias representa un insumo fundamental para comprender la distribución, formalización y dinámica de ocupación de este espacio. La información recopilada permite identificar quiénes son los adjudicatarios de los locales, los esquemas bajo los cuales operan y las posibles irregularidades en la tenencia y administración de los mismos. Estos datos no solo facilitan la toma de decisiones informadas en la gestión de los mercados, sino que también contribuyen al desarrollo de estrategias que promuevan una administración más equitativa y eficiente.

A través del análisis detallado de los adjudicatarios y la situación de los locales comerciales, se pueden identificar patrones de uso, evaluar la presencia de subarriendos y reconocer áreas de mejora en la regulación de estos espacios. La participación de los comerciantes en este proceso es clave para garantizar que las medidas implementadas respondan a las realidades del sector y permitan avanzar hacia un modelo de gestión que fomente la legalidad y el ordenamiento.

Con estos resultados, se podrán diseñar estrategias orientadas a fortalecer la transparencia en la administración de los mercados públicos, garantizando que los locales comerciales, como bienes fiscales del distrito, sean utilizados conforme a la normativa vigente y en beneficio tanto de los comerciantes como de la ciudadanía en general.

Variables Geográficas: La caracterización del Mercado de Bazurto revela que Cartagena es la ciudad con mayor representación (473 comerciantes), seguida de municipios cercanos, aunque con algunos datos imprecisos en la recolección.

En cuanto a la residencia, la mayoría vive en Cartagena, destacando la Localidad 2: De la Virgen y Turística (449 personas). También hay comerciantes de municipios aledaños, aunque en menor proporción. Esto confirma que el mercado es un centro

económico clave para la ciudad, con una integración regional limitada. Estos datos ayudan a entender la dinámica del mercado y orientar estrategias de planificación.

Variables Demográficas: El análisis demográfico del Mercado de Bazuerto permite identificar la composición de la población comerciante en función de aspectos clave como género, estado civil, estructura del hogar y condiciones de vivienda. Se evidencia una mayor participación masculina en la actividad comercial, aunque con una presencia significativa de mujeres, lo que indica una dinámica laboral diversa. En términos de estado civil, predomina la población casada y en unión libre, reflejando que el comercio en el mercado es una fuente de ingreso clave para familias consolidadas, mientras que los comerciantes solteros representan un grupo con mayor flexibilidad laboral y movilidad. La estructura del hogar muestra una alta presencia de núcleos familiares con hijos, lo que sugiere una necesidad de estabilidad económica para el sostenimiento familiar. Respecto a la vivienda, se observa que una proporción considerable de comerciantes posee casa propia, mientras que otros dependen del arriendo, lo que puede influir en su capacidad de inversión y formalización de sus negocios.

Estos datos permiten un entendimiento más amplio del perfil de los adjudicatarios y comerciantes del mercado, facilitando el diseño de estrategias que mejoren su acceso a oportunidades económicas y sociales. Comprender la composición demográfica es clave para desarrollar políticas públicas que respondan a las necesidades reales de esta población y garantizar que la gestión del mercado contemple medidas que fortalezcan la estabilidad y el bienestar de sus actores principales.

Variables Intrínsecas: El análisis de las variables intrínsecas en el Mercado de Bazurto revela una clara orientación hacia la venta de productos esenciales para el consumo diario, con una mayor concentración en frutas y verduras (18,9%), víveres y abarrotes (14,7%) y restaurantes (9,5%). La presencia significativa de carnicerías, refresquerías y puestos de tubérculos refuerza la función del mercado como un centro clave para el abastecimiento de alimentos en la ciudad.

Además, se observa una oferta diversificada en sectores como pescado, calzado, ropa, bodegas, productos desechables y plantas medicinales, aunque en menor proporción. Esta diversidad sugiere que el mercado no solo satisface necesidades alimentarias, sino que también cumple un rol en la oferta de bienes complementarios, permitiendo que comerciantes y consumidores interactúen en un ecosistema económico dinámico y especializado.

Variables Comportamentales: Esta variable refleja el análisis de los comerciantes del Mercado de Bazurto con procesos de formalización y gestión comercial y de residuos. En términos de registro mercantil, 63,3% de los encuestados no están inscritos en la Cámara de Comercio, mientras que 55,7% carecen de Registro Único Tributario (RUT), lo que evidencia un alto nivel de informalidad. Esta situación puede estar vinculada a la percepción de costos, desconocimiento o falta de incentivos para la regularización. Además, 89,1% de los comerciantes no poseen permisos sanitarios, lo que plantea desafíos en términos de salubridad y cumplimiento normativo. La falta de regulación se extiende a la transparencia comercial, ya que 88,8% de los negocios no exhiben una lista de precios visible, lo que puede afectar la confianza del consumidor y la competitividad en el mercado.

En cuanto a prácticas ambientales, 96,5% de los comerciantes no realizan ningún tipo de reciclaje, lo que resalta la necesidad de fomentar una cultura sostenible dentro del mercado. En la disposición de residuos, 66,1% utilizan el servicio de aseo formal, pero un 25,2% opta por alternativas informales, mientras que un pequeño grupo emplea métodos no regulados, como la quema o el vertido inadecuado de desechos. Estas cifras reflejan patrones de comportamiento que pueden incidir en la sostenibilidad y operatividad del mercado, indicando la necesidad de estrategias de sensibilización y apoyo para mejorar la formalización, la higiene comercial y el manejo ambiental dentro del sector.

El Sistema de Identificación y Caracterización (SIC) desarrollado por la Oficina Asesora de Informática, facilitó la recolección y gestión de los datos mediante la digitalización del formulario diseñado para la caracterización de los adjudicatarios y locales comerciales del Mercado de Bazurto. A través de esta plataforma, se garantizó un registro estructurado de la información, optimizando su almacenamiento y consulta. Aunque la identificación de variables y el análisis de los datos fueron realizados por el equipo responsable del estudio, el SIC permitió sistematizar el proceso, asegurando una recopilación más organizada y accesible para su posterior evaluación. Su implementación contribuyó a mejorar la eficiencia en la gestión de la información, consolidándose como un apoyo clave en el proceso de caracterización del mercado.

Variables Relacionales: El análisis de las variables relacionales evidencia una débil formalización en la relación entre los comerciantes y el espacio público que ocupan. La mayoría no cuenta con contratos, soportes ni registros que respalden jurídicamente su presencia en el mercado, lo que limita la capacidad institucional para ejercer control, hacer seguimiento y garantizar el cumplimiento de obligaciones. A esto se suma una gestión documental fragmentada y escasa trazabilidad en pagos y documentos de uso.

Por otro lado, las respuestas relacionadas con la disposición al traslado reflejan una postura mayoritariamente negativa, lo que plantea retos frente a procesos de reorganización o relocalización. Estas variables, en conjunto, permiten identificar las condiciones reales de ocupación y son fundamentales para avanzar en estrategias de legalización, depuración administrativa y sostenibilidad operativa del sistema de mercados públicos.

Oportunidades de Mejora del Mercado de Bazurto

Fortalecer la Formalización Comercial: Se deben promover estrategias que faciliten la regularización de los comerciantes, incentivando su inscripción en la Cámara de Comercio y la obtención del RUT. Esto podría incluir jornadas de asesoramiento, simplificación de trámites y acceso a beneficios que motiven la formalización, garantizando así mayor estabilidad económica y acceso a oportunidades de crecimiento.

Mejorar las Condiciones de Infraestructura y Servicios: La baja proporción de comerciantes con permisos sanitarios y listas de precios visibles indica la necesidad de reforzar medidas de regulación y supervisión en el mercado. Implementar

campañas de concienciación, mejorar las condiciones sanitarias y estructurales de los locales y facilitar procesos de certificación contribuiría a fortalecer la confianza del consumidor y elevar la calidad del servicio.

Impulsar la Seguridad Social y Protección Laboral: La mayoría de los comerciantes no están afiliados a un fondo de pensiones ni a una ARL, lo que los deja en una situación de vulnerabilidad. Se deben promover estrategias de inclusión en la seguridad social, proporcionando información clara sobre los beneficios y opciones accesibles para que los trabajadores independientes puedan protegerse frente a riesgos laborales y garantizar un retiro digno.

Promover la Sostenibilidad y la Gestión de Residuos: La falta de prácticas de reciclaje y la presencia de métodos informales de disposición de basura evidencian la necesidad de establecer estrategias de gestión ambiental más eficientes. Se recomienda la creación de programas de recolección diferenciada, alianzas con recicladores y campañas de educación ambiental para reducir el impacto de los residuos en el mercado.

Adecuar la Oferta del Mercado a las Necesidades de los Comerciantes: La diversidad de perfiles dentro del mercado, evidenciada a través del nivel educativo, estado civil y procedencia de los adjudicatarios, resalta la importancia de fortalecer procesos de formación. Promover capacitaciones a través del equipo social en áreas clave como atención al cliente, gestión administrativa, manejo de normativas sanitarias y estrategias de comercialización permitirá mejorar la competitividad de los comerciantes. Además, la orientación en acceso a financiamiento y formalización contribuirá a optimizar el desarrollo económico dentro del mercado, fomentando una gestión más eficiente y sostenible de los negocios.

La caracterización realizada ofrece información clave para la toma de decisiones en la gestión del Mercado de Bazarro, permitiendo una visión integral sobre las condiciones y desafíos que enfrentan los comerciantes. La plataforma SIC ha sido útil en la recopilación de datos, aunque aún es necesario optimizar su uso y reforzar estrategias de seguimiento. A partir de estos resultados, se identifican múltiples oportunidades de mejora que, de implementarse, contribuirán significativamente al fortalecimiento del mercado y su impacto económico en el Distrito de Cartagena de Indias.

Referencias

Guía de Caracterización de ciudadanía y grupos de valor – Función Pública
<file:///C:/Users/Alcaldia/Downloads/Gu%C3%ADa%20de%20caracterizaci%C3%B3n%20de%20ciudadan%C3%ADa%20y%20grupos%20de%20valor%20%20Versi%C3%B3n%205%20-%20Noviembre%20de%202022.pdf>

Sistema De Identificación Y Caracterización Al Ciudadano

https://sic.cartagena.gov.co/home/caracterizacion/externalform/Mercado_mp/