
Evaluación de impactos generados por la plaza de mercado “El Cacique” del municipio de Chía, Cundinamarca

Evaluation of impacts generated in the market place “El Cacique” of the municipality of Chía, Cundinamarca

Maidy Janeth Suárez Cuchimaque¹

Fecha de recepción: 23 de agosto 2018
Fecha de aprobación: 10 de diciembre 2018

Para citar este artículo: Suárez Cuchimaque, M. (2019). Evaluación de impactos generados por la plaza de mercado “el cacique” del municipio de Chía, Cundinamarca. *Tecnogestion*, 16 (1).

Resumen

Los impactos negativos que genera la plaza de mercado El Cacique del municipio de Chía, Cundinamarca en los diferentes subsistemas del desarrollo se deben a la manera en que se manipulan los productos comercializados y a las condiciones de los aspectos técnicos que presenta la plaza, por este motivo se realiza una evaluación cuantitativa y cualitativa de impactos generados como resultado de la caracterización de la plaza a nivel de infraestructura, acceso a servicios públicos, perjuicios en el medio ambiente, organización, calidad de alimentos y entre otros. A partir de las matrices de impactos, se define que la comercialización de alimentos preparados es más influyente en temas como la generación de residuos, demanda de recursos y otros; y en segunda medida por la comercialización de productos agrícolas.

Palabras clave: Plaza de mercado, productos, impactos, comercialización, subsistemas del desarrollo.

Abstract

Negative impacts generated by the market place Cacique of the municipality of Chía, Cundinamarca, in the different development subsystems due to the way that the products are handled and the conditions of the technical aspects that the plaza presents, for this reason was made a quantitative and qualitative evaluation of the impacts generated as a result of the characterization of the plaza at the infrastructure level, access to public services, damage to the environment, organization, quality of food and among others. From the matrices of impacts, it is defined that the marketing of prepared foods is more influential in themes such as the generation of waste, demand for resources and others; and secondly by the commercialization of agricultural products.

Keywords: Marketplace, products, impacts, marketing, development subsystems.

¹ Tecnóloga en Gestión Ambiental y Servicios Públicos, Universidad Distrital Francisco José de Caldas. mysuarezc@correo.udistrital.edu.co

Introducción

Las plazas de mercado son espacios destinados para el expendio y abastecimiento de productos perecederos y no perecederos, creando durante su actividad y el paso del tiempo, un vínculo social, económico y cultural; la plaza de mercado municipal de Chía: El Cacique, presta sus servicios a municipios aledaños como Cajicá, Cota y Tabio, que carecen de una instalación de este tipo para la comercialización de víveres. La importancia de la existencia de una plaza de mercado en un municipio densamente poblado, es crucial, ya que interfiere en la economía del municipio, el desarrollo rural, el bienestar social y la integración poblacional de diferentes sectores.

La información sustentada se plantea a partir de la recolección de información primaria, como observación de no conformidades y diálogos llevados a cabo con la administración, comerciantes y usuarios en general de la plaza. De igual manera, se hizo revisión de fuentes existentes oficiales para la descripción de temas en lo que refiere al municipio y algunos aspectos técnicos de la plaza de mercado. Partiendo de los datos de mayor relevancia se realiza una caracterización de los aspectos técnicos de la plaza, se trata de la calidad de alimentos y los impactos al medio ambiente para realizar una evaluación cualitativa y cuantitativa de los impactos según las actividades de comercialización con el fin de establecer cual genera más impactos en los subsistemas del desarrollo involucrados. La información servirá como base para una posible formulación de medidas correctivas que permitan disminuir los impactos negativos ocasionados por el establecimiento.

Descripción del municipio

Chía que significa en lengua chibcha luna divina de los dioses, es un municipio que hace parte de

la provincia de Sabana Centro del departamento de Cundinamarca como se muestra en la Figura 1. Para el 2015 se proyectó una población de 126.647 habitantes según la (Alcaldía Municipal de Chía, 2015) en base a las estadísticas del DANE.

El municipio es de gran influencia a nivel departamental con grado dos de importancia económica y un aporte al PIB departamental del 4,8%, un valor significativo a comparación del que aportan los otros 115 municipios del departamento (DANE; 2015), además de esta razón, Chía es una entidad territorial que fue lugar de las comunidades indígenas la cual, a través de los años, se ha desarrollado y urbanizado rápidamente por su proximidad a Bogotá, uno de los centros urbanos de consumo más importante del país.



Figura 1. Ubicación municipio Chía en la provincia Sabana Centro, Cundinamarca.
Fuente. (Gobernación de Cundinamarca, 2015).

Como es usual en los municipios la concentración de la población se encuentra en la cabecera municipal o área urbana, y el resto de la población del municipio se encuentra en las veredas (Figura 2) Samaria, Bojacá, Cerca de Piedra, Fagua, Fonqueta, Fusca, La Balsa, Tiquiza y Yerbabuena. Los municipios con los cuales limita Chía son Cota, Tenjo, Tabio, Cajicá, Sopó y al sur con Bogotá D.C.

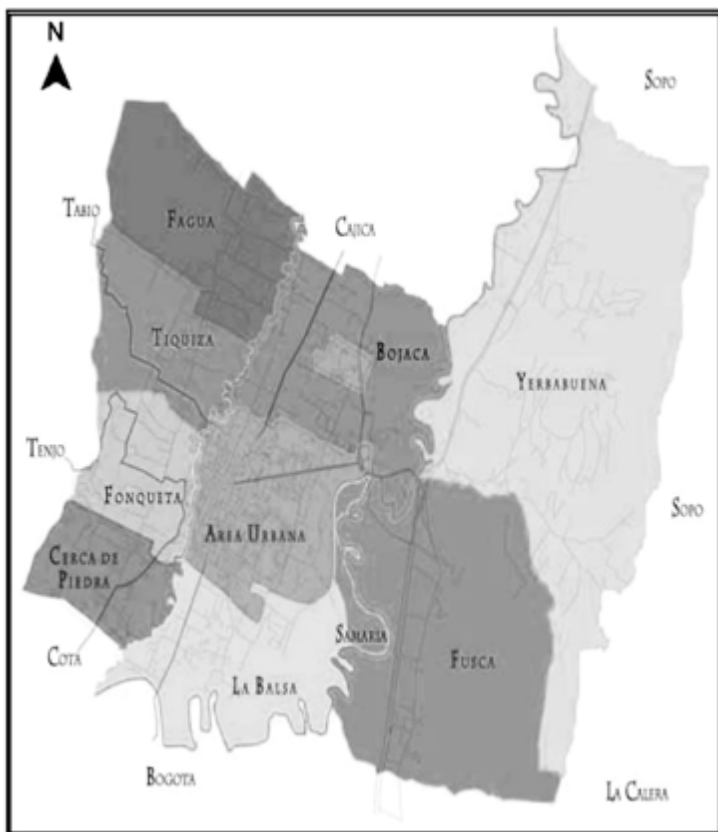


Figura 2. Veredas del municipio de Chía
Fuente. (Secretaría de Planeación, 2010)

El municipio es considerado como un lugar turístico, sobre todo por su gastronomía (Alcaldía de Chía, 2010), también ciertas actividades agrícolas como la floricultura y el comercio en general que se convierten en las bases económicas de Chía. Desde una perspectiva general, el municipio se puede considerar como un territorio tranquilo, con una urbanización influenciada por su cercanía a la capital del país, pero aún se conserva la ruralidad en sus veredas.

Descripción de la plaza

La plaza de mercado El Cacique, tiene sus inicios desde el año 1970 (Cantor, 2015), que surgió de la necesidad de construir un establecimiento capaz de contribuir a la distribución organizada de los productos que anteriormente se comercializaban en la plaza principal del municipio el domingo, considerado tradicionalmente como el día de mercado.

La administración de la plaza cambia con cada elección de gobierno para Alcaldía municipal, a nivel comercial surten todo tipo de productos al público como: frutas, verduras, ropa, accesorios, calzado, carnes en canal, entre otros.

El mayor porcentaje de los productos comercializados en la plaza son traídos desde la Corporación de Abastos de Bogotá (CORABASTOS), una parte son productos locales y otros como la papa, son traídos de municipios como Ubaté y Chocontá (Gómez y Marroquín, 2011). La plaza maneja un plan piloto para la reubicación de vendedores informales dentro de las instalaciones, pero ellos se reúsan a utilizar el espacio, debido a que no se comercializa de la misma manera, afectando sus ingresos individuales.

La plaza municipal tiene sus instalaciones abiertas de 7:00 a.m. a 8:00 p.m. de lunes a viernes y los fines de semana de 6:00 a.m. a 9:00 p.m. El ingreso de los alimentos se lleva a cabo los días viernes y sábados desde medio día y el domingo a las 5:00 a.m.; estos horarios de atención al cliente y de ingreso de alimentos son establecidos por la administración de la plaza,

y pueden variar por temporada vacacional o alta demanda de los productos ofrecidos por los usuarios de la plaza.

Para que una plaza de mercado funcione de una manera correcta y eficiente, es importante el cumplimiento de aspectos técnicos y de calidad de productos para que los impactos que se generen sean positivos para los actores de los servicios de la plaza. Por esta razón es necesario realizar una caracterización de la plaza de mercado El Cacique sobre los aspectos mencionados anteriormente con el fin de evaluar cualitativa y cuantitativamente las falencias mediante matrices de impacto.

Aspectos técnicos de la plaza de mercado

Localización

- **Ubicación.**

La plaza de mercado el Cacique de Chía se encuentra localizada en el área urbana del municipio, en la Carrera 12 No 7 – 48, colindando con la planta de sacrificio y faenado del municipio y la terminal de transporte; la ubicación de la plaza es estratégica en cuanto a comercialización debido a que es una de las zonas más transitadas de Chía.

- **Acceso a vías.**

Como se puede observar en la figura 4, la plaza de mercado tiene acceso por la carrera 12 y por la carrera 13, vías que conservan un constante flujo vehicular y peatonal y mantiene la instalación continuamente concurrida. Por la carrera 12, transitan los intermunicipales que parten de localidades como Suba occidental en Bogotá y por

la carrera 13 los intermunicipales que parten del Portal del Norte y terminan su ruta llegando al Terminal de Chía.

- **Proximidad a sitios de criadero de insectos.**

La plaza de mercado, por las actividades que desempeña, tiene un alto potencial para la formación de criaderos de insectos; además, como se mencionaba anteriormente, las instalaciones de la plaza colindan con la planta de sacrificio y faenado, la cual contribuye al alojamiento de insectos en el establecimiento. Sin embargo, se realizan controles periódicamente cada dos meses para disminuir en lo posible su magnitud.

Acceso a servicios

La plaza de mercado, actualmente cuenta con todos los servicios públicos, como lo son acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, servicio de telefonía y gas (Cely, 2013).

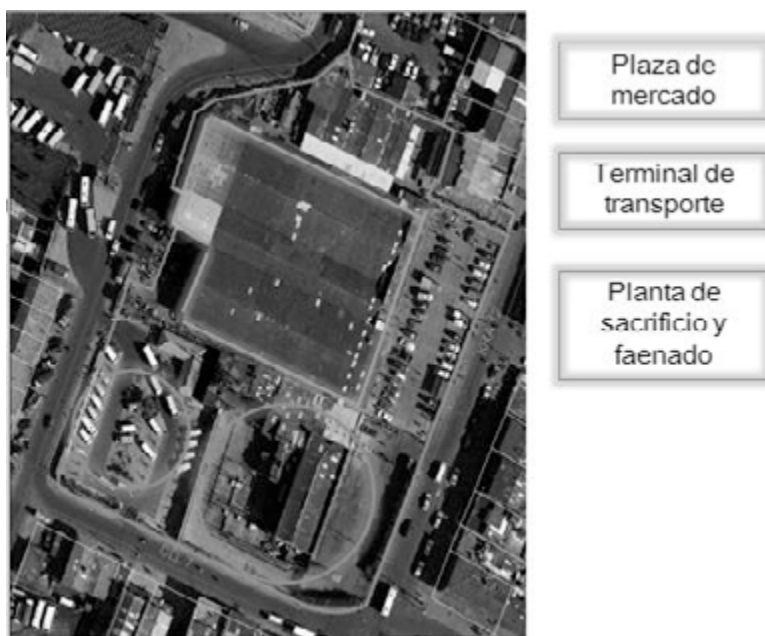


Figura 3. Ubicación de la plaza de mercado del municipio de Chía.
Fuente: (Secretaría de Planeación, adaptado por autora, 2015)

- **Servicio público de acueducto.**

Es suministrado por la empresa EMSERCHÍA ESP al municipio con la compra de bloque de agua a la empresa Acueducto de Bogotá. Este servicio es constante y de calidad, pero se producen desperdicios de agua al momento de realizar el aseo a la plaza, ya que usan agua a presión para una limpieza más rápida.

- **Servicio de alcantarillado.**

Es suministrado por la empresa EMSERCHÍA ESP, este presenta una serie de falencias estructurales a nivel interno que deploran el servicio, como lo es la falta de tratamiento preliminar, vertimiento de agua lluvia y de lixiviados producto de la descomposición de los residuos orgánicos directamente en el sistema de alcantarillado. Adicional a esto, los alcantarillados se encuentren en deterioro de su estructura física, puesto que, desde la construcción de la plaza, no se ha realizado mantenimiento significativo a todo el sistema (Cantor, 2015).

- **Servicio de aseo.**

La persona encargada del servicio de baño realiza una limpieza general al establecimiento, la recolección de residuos es llevada a cabo por la empresa EMSERCHÍA ESP los días lunes y miércoles; adicional a esto, pequeñas agrupaciones de recicladores retiran materiales como el cartón, pero los residuos sólidos orgánicos no son aprovechados, generando costos en el servicio de aseo que se podrían disminuir por medio de un manejo adecuado de los residuos orgánicos.

- **Servicio de energía eléctrica.**

No tiene grandes inconvenientes y se presta de forma continua. Hay lámparas instaladas estratégicamente en hileras bajo el techo que permiten iluminar en las horas de la tarde las zonas de ex-

pendio de productos sobre los mesones. En cada puesto disponen de energía para la debida iluminación, conexión de refrigeradores, equipos de sonido, entre otros.

- **Servicio público de gas y telefonía.**

El servicio de gas tiene instalaciones en cada una de las cocinas de los restaurantes de la plaza, incluyendo medidores para el registro del consumo individual; no obstante, los lechos de los medidores se encuentran en condiciones de deterioro, el pago del servicio es realizado por el dueño del negocio. El servicio de telefonía es costeadado por los dueños de los locales que ofrecen servicio de llamadas a corta y larga distancia.

Topografía

- **Características del área.**

Según datos del Instituto Geográfico Agustín Codazzi - IGAC (2015) el área superficial del predio de la plaza es de 4492 m², de los cuales, la parte oriental de la plaza pertenece al parqueadero y al otro sector, corresponde al área construida para actividades de comercialización.

- **Plan de ordenamiento territorial**

Según el (Plan de Ordenamiento Territorial de Chía, 2000), la plaza de mercado se encuentra dentro de las áreas de servicios públicos, que además para poder llevar a cabo su edificación y funcionamiento, debe contar con un área de amortización constituida por una barrera lo suficientemente alta para controlar sus impactos y de esta forma armonizar su relación con la comunidad.

Como se puede observar en la figura 4, la plaza de mercado cuenta con una cerca que permite la delimitación y control de la zona, como está esta-

blecido en el POT, sin embargo, no es lo suficientemente eficiente para reducir en gran medida los impactos producidos por el establecimiento.

- **Usos del suelo.**

Según la clasificación que se hace en el POT del municipio de Chía, la plaza de mercado El Cacique, como componente del sistema de servicios públicos municipales, se encuentra dentro de los usos del suelo urbano y dentro de estos, los destinados al espacio público que se define como el “conjunto de inmuebles públicos y elementos arquitectónicos y naturales y rurales de los inmuebles privados destinados por naturaleza, usos o afectación a la satisfacción de necesidades urbanas y en el caso de Chía rurales colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de los habitantes” (POT Chía, 2000).

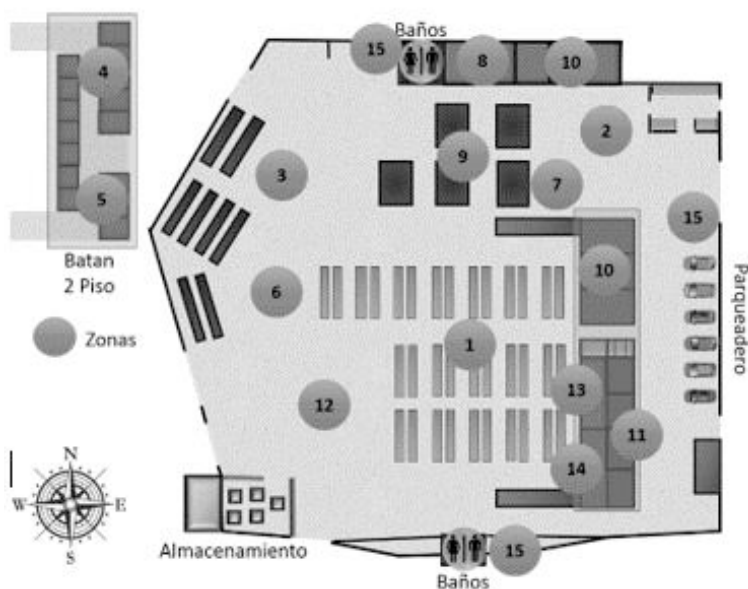
Interior

- **Zonificación de la actividad mercantil.**

La plaza de mercado cuenta con 567 puestos distribuidos en 14 zonas según los productos que vendan los comerciantes y en qué condiciones los vendan, es decir, si es al por mayor, granel o empaclado, una perspectiva de la distribución se puede apreciar en la figura 5.



Figura 4. Zona de descargue de la plaza de mercado municipal de Chía.
Fuente. (Elaboración propia, 2015).



- Zona 1: Frutas, legumbres y hortalizas.
- Zona 2: Cacharrería: medias, ropa interior, relojes, etc.
- Zona 3: Frutas, legumbres y hortalizas.
- Zona 4: Batan: Ropa y zapatos.
- Zona 5: Batan: Ropa y zapatos.
- Zona 6: Papa al detal.
- Zona 7: Vendedores móviles.
- Zona 8: Greca, comidas rápidas.
- Zona 9: Cocinas
- Zona 10: Locales.
- Zona 11: Famas.
- Zona 12: Mayoristas.
- Zona 13: Quesos, lácteos.
- Zona 14: Pescados.
- Zona 15: Otros servicios, parqueadero, baños etc.

Figura 5. Zonificación mercantil de la plaza
Fuente. (Elaboración propia, 2015).

En la plaza de mercado se comercializan los productos por zonas. Respecto a alimentos se encuentran las zonas 1, 3, 6 y 12 se ofrecen frutas, vegetales, cereales, hierbas aromáticas, especias y condimentos, tanto al mayor como al detal y algunos productos empacados; las zonas 11, 13 y 14 leche y sus derivados, arepas, bocadillo, envuelto, miel, huevo campesino y gallina criolla, carne de vaca, cordero, cabra, pollo, conejo y pescado en canal, y las zonas 8 y 9 son espacios dedicados a la venta de platos preparados. Por otra parte, entre los productos de uso doméstico o personal se encuentran las zonas 4 y 5 ubicadas en el segundo piso denominado “batán” se ofrece en su mayoría calzado y ropa y la zona 2 y 10 se ofrecen otro tipo de productos para el hogar como medias, ropa interior, relojes, juguetaría, ferretería entre otros. La zona 15 y 7 se ubican los comerciantes de animales y otros que no tienen un puesto de venta definido dentro de la plaza y son denominados vendedores móviles o ambulantes.

- **Instalaciones.**

Según la zona mercantil se puede encontrar diferentes instalaciones como ejemplo, la zona de cocinas, cada una posee mesones y estufas, con sus respectivas conexiones a los servicios públicos, las zonas de líchigos y verduras tienen puestos delimitados, cerca de cada uno de estos, se ubican canecas para la disposición de los residuos, pero no se realiza una separación de los mismos. Por otra parte, dentro de los locales, cada uno tiene vitrinas y una salida a la parte del parqueadero; la pescadería, la fama y el local de productos lácteos tienen refrigeradores, sin embargo, se producen problemas de olores y moscas por el mal manejo de los alimentos acelerando su descomposición, puesto que al momento de su venta se dejan expuestos sobre repisas.

La plaza posee un baño para mujeres y otro para caballeros su ingreso tiene un costo de \$600, se ha-

bía hecho la construcción de una zona para la disposición de residuos, pero este es usado solo para guardar computadoras en desuso, canaletas descompuestas y tumultos de cartón y papelería, dejando los residuos sólidos orgánicos a la intemperie delimitando dicho espacio con una poli sombra.

- **Estructuras y materiales.**

La plaza de mercado cuenta con dos niveles, al igual que en el primero, en el segundo se genera comercialización sumado a las instalaciones administrativas y cada puesto de comercialización es dividido por una malla metálica. El piso de las zonas del batán, los locales, cocinas y un pequeño espacio frente a los baños se encuentra en baldosín, el resto está pavimentado, además este tiene un desnivel entre la zona de líchigos y la zona de mayoristas para descargar y cargar de productos y una rampa para el desplazamiento de personas con discapacidades, que al igual que los mesones para la comercialización se encuentran fabricados en concreto.

Gran parte de la delimitación de la plaza está hecha por rejillas, columnas metálicas como bases principales de estabilidad que sostienen el techo compuesto de tejas plásticas permitiendo la entrada de luz solar y tejas en hormigón. Se hace conducción de aguas lluvias por medio de canaletas instaladas en el techo, pero las columnas como las canaletas se encuentran corroídas disminuyendo la eficiencia en su funcionamiento por las fallas en la estructura y generan goteras al interior del establecimiento en el caso de las canaletas.

Otros aspectos

- **Acceso peatonal.**

La plaza de mercado tiene varias entradas que se conectan zonas específicas, pero estas muchas

veces se ven obstruidas por la gran actividad de comercialización que se lleva a cabo, sobre todo el día domingo, pues los productos, canastillas, costales y otros objetos se ubican en los pasos peatonales, complicando el tránsito dentro del establecimiento, esto debido a que los comerciantes no acatan los límites que son instruidos por la administración. Para ingresar a la zona del batán (2do piso) hay dos rampas de ambos lados de la planta y una escalera que conecta esta zona con el parqueadero.

- **Acceso vehicular abastecimiento.**

Para vehículos de abastecimiento hay dos entradas en la carrera 13 con desniveles que no alcanza a facilitar el trabajo de los operadores, por lo que siguen realizando grandes esfuerzos físicos para la extracción de productos de los camiones (figura 6), adicionalmente, estas entradas también son usadas para el ingreso peatonal de los usuarios, causando congestión. Los camiones regularmente suelen estacionarse en los alrededores de la plaza debido a la ausencia de un área amplia exclusiva para estos.

- **Acceso vehicular usuarios.**

El parqueadero de usuarios se encuentra en la carrera 12, este cuenta con un vigilante que contro-



Figura 6. Zona de descargue de la plaza de mercado municipal de Chía.
Fuente. (Elaboración propia, 2015).

la la entrada de los vehículos; las motocicletas se suelen estacionar sobre el sendero de la entrada principal de la plaza, disminuyendo el área de ingreso. Por otra parte, se suelen formar bahías de automóviles en frente de la plaza en ambos costados de la carrera 12, ocasionando problemas de movilidad.

Calidad de alimentos

La calidad de los alimentos que se comercializan varía según el comerciante, ya que en ocasiones se preocupan por el estado en el que los ofrecen, cuidando que las propiedades organolépticas sean aceptables, así como: el color, el sabor y la textura; por otra parte, hay quienes no descartan los productos en mal estado y los venden con los que, si lo están, generando una mala imagen ante el consumidor y en caso de mayor gravedad, contaminación alimentaria.

Por otra parte, las condiciones higiénicas y sanitarias no son tenidas en cuenta, pues productos como las carnes, son manipulados de forma indebida, exponiéndolos a superficies contaminadas, incluso, no se tiene precaución con los implementos usados para el corte de la carne. Según una investigación realizada por la autoría, uno de los problemas de las plazas municipales, es que las propiedades sanitarias de los alimentos que se ofrecen no son muy buenas, ya que no se hacen verdaderos procesos de control de calidad. De forma anual se realizan por parte de la Secretaría de Salud municipal, capacitaciones a los comerciantes para mejorar los hábitos de manipulación de alimentos, no obstante, los resultados no son persistentes.

Los alimentos que se venden por paquetes suelen tener pequeñas aberturas en el empaque que posibilita la respiración del alimento y pueda conservarse un poco más, esto en el caso de las frutas y vegetales; desde otro punto, algunos comerciantes suelen acelerar los procesos de maduración de productos como el aguacate para su pronta comercialización. Algunos embutidos y derivados lácteos, no son refrigerados, disminuyendo la inocuidad de estos alimentos.

Perjuicios sobre el medio ambiente

- **Atmosférico**

En la plaza es notoria la presencia de olores cerca al shut de residuos sólidos y de igual manera en las zonas de cárnicos, pescadería y lácteos; por otra parte, el smog que se genera por la cercanía a la terminal de transporte de Chía afecta los alimentos, disminuyendo su calidad.

- **Ruido**

En la zona de cacharrería continuamente reproducen todo tipo de música a altos niveles de sonido que intervienen en la comunicación de las personas dentro de la plaza, así mismo, los propios comerciantes vocean sobre los productos que ofrecen para atraer la atención de los consumidores; los bares y restaurantes cercanos promocionan por medio de bocinas y el alto flujo vehicular también se vuelve un factor que aumenta el ruido.

- **Hídrico**

La falta de una trampa de grasas en las cocinas, el lavado de los puestos de cárnicos y demás zonas, la generación de lixiviados por descomposición de la materia orgánica presente en los residuos y las aguas lluvia son vertidos a la red de alcantarillado, que finalmente desembocará en el río Frío.

- **Visual**

La desorganización de algunos comerciantes al realizar sus actividades impide que el consumidor vea la variedad de los productos que ofrecen, además, la generación de residuos y la inadecuada disposición causa incomodidad entre usuarios de la plaza, pues estos muchas veces se acumulan en los espacios donde transitan. Esto sumado a otras problemáticas hace que la plaza de mercado no tenga una imagen agradable antes sus visitantes y quienes habitan alrededor.

Matrices

Matriz de impactos (Tabla 1)

Es el resultado de un análisis cuantitativo que se valora de 1 a 3 siendo 1: bajo impacto, 2: impacto medio y 3: alto impacto. Estos impactos son de tipo negativo en varios componentes como el suelo, el aire, la población y otros por la venta de cada tipo de productos en la plaza, como los abarrotes, cárnicos o pecuarios, animales, entre otros.

Para la conclusión de esos resultados, se realiza una sumatoria de los valores cuantitativos por columnas que se valoran bajo el siguiente rango:

- 45 a 35 es de nivel impacto alto.

- 34 a 25 es de impacto medio.

- 25 a 15 es de impacto bajo.

Como resultado en la tabla se puede observar lo siguiente: La venta de productos agrícolas conlleva un impacto alto, miscelánea medio, pecuarios o cárnicos alto impacto, abarrotes bajo impacto, alimentos alto impacto, artesanales bajo impacto y animales mediano impacto.

Tabla 1. Matriz de impactos.

COMPONENTE	FACTOR	PLAZA DE MERCADO						
		Agrícola Zona 1, 3, 6 y 12	Miscelánea Zona 2, 4, 5 y 7	Pecuario o cárnicos Zona 11,13 y 14	Abarrotes Zona 10	Alimentos Zona 8, 9 y 10	Artesanal Zona 15	Animales Zona 15
AIRE	Calidad de aire	2	1	3	1	3	1	3
	Gases	3	1	2	1	3	1	1
	Olores	3	1	3	1	3	1	3
SUELO	Propiedades físicas	3	3	3	3	3	3	3
	Propiedades químicas	3	3	3	3	3	3	3
HIDROLOGÍA SUPERFICIAL Y SUBTERRANEA	Calidad	3	1	3	1	3	1	3
	Demanda	2	1	3	2	3	1	2
BIÓTICO	Flora	1	1	1	1	1	1	1
	Fauna	2	1	1	1	1	1	3
	Vectores	2	1	3	1	3	1	2
PAISAJE	Vista panorámica	1	2	3	2	3	2	2
	Imagen	3	2	3	2	3	2	2
POBLACIÓN	Seguridad	2	1	2	1	2	2	2
	Salud	2	2	2	1	2	1	2
SOCIO-ECONÓMICO	Turismo	2	1	2	1	2	1	1
	Comercio	2	1	2	1	2	1	1
TOTAL		37	23	39	23	40	24	34

Fuente. (Elaboración propia, 2015).

De esta manera, se puede analizar que la comercialización que mayor impactos negativos causa en el medio ambiente de la plaza es la comercialización de alimentos.

Matriz cualitativa (Tabla 2)

La siguiente matriz, se elaboró tomando como referencia los productos que se venden en la plaza en

base a algunos indicadores propuestos por la autoría dentro de los diferentes factores del desarrollo: natural, urbano-regional, político-institucional, económico-productivo y socio-cultural. De forma cualitativa se clasificó el impacto en tres niveles: alto impacto, mediano impacto y bajo impacto, dependiendo de la incidencia de cada indicador en la respectiva sección a consideración de lo evidenciado en las visitas.

Tabla 2. Matriz cualitativa.

Factor	Cárnicos y pecuarios	Agrícolas	Abarrotes	Animales	Alimentos	Artesanías	Miscelánea y comunica
<i>Natural</i>							
Presencia de vectores	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
Generación de residuos sólidos	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
Mala manipulación de alimentos	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
Producción de lixiviados	<i>Alto Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
Desperdicio	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
<i>Urbano-Regional</i>							
Mala infraestructura	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
Inaccesibilidad	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>

Político- institucional							
Apoyo por parte de la administración	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
Control y vigilancia	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
Económico-productivo							
Perdida de clientela	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>
Perdida de mercancía productiva	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
Bajo nivel de compra.	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
Socio-cultural							
Desconfianza del producto por parte del comprador	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
Desagrado por el desorden	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>
Desagrado por la cantidad de residuos generados	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Mediano Impacto</i>	<i>Alto Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>	<i>Bajo Impacto</i>

Fuente. (Elaboración propia, 2015).

Como se puede observar la matriz evidencia más impactos en el sector de alimentos y seguido el sector de venta de productos agrícolas, con mayor incidencia de altos impactos en los indicadores seleccionados, como lo es la generación de

residuos sólidos, la mala manipulación de alimentos, producción de lixiviados, desperdicio, pérdida de mercancía productiva, desagrado de la comunidad por el desorden y por la cantidad de residuos producidos.

La creación de estas matrices se hizo con el fin de tener un análisis cuantitativo, como se obtuvo en el caso de la primera matriz y un análisis cualitativo representado en la segunda matriz; para que según ambas matrices, se pudiera determinar la zona que más impactos negativos genera sobre el medio ambiente y en sí en los subsistemas del desarrollo.

Conclusiones

La plaza de mercado el Cacique de Chía es un centro de comercio de víveres que beneficia por sus actividades comerciales a visitantes y a locales, así mismo, aporta a la economía de sus usuarios y a la del municipio en general; sin embargo, como en todas las actividades que realiza el ser humano, se generan una serie de impactos negativos, que para el desarrollo de esta evaluación se clasificaron en impactos altos, medios y bajos en las matrices; conforme a esto se pudo evidenciar que el sector con mayor presencia de impactos altos fue la comercialización de alimentos preparados.

Así mismo, se generan en diferentes medidas otros impactos dentro de la plaza, debido a la mala manipulación de los alimentos, que en consecuencia genera un alto nivel de residuos y no se les da un manejo adecuado, desencadenando otra serie de inconvenientes dentro de la estructura como: lixiviados, vectores, malos olores, entre otros, y así mismo, afectan otras dimensiones del desarrollo como la parte social y cultural.

Para que una actividad logre impactos positivos, es necesario que las dimensiones: natural, urbano regional, político institucional, económico productivo y socio cultural sean trabajadas conjuntamente para que de esta manera se obtenga una sostenibilidad y beneficios de forma eficiente y efectiva para la plaza de mercado El Cacique de Chía.

Referencias

- Alcaldía Municipal de Chía. (2000). *Plan de Ordenamiento Territorial 2000*. Extraído de: <https://www.chia-cundinamarca.gov.co/POT2016/Acuerdo%20100%20POT%202016.pdf>.
- Alcaldía de Chía. (2015). *Página oficial*. Extraído de: <http://www.chia-cundinamarca.gov.co/index.php/demografia-chia>.
- Alcaldía Municipal de Chía. (2015). *Caracterización Poblacional de Chía, Cundinamarca*. Departamento Administrativo de Planeación. Dirección de Sistemas de Información para la Planificación. Extraído de: <http://chia-cundinamarca.gov.co/planeacion/AnalisisdemografiaChia2015.pdf>.
- Cely, F.M. (2013). *Informe de Gestión. Chía, Cundinamarca: EMSEERCHÍA*. Extraído de: <http://emserchia.gov.co/home/informe-de-gestion/>
- Colombia turismo web. (2015). *Información e historia del municipio de Chía*. Extraído de: <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/CUNDINAMARCA/MUNICIPIOS/CHIA/CHIA.htm>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE. (2015). *Indicador de importancia económica municipal*. Gobierno de Colombia. Extraído de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales/indicador-de-importancia-economica-municipal>.

- Gobernación de Cundinamarca. (2015). *Estadísticas básicas del Provincia de Sabana Centro*. Extraído de: <http://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/d8ad5b02-be5f-451f-bc31-6198e32bdae4/Sabana+centro.pdf?MOD=AJPERES&CVID=14W0Us0>.
- Gómez, N y Marroquín, K. (2011). *Agricultura Urbana en el Municipio de Chía con Familias de Estratos Bajos*. Extraído de:
- <http://repository.udca.edu.co:8080/jspui/bitstream/11158/156/1/203505.pdf>
- Gutiérrez, F. (2005). *Reglamento interno y operativo de funcionamiento de la plaza de mercado “El Caique de Chía”*. Alcaldía de Chía, Cundinamarca.
- Instituto Geográfico Agustín Codazzi-IGAC. (2105). *Geoportal de consulta catastral*. Extraído de: <http://geoportal.igac.gov.co/es/contenido/consulta-catastral>