

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA**

**UNAN-Managua**

**Recinto Universitario “Rubén Darío”**

**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS**

**Coordinación de Filología y Comunicación**



Estrategia Comunicacional con enfoque en Gestión de Riesgo ante las diferentes amenazas presentes en la zona 1 del Mercado Oriental, en el segundo semestre del 2014

**MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
FILOLOGÍA Y COMUNICACIÓN**

**AUTORES:** Bra. Jolany Karina Delgado Ramos

Bra. Edith Leticia Osorio Dávila

**TUTORA:** Prof. Lesbia Bermúdez

Managua, Marzo de 2015



JOLANY DELGADO RAMOS / EDITH OSORIO DÁVILA



**Bra. Edith Leticia Osorio Dávila**

**Y**

**Bra. Jolany Karina Delgado Ramos**





## DEDICATORIA

“El que habita al abrigo del Altísimo morará bajo la sombra del Omnipotente. Diré yo a Jehová: esperanza mía y castillo mío, mi Dios en quién confiaré. El te librerá del lazo del cazador, de la peste destructora, con sus plumas te cubrirá y debajo de sus alas estarás seguro.

Escudo y adarga es su verdad, no temerás al terror nocturno ni de saeta que vuela de día, ni de pestilencia que ande en oscuridad, ni de mortandad que en medio del día destruya.

Caerán a tu lado mil y diez mil a tu diestra, más a ti no llegarán porque ciertamente con tus ojos miraras y verás la recompensa de los impíos. Porque has puesto a Jehová que es mi esperanza... Pues a sus ángeles mandará cerca de ti para que guarde tus caminos”...

Salmos, capítulo 91.

Dedicamos nuestra monografía especialmente a Dios y a su hijo Jesús que nos dieron la bendición y fortaleza de lograr culminar con éxito nuestros estudios universitarios.

A nuestros padres quienes han sido una guía en el transcurso de nuestra vida, siendo nuestros primeros maestros, aconsejándonos, inspirándonos, formándonos y sobre todo demostrando que las barreras no son un obstáculo sino un reto a superar.

Con especial cariño, a nuestra profesora Lesbia Bermúdez quien nos ofreció su amistad, confianza, sabiduría y consejos, siendo más que maestra, pues nos abrió las puertas de su casa, se desprendió de su valioso tiempo, nos atendió y guió con paciencia, nos apoyó incondicionalmente con sus propios medios, por ello y más siempre le estaremos agradecidas.



JOLANY DELGADO RAMOS / EDITH OSORIO DÁVILA



Especialmente a nuestros seres queridos que el día de hoy no están con nosotras, pero que fueron el pilar fundamental en nuestro desarrollo como personas: Ada Esther González Sánchez; Andrés Osorio Rojas.



## AGRADECIMIENTO

En primera lugar, agradezco a mi padre Dios por darme la bendición de culminar estos cinco años de carrera, por darme la fortaleza de seguir adelante pero sobre todo por demostrarme que siempre ha estado conmigo. Es por él que hoy me encuentro redactando estas sencillas pero sinceras palabras.

A mi madre, Francisca Ramos González y mi padre Ariel Delgado Gómez quienes han sido mi fuerza e inspiración en mi vida, agradezco sus consejos y sus esfuerzos por darme todo lo que he necesitado en estos 22 años. De igual forma a mi hermana Wendy Delgado Ramos por apoyarme y ayudarme desde mi infancia.

Con especial cariño, a mi tía Martha Ramos, pues fue ella quién me dio su apoyo desde Honduras para lograr matricularme en esta respetable Alma mater.

Esta monografía, ha sido un trabajo en conjunto con mi mejor amiga y compañera Edith Leticia Osorio Dávila a quien le agradezco por haber depositado su confianza en mí para la realización de este importante triunfo. Después de muchos sacrificios, meses, días y horas de desvelo, hemos logrado llegar victoriosas de la mano hacia la puerta del éxito y hoy es un orgullo poder graduarme de manera satisfactoria con ella.

También agradezco a mi primo Jimmy Hunter que ha sido como un hermano para mí, por haberme apoyado en mis diferentes etapas universitarias.

A mi linda profesora Lesbia Bermúdez, pues ha sido más que una maestra, durante varios años me demostró ser una buena amiga. No cabe duda que como maestra y tutora es la mejor de la carrera de Filología y Comunicación y para mí fue un placer haber trabajado con ella.

De igual forma, agradezco a mis amigas Yadira Báez y Hellen Cabezas por haberme apoyado en el proceso de culminación de la monografía.

Dios les bendiga en gran manera.

**Jolany Delgado Ramos.**



## AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera especial a mi padre Jehová y a su hijo Jesús por haberme dado las fuerzas cuando las necesitaba, la fortaleza cuando la pedía, el ánimo cuando no lo tenía, el apoyo incondicional a todas mis necesidades y sobre todo la sabiduría para desarrollarme personal y profesionalmente.

A mi padre Andrés Osorio que desde pequeña me educó e inculcó buenos valores, siendo mi primer maestro y amigo, aunque hoy no se encuentre en persona conmigo, siempre está en mi corazón guiando mi camino.

Agradezco a mi madre Cristina Dávila por ser un ejemplo de mujer a seguir, por haber confiado en mí, dejándome tomar mis propias decisiones, porque se ha desprendido de su alimento para brindarme su ayuda y cubrir mis necesidades, por ser una guerra en esta vida.

A mi hermano Joseph Osorio, por ser mi confidente, amigo, compañía y apoyo en los momentos buenos y malos.

A mi compañera Jolany Delgado Ramos, por el apoyo, paciencia, tiempo y dedicación, que mostró en la realización de este trabajo, pues sin ella no hubiese sido posible finalizarlo. Por ser más que una amiga y apoyarme en los momentos más difíciles de mi vida.

A mi profesora Lesbia Bermúdez que me dio la confianza, consejo y encaminó en todo este proceso, por abrirme las puertas de su casa y mostrarme su apoyo incondicional.

¡Todo lo Puedo en Cristo que me fortalece!

**Edith Osorio Dávila.**



## Contenido

RESUMEN .....	9
INTRODUCCIÓN .....	11
ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN .....	13
1. RASGOS GENERALES DEL MERCADO ORIENTAL.....	15
1.1 Alegrías y Sinsabores .....	15
1.2 Seguridad y Abusos .....	16
1.3 El Mercado después del Terremoto de 1972 .....	16
1.4 El Mercado Después del Triunfo (1979).....	16
1.5 El Mercado en los 90 .....	17
1.7 Límites del Mercado Oriental.....	18
1.8 Agua y Saneamiento.....	18
1.9 Energía Eléctrica .....	19
1.10 Sistema Eléctrico Comercial .....	19
2. Posibles Riesgos en el Mercado Oriental .....	19
JUSTIFICACIÓN .....	20
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	21
OBJETIVO GENERAL.....	23
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	24
PREGUNTAS DIRECTRICES .....	25
MARCO TEÓRICO.....	26
1. ACTITUD: .....	26
2. COMUNICACIÓN:.....	27
2.1 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA.....	29
2.2 PLAN DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES LOCALES .....	29
2.3 COMUNICACIÓN INTERNA .....	30
2.4 COMUNICACIÓN EXTERNA .....	30
2.5 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL .....	30
3. EPISTEMOLOGÍA:.....	30
4. PLANIFICACIÓN: .....	30
4.1 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA:.....	31
4.2 PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE RIESGO: .....	31



4.3 PLANIFICACIÓN Y RACIONALIDAD:.....	31
5. RACIONALIDAD.....	31
5.1 LA RACIONALIDAD Y SUS TIPOS:.....	32
5.2 RACIONALIDAD COMO LÓGICA DE ACCIÓN:.....	32
6. GESTIÓN DE RIESGO.....	32
6.1 COMPONENTES DEL RIESGO.....	33
6.2 Tipos Amenazas.....	33
6.3 Vulnerabilidad:.....	33
6.4 Factores de vulnerabilidad:.....	34
7. Ley de Municipios.....	35
8. Riesgo.....	36
8.1 Riesgo Natural.....	36
8.2 Gestión de Riesgo para la reducción de desastres.....	36
8.3 INCLUSIÓN DE GÉNERO EN LA GESTIÓN DE RIESGO.....	38
8.4 ORGANIZACIÓN COMUNITARIA.....	39
9. Medio Ambiente:.....	40
9.1 Contaminación Ambiental.....	40
10. Sistema de Alerta Temprana.....	40
10.1 Señales Únicas de Alerta.....	40
11. MARCO JURÍDICO.....	41
MARCO METODOLÓGICO.....	43
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LOS COMERCIANTES.....	48
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LOS COMPRADORES.....	113
ENTREVISTA.....	158
ANÁLISIS COMUNICACIONAL.....	161
CONCLUSION.....	165
RECOMENDACIONES.....	167
PROPUESTA.....	168
BIBLIOGRAFÍA.....	179
ANEXOS.....	180





## RESUMEN

El presente estudio aborda un aspecto de carácter social, donde se exponen, estudian, analizan y brindan soluciones a las amenazas que azotan la zona 1 del Mercado Oriental, con el propósito de resguardar la vida de las personas que transitan, visitan y compran.

El objetivo de este trabajo es establecer estrategias dirigidas a mitigar las amenazas naturales y/o antrópicas, mediante una estrategia comunicacional, adoptando un enfoque de gestión local de riesgo.

Por lo tanto, se procedió a identificar las amenazas en la zona y posteriormente se realizó el análisis para determinar los factores de vulnerabilidad para determinar el nivel de riesgo que tiene en los diferentes sectores.

La elaboración del documento ha pasado por un proceso ordenado de consulta y de validación por parte de los sujetos en estudio, pues son ellos el punto clave para lograr mitigar las amenazas existentes en la zona.

Este proceso se llevó a cabo por la aplicación de dos encuestas dirigidas a comerciantes y compradores, dos entrevistas dirigidas al Gerente General de COMMEMA, a Lisseth Rugama responsable de la zona 1, esto para lograr identificar las amenazas existentes, de igual forma determinar el grado de conocimiento que estos tienen sobre las diferentes amenazas naturales y/o antrópicas.

El propósito de esto es que los comerciantes, compradores e instituciones vinculadas al lugar tomen la iniciativa de hacer un cambio en la zona, para preservar la vida y erradicar las amenazas latentes en el lugar.



Por tal razón, se tomó como parte fundamental de este estudio determinar el grado de participación y compromiso de las instituciones locales y las instituciones que la Ley mandata para velar por el bienestar de la vida de las personas que a diario visitan este centro de compras.

De tal forma, el Mercado Oriental está a cargo de la municipalidad, se encuentra dividido en tres zonas comerciales creando así un gran centro de producción económico accesible para todo público.

Este centro de compras, no cuenta con una buena organización por parte de las instituciones, comerciantes y compradores. Por tal razón, no cuenta con desarrollo sostenible en cuanto a la prevención, mitigación y atención de desastres.

Es por esta razón, que se procedió a realizar una estrategia comunicacional para que ayude a prevenir, mitigar las amenazas presentes en la zona de estudio.



## INTRODUCCIÓN

De acuerdo a la definición Aristotélica, el hombre es un animal social, político, cultural, metafísico y religioso con capacidad de organizar un barrio, una ciudad o un gobierno. Para esto el hombre tiene que tener metas precisas y concisas que pueda ejecutarlas en la comunidad en que vive. Por ello, hay que tener en cuenta que planificar no significa que decisión se va a tomar mañana, sino, que decisión debo tomar hoy para conseguir lo que quiero mañana.

El propósito de este trabajo es establecer acciones dirigidas a reducir la incertidumbre que se produce por las influencias negativas de las amenazas naturales y/o antrópicas presentes en la zona 1 del Mercado Oriental, mediante el esfuerzo bien planificado de la respuesta, adoptando un enfoque de gestión local de riesgo.

Contiene la caracterización del mercado, el análisis de las amenazas, el grado de organización y participación comunitaria e institucional, la planificación de las acciones de respuesta, así como las recomendaciones para la prevención y mitigación de las amenazas, de forma que permita su inserción en el Plan de Desarrollo municipal y comunitario, sentando las bases para lograr un mejor desarrollo sostenible.

Dado a la extensión geográfica que presenta este “Gran monstruo económico”, como también es conocido el Mercado Oriental, se trabajará específicamente en la zona 1, la cual abarca la parte de los electrodomésticos, calzados y ropa en su mayoría; cabe recalcar, que dicha zona comprende la parte este y sureste del mercado.



De igual forma, se puntualizan las diferentes amenazas naturales y/o antrópicas presentes en la zona 1 del mercado, así como también las distintas propuestas de prevención y mitigación que ayuden a preservar la vida de los individuos de la zona.

La planificación comunicativa es la indicada para reducir las consecuencias que puedan causar estas amenazas, de tal manera que den soluciones a los problemas que presenta esta zona, es por ello la realización de este trabajo.

La zona 1, representa una de las principales vías de tránsito, pues enlaza con la zona 2 y 3 de este mercado, por lo cual, en caso de emergencia es la primer ruta a considerar por los bomberos, policía u otra institución, pero en los últimos años ésta a se ha visto obstaculizada por los mismo comerciantes.

Es oportuno mencionar, que la elaboración de este estudio ha sido posible gracias a la colaboración de los comerciantes de la zona 1, de los compradores, de la responsable de la zona Lisseth Rugama y al Gerente General de COMMEMA del Mercado Oriental, Licenciado Pablo Augusto Rivera Calero.

La administración del Mercado Oriental está a cargo de la municipalidad, se encuentra dividido en tres grandes zonas comerciales cuyo acceso se facilita por las rutas de buses locales e inter departamentales que transitan por las calles aledañas.

Según datos obtenidos por COMMEMA (2014), en la zona 1 más de setenta y siete mil personas circulan diariamente en temporada normal y ciento cuarenta y dos mil en temporada navideña, razón por la cual se diseñará una Estrategia Comunicacional con enfoque en Gestión de Riesgo, para prevenir y mitigar las diferentes amenazas a las que están expuestos los comerciantes y consumidores de esta zona.



## ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Se conoce que dentro del mercado existen actividades que se practican durante siglos de existencia, para la realización de esta actividad de comercio se necesita una organización, intercambio y la forma de relación que deben existir entre los comerciantes y consumidores.

Los comercios practicados en tiempos precolombinos tienen organización, estructura social, relación interpersonal y tipo de intercambio que era parte de la vida mercantil de los habitantes, este patrón cultural se logra percibir dentro del contexto actualmente.

**Solís, N. (2013).** Patrones Socioculturales, forma de organización e intercambio entre los comerciantes del Mercado Oriental-Managua 2013.

El trabajo de investigación desarrolla el estudio de Patrones socioculturales, forma de organización, intercambio de los comerciantes del mercado Oriental. El trabajo tiene como propósito el estudio de los modelos socioculturales que inciden en la forma de relación, organización e intercambio de los comerciantes; de cómo se orientan los comerciantes para desarrollar las actividades cotidianas.

**Méndez, S. (enero 2011).** Importancia de las normativas jurídicas de protección del medio ambiente.

Esta estudiante llegó a la conclusión de que sigue habiendo una deficiencia en las leyes ambientales, puesto que se continúan cometiendo delitos ambientales que han sido denunciados y no se han obtenido respuesta.

Hay una deficiencia de información sobre las leyes ambientales que desconocen estudiantes y pobladores, que conllevan el incumplimiento de las mismas.



Esta investigación tiene relación con el tema de Gestión de Riesgo porque se nota claramente que si no se respetan las leyes ambientales estipuladas, se estará causando un daño a la naturaleza y asimismo se provocan amenazas antrópicas, las cuales perjudicarán y pondrán en riesgo a toda la población.

Es por ello que planificación con enfoque de gestión de riesgo se encarga de mitigar o de reducir estas problemáticas que las mismas problemáticas causan.

**Ruíz, D. (2009).** La aplicabilidad y observancia de la norma jurídica ambiental nicaragüense en el municipio de Managua – Distrito V, año 2009.

Ellos llegaron a la conclusión de que esta aplicación ambiental no es por falta de instrumentos jurídicos o por conferencia de instituciones especializadas en la materia ni de leyes, sino un problema socio-cultural que tiene sus raíces en la falta de educación y cultura ambiental a nivel de funcionarios públicos y por parte de la población en general, de tal manera que se debe planificar y ver hacia el futuro de manera que se logre reducir los riesgos antrópicos y saber actuar de manera astuta cuando se prolonguen los riesgos antrópicos.

**Miranda, M. (2001).** Situación Higiénica, Sanitaria y Ambiental del sector III Mercado Oriental, Managua 2001.

El estudio, desarrolla las problemáticas existentes en el mercado oriental de los residuos sólidos y líquidos que generan un deterioro a las condiciones higiénicas, sanitarias y ambientales en áreas urbanas de mayor receptividad y concentración de la contaminación. El propósito de este trabajo es demostrar las problemáticas que logran generar la basura y las charcas en este centro de compras.



## 1. RASGOS GENERALES DEL MERCADO ORIENTAL

A mediados del mes de abril de 1931 después de haber sucumbido la ciudad de Managua el 31 de marzo, a las afueras de la ciudad había un predio grande, encontrándose en este, una casita debajo de un ceibo que tenía un molino. En este molino llegaban varios comerciantes de los diferentes puntos de la ciudad de Managua, así como: La Sierritas, Ticuantepe, Las Jaguitas, Jocote Dulce y Esquipulas; llevando consigo frutas y diferentes alimentos para ser comercializado, razón por la cual surgió la idea de construirse un tiangué llamándole “Oriental”.

Los primeros establecimientos y medianos comerciantes que rodearon este famoso Mercado Oriental, fueron por la parte norte “El buen Fierro”, rancho grande, la mecatera vieja, hilados y tejidos la campana, dos puestos de arroz, el molino del ceibo, farmacia Mendoza y billares de Mairena.

En la parte sur, no muy largo estaba una fábrica de pastas alimenticias, molino y cafetería caracol, que comenzaban a distribuir sus productos. De igual forma se encontraba una pulpería llamada la Nocturna, ya para los años 50 y 60 los antros, cantinas y prostíbulos fueron creciendo en el Mercado Oriental.

### 1.1 Alegrías y Sinsabores

Las fiestas de Santo Domingo, eran motivos de ganancias exorbitantes tanto para los comerciantes como para todos los antros de vicios.

La llegada del circo Firuliche en la parte este de lo que hoy es la azucarera, no era para menos los pagos de la tercera sección de la guardia nacional (los pelones) que su presencia era también motivo de zozobra para el sector del mercado. Hubo una vez que amanecieron 3 guardias (pelones) muertos en los predios de los cuadros de calloso.



### **1.2 Seguridad y Abusos**

Para velar por la seguridad tanto de los comerciantes como de los clientes del Mercado Oriental, inicialmente, se formaron grupos y después se organizó la seguridad individual.

De parte de la policía se aparecían de 2 en 2, los que más llegaban eran Enrique Obregón con la famosa zaranda una camioneta forrada con malla con una puerta atrás. Todo era para ahuyentar a los ladrones y revisar las tarjetas de las prostitutas, si se fueron a examinar, su estado de salud, para seguir trabajando.

A los ebrios necios los metían en la zaranda, a los ladrones que eran pocos, como: Tamal, Chente huevo, El peludo, zoropeta, el mono, El cuajipal. Lo delicado de esto era que varios de ellos tenían sus madres o hermanos vendiendo en el mercado, por lo que no se podían denunciar y eso persiste actualmente en el Mercado Oriental.

### **1.3 El Mercado después del Terremoto de 1972**

El terremoto del 23 de diciembre de 1972 llegó a provocar aún más el crecimiento de este "monstro", cambiando completamente su fisonomía pues todos los predios baldíos fueron ocupados. El gancho de camino se amplió con una calle que pasa por el calvario y de la nocturna (sucursal del Banco Central) pasa por el calvario de sur a norte uniéndose las dos calles del calvario 1c al sur y así el Mercado Oriental recupera más amplitud midiendo aproximadamente 80 manzanas.

Con la desaparición del caserío que estaba al lado Este del llamado "chiquero", se formó la zona 1, la que paulatinamente se iba transformando en una zona de comercio más exitosa del Oriental.

### **1.4 El Mercado Después del Triunfo (1979)**

A partir de agosto de 1979, una zona del Mercado fue cercada con alambres de púas solo habían cuatro entradas, era el momento preciso para transformarlo en un verdadero mercado, aseado y ordenado, pero no habían suficientes recursos económicos para hacerlo.





Se construyeron cuatro galerones en la parte occidental pero fueron pocos los comerciantes decididos a abandonar el sistema de desorden, no estaban suficientemente educados para el orden. Se comenzaron a invadir las calles, se aglomeró de ventas las paradas de buses, dándole solo pasada a las carretillas de mano y carretones, esto era por el mismo desorden, dentro y fuera del mismo mercado.

En la década de los 80 el Mercado Oriental se paralizó por la inflación mundial y las diferentes alzas del dólar, sufriendo así el primer cambio de la moneda y algunos comerciantes perdieron parte de su capital, por mantener su dinero en los bancos, otros no, porque todo su dinero estaba invertido en mercadería, algunos fracasaron y otros comerciantes fuertes nacieron, esto le sucedió a los de la zona 1 del mercado.

### **1.5 El Mercado en los 90**

Los nicaragüenses comenzaron a emigrar masivamente para los países vecinos, esto fue cuando se dio nuevamente el cambio de moneda por el gobierno en turno, se creyó que la presidenta iba a poner un stop al mercado y no fue así, esta superinflación llevó al país entero al fracaso, el mercado y los desocupados poco a poco se fueron tomando las manzanas adyacentes al mercado.

Ciudad jardín fue tomada en un 70% para convertirse en almacenes, restaurantes, comiderías de aire libre , bancos, casas de créditos, óptica, librerías, ventas de repuestos y mueblerías.

Dentro del mercado se ubicaron, los ferreteros y el mercado negro, cholutequita y el sector plástico este último sufrió un incendio de mediana magnitud y se construyó un gran galerón sin obtener ningún beneficio.

El 31 de julio de 2008, el mercado volvió a sufrir otro gran siniestro, con la pérdida de una manzana entera, donde las pérdidas económicas fueron grandes, todos los comerciantes fueron habilitados con préstamos a largo plazo y con cuotas bajas, este sector es el mejor estructurado y más ordenado (zona 1).



### 1.6 En la Actualidad

El Mercado Oriental, actualmente y según información proporcionada por el COMMEMA y SINAPRED, en este centro comercial existen 12,000 tramos fijos, 3,000 tramos eventuales y 2,000 comerciantes informales lo que suma un total de 17,000 tramos con un aproximado de 51,000 comerciantes que están dispuestos a ofertar sus productos y servicios aproximadamente a 140,000 compradores diariamente, cantidad que se incrementa en temporada navideña en la que asciende hasta 300,000 visitantes por día.

El Mercado Oriental está zonificado en tres zonas,

1. **Zona 1:** es la parte de los electrodomésticos, calzados y Ropa en su mayoría, comprendiendo la parte Este y sureste del Mercado.
2. **Zona 2:** se compone por el centro del Mercado que incluye la parte de Cholulteca, medicinas, mariscos entre otros.
3. **Zona 3:** es la más extensa del Mercado Oriental, comprende el área de pintura, ferreterías, sector de abanicos, hasta el sector del Novillo, granos básicos, abarrotería, llantas de repuesto, carnes y verduras.

### 1.7 Limites del Mercado Oriental

- **Norte:** Carretera Norte
- **Sur:** Bo. Rigoberto López Pérez
- **Este:** Bo. Los Ángeles y Ciudad Jardín
- **Oeste:** Bo. 19 de Julio

### 1.8 Agua y Saneamiento

El 60% de los tramos donde se ubican negocios que ofertan diversidad de productos y servicios tienen acceso al servicio de agua potable, sin embargo, solamente un 10% de ellos posee instalaciones de medidores, en tanto que el resto de los tramos no tienen acceso al vital líquido de forma legal sino que en la mayoría de los casos, desarrollan conexiones artesanales o trasladan en agua desde otros establecimientos comerciales.



### 1.9 Energía Eléctrica

En el Mercado Oriental se logró determinar varios puntos de alimentación de energía eléctrica debidamente instalado, pero de alta complejidad, debido a esto y el tamaño del centro comercial, el trabajo de supervisión se realiza tomando en cuenta las conexiones de los bajantes hacia las redes secundarios y a su vez a bastidores respectivos que conducen energías a los tramos correspondientes, se detalla que por medio de observación se logra constatar los riesgos elevados por las deficientes conexiones eléctricas existentes.

#### 1.10 Sistema Eléctrico Comercial

Se logra identificar deficiencia en tramos de comercios pues en las zonas se encuentran conexiones descubiertas y mal empalmadas sobre vigas, tramos y techos, esto se debe a la cantidad de conexiones ilegales que se encuentran en el populoso centro de comercio, donde solo el 40%, aproximadamente, consume energía eléctrica de forma legal y el 60% realizan sus propias conexiones de forma insegura e ilegal. (Datos proporcionados por COMMEMA y SINAPRED).

## 2. Posibles Riesgos en el Mercado Oriental

### 2.1 Riesgos sísmicos

El riesgo sísmico está representado por la ubicación en la que se encuentra el mercado, pues se encuentra en áreas cercanas a las fallas de los Bancos, Tiscapa y Chico Pelón, las cuales representan amenazas potenciales para unas 191 mil personas en días o temporadas comunes; 351 mil en temporadas navideñas y fin de año.

### 2.2 Riesgo de incendios

En una muestra de 91 incendios ocurridos en este mercado, 56 se han originado en el propio mercado y 35 en las periferias del mismo. De los 56 en el propio mercado el 51.3 % del origen han sido eléctricos, le siguen por llama abierta en un 25.45%, 20.65 fueron de origen químico y un 3% su origen no se logró determinar.



## JUSTIFICACIÓN

La realización de este trabajo demuestra de manera cualitativa el estudio de las amenazas naturales y/o antrópicas presentes en el Mercado Oriental, su organización y las diferentes problemáticas referidas a las mismas. Esta investigación es conveniente porque se hace un análisis de las amenazas que ponen en peligro la vida de cientos de personas que a diario circulan en el centro comercial más grande de Centro América. Por ende, es de vital importancia e interés para las instituciones que están destinadas al control y organización de este populoso mercado, así como COMMEMA, SINAPRED, Defensa Civil, Alcaldía de Managua, Policía Nacional, MINSA, Unión Fenosa y ENACAL.

De tal manera, este estudio contribuirá en el orden organizacional y desarrollo del mismo, pues se demostrará cuáles son sus debilidades, fortalezas y principales amenazas que se mantienen latentes dentro y fuera del Mercado. De modo, que se brinda las herramientas comunicacionales necesarias para superar estas debilidades y amenazas.

El valor teórico de esta investigación se centra en la escuela de Birmingham, Raymond William, Román Jakobson y Dubois Jean, quienes estudian la comunicación bajo la perspectiva del receptor.

La investigación tiene una unidad metodológica debido a que cuenta con todo un procedimiento necesario estudiado paso a paso. Se utilizó la observación para la identificación de las amenazas en el lugar, encuestas y entrevistas para apreciar cuál es el nivel de conocimiento y organización comunicacional en función de la prevención de las amenazas naturales y/o antrópicas en la zona 1 del Mercado Oriental. Su relevancia social es importante, con la misma se puede identificar los diferentes aspectos que perjudican a este centro de compras, comerciantes y compradores.

La investigación es de utilidad para los jóvenes estudiantes de Filología y Comunicación y carreras afines que le interesen conocer los diferentes aspectos de Planificación de la Comunicación, enfocada en Gestión de Riesgos.



## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La racionalidad en la planificación aparece como el intento de disminuir incertidumbres y controlar los eventos, de tal forma que se puedan subordinar. Sin embargo, se debe ser consciente de la imposibilidad de un control completo del entorno, así que se debe de conciliar la búsqueda de mitigación de incertidumbres, con un conocimiento profundo de la realidad social y la capacidad de flexibilidad ante el cambio.

De igual forma, se ve la proliferación de robos, el difícil acceso a la vía pública para los peatones, las conexiones eléctricas ilegales, falta de conexiones de aguas pluviales y sanitarias, el almacenamiento de grandes toneladas de basura, la proliferación de charcas y aguas podridas, la falta de puestos médicos en la zona y sobre todo la ausencia de información, son las amenazas con las que conviven los peones de este juego. En cambio, estas instituciones brillan por su ausencia, pues la falta de organización o de un plan estratégico por parte de las mismas no ayuda a prevenir o mitigar las amenazas presentes en esta zona.

La zona 1 del Mercado Oriental no está apta para enfrentar en su totalidad las diferentes amenazas que la asechan como naturales y/o antrópicas, pues no hay una organización directa que vele a diario por los intereses de los comerciantes y compradores de esta zona.

Los dirigentes o representantes de COMMEMA, Alcaldía de Managua, MINSA, Unión Fenosa y SINAPRED, no se ven involucrados ante éstas problemáticas con las que conviven comerciantes y compradores por días, semanas, meses y por años.

En cambio, una fortaleza es que parte de los comerciantes están dispuestos a participar en cualquier actividad que sea de beneficio propio y de preservación de la vida.



Una de las debilidades de la zona, es la falta de comunicación entre COMMEMA y comerciantes que son los sujetos principales y los únicos que pueden lograr mitigar ciertas amenazas antrópicas en los diferentes sectores.

¿La comunicación acción constante entre representantes de las instituciones y comerciantes es la clave para el desarrollo y mejoramiento de la zona 1?

¿De qué manera la comunicación puede crear esas condiciones organizacionales de educación ante las posiciones individuales para presentarse ante cualquier eventualidad de las amenazas?

Al final de todas las observaciones e interrogantes planteadas formulamos la pregunta siguiente:

¿De qué manera la comunicación entre COMMEMA y comerciantes de la zona 1 logrará reducir o mitigar las diferentes amenazas antrópicas que se han identificado en la misma?



## **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una estrategia de comunicación con enfoque en Gestión de Riesgo, para enfrentar las diferentes amenazas naturales y/o antrópicas presentes en la zona 1 del Mercado Oriental, en el segundo semestre del 2014.



## OBETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las amenazas naturales y/o antrópicas que prevalecen en la zona 1 del Mercado Oriental.
- Indagar las causas que generan a las amenazas naturales y/o antrópicas en la zona de estudio.
- Caracterizar los daños que pueden provocar las amenazas naturales y/o antrópicas en la zona 1 de este mercado.
- Establecer el grado de organización y participación territorial y comunitaria de los sujetos en estudio en relación a la prevención, mitigación y atención de desastres.
- Definir el accionar de las instituciones locales(SINAPRED, Alcaldía de Managua y COMMEMA) ante la prevención, mitigación y atención de desastre en la zona 1 del mercado Oriental.
- Elaborar un mapa donde se muestre el tipo de amenaza que prevalece en la zona 1 del mercado oriental.
- Elaborar propuestas de prevención antes las amenazas naturales y/o antrópicos, que puedan ser incorporadas en la estrategia comunicativa.





### **PREGUNTAS DIRECTRICES**

1. ¿Realmente existen amenazas que afecten a la zona 1 del Mercado Oriental?
2. ¿Cuáles son las causas que generan a las amenazas naturales y/o antrópicas presentes en la zona 1 del Mercado Oriental?
3. ¿Existe una ubicación geográfica precisa o exacta de las amenazas naturales o antrópicas con el conocimiento de la población?
4. ¿Realmente existe o no existe una organización territorial y comunitaria de las diferentes instituciones ante la prevención, mitigación y atención de desastre en la zona 1 el Mercado Oriental?
5. ¿Qué medidas de prevención pueden ejecutar las instituciones locales del SINAPRED ante las amenazas naturales y/o antrópicas para la mitigación, prevención y atención de desastres en la zona en estudio?
6. Señalar los puntos de amenazas existentes en la zona de estudio por medio de un mapa para brindar acciones de prevención.
7. ¿Qué medidas de prevención se les puede brindar a las instituciones del SINAPRED, COMMEMA, comerciantes y consumidores, que brinden soluciones ante sus amenazas?



## MARCO TEÓRICO

Para poder desarrollar un trabajo estructurado y que responda de manera contundente a un problema, en este caso de comunicación comunitaria, se considera necesario involucrar una serie de elementos teóricos y conceptuales que permitan alcanzar un proceso metodológico efectivo, y que al mismo tiempo, otorguen las herramientas necesarias y conocimientos puntuales acerca de los ejes de acción que exige la práctica social.

De tal manera, que se presentan referentes teóricos como ejes temáticos soportantes de esta investigación y los resultados de la misma.

Para esta investigación se empleó como paradigma de la comunicación, la escuela de Birmingham; la cual se enfoca en el receptor.

Esta escuela aspira a comprender y explicar la articulación entre la sociedad y la práctica de la comunicación. Su interés se centra sobre todo en analizar de forma específica el progreso social; correspondiente a la atribución de sentido de la realidad, al desarrollo de una cultura de prácticas sociales compartidas, y de un área común de significados.

Raymond William (1980), desarrolló el tema de hegemonía, llegando a la conclusión de que los medios de comunicación actúan como traductores de ésta y que le otorgan sentido.

Para tener mayor comprensión del plano comunicacional se detallan los siguientes conceptos:

### 1. **ACTITUD:**

Según Rodríguez (1991), Basándose en diversas definiciones de actitud, la definió como: “una organización duradera de creencias y cogniciones en general, dotada de una carga afectiva a favor o en contra de un objeto definido, que predispone a una acción coherente con las cogniciones y afectos relativos a dicho objeto”.

Afirmese que las actitudes son aquellas opiniones que se emanan de acuerdo al contexto en que los individuos se desarrollan, en un espacio y tiempo, en el cual



se emiten una serie de conductas, ya sean positivas o negativas ante cualquier objeto social.

## 2. COMUNICACIÓN:

La comunicación es producto de la naturaleza social del hombre, naciente del deseo colectivo de supervivencia que trajera como resultado la necesidad de organización de los individuos para alcanzar objetivos a los que de manera individual no hubiesen podido llegar. (Concepto brindado en la asignatura planificación de la comunicación, 2013)

Dubois Jean (1992), afirma en su concepto de comunicación lo siguiente: “comunicación es un intercambio verbal entre un hablante que produce un enunciado destinado a otro hablante”. Es decir, el trato de correspondencia entre dos o más personas.

Además puede definirse como la unión que se establece entre ciertas cosas o individuos mediante vínculos físicos o sociales.

Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Jakobson Ramón (1960), lingüista y fonólogo ruso definió el circuito de la comunicación compuestos por los siguientes elementos:

- ✓ Código: sistema de signos y de reglas para cambiarlos que por un lado es obligatorio y por otra parte debe de estar organizado de antemano.
- ✓ Canal: proceso de comunicación que emplea ese código, precisa de un canal para la transmisión de señales. El canal sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación.
- ✓ Emisor: persona que se encarga de transmitir el mensaje.
- ✓ Receptor: persona a quien va dirigida la comunicación. Realiza un proceso inverso al emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor.



- ✓ Mensaje: es lo que se comunica, un contenido y un proceso que con sus aspectos previos y consecuencia los motive.

Los teóricos han determinado cinco axiomas de la comunicación:

1. Es posible no comunicarse
2. Toda comunicación tiene contenido y un nivel de relación
3. La relación depende de la forma en cada acto de comunicación lo establece.
4. Los sujetos de la comunicación, utilizan la comunicación sistemática y la analógica.
5. Toda relación comunicacional es simétrica y completa.

Existen varios tipos de comunicación que van en dependencia del código que se ocupe:

- Lingüística escrita: Cuando el código empleado es lingüístico escrito. Por ejemplo: la correspondencia por carta.
- Lingüística oral: Cuando el código empleado es lingüístico oral. Por ejemplo: Cuando se conversa.
- No lingüístico visual: Cuando el código empleado es no lingüístico visual. Por ejemplo los carteles publicitarios.
- No lingüístico gestual: Cuando el código empleado es no lingüístico gestual. Por ejemplo, los gestos que utilizamos cuando conversamos ya sea con las manos, hombros, etc.
- No lingüístico acústica: Cuando el código empleado es no lingüístico acústico. Por ejemplo, la sirena de la cruz roja.
- Códigos no lingüísticos: Son aquellos códigos que necesitan del lenguaje. No requieren de un idioma determinado para ser capaces de transmitir el mensaje.



Según Dubois Jean (1992), para que estos códigos sean útiles, tanto el emisor como el receptor deben saber sus significados, pero no tienen que saber leer ni escribir. Ello se debe a que estos códigos, como no utilizan el lenguaje, no son escritos ni orales.

### **2.1 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

Garrido (2000), sostiene que el propósito fundamental de la comunicación estratégica está en orientar y unificar a las personas para agrupar sus potencialidades y considerarlas así recurso vital de la organización.

Lo que se pretende entonces, es hacer de la comunicación una estrategia para la generación de espacios que permitan crear y mantener lazos sociales y planes con objetivos adaptables a los cambios del entorno, que posibiliten que la organización permanezca y logre un desarrollo integrado en el que los protagonistas sean los sujetos o actores sociales.

### **2.2 PLAN DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES LOCALES**

La comunicación se considera la herramienta principal dentro de las instituciones, pues su sentido radica en la idea de generar cada vez más vínculos con las personas que hacen parte de una organización, de la misma en que se hace posible el intercambio de significados con sentido entre las personas, así como también la participación y retroalimentación entre unos y otros. Dentro de sus herramientas posibles y necesarias para el correcto ejercicio de la misma, el plan de comunicación representa la construcción de espacios de interacción y acción de los miembros de una organización en términos operativos y humanos.

Mantener un plan de comunicación le permite a las organizaciones comunitarias organizar la información con respeto al cumplimiento de objetivos, basados en una estrategia comunicacional, con el fin de proyectar una mejor imagen y mejorar las relaciones con otro tipo de organizaciones y al mismo tiempo a los pobladores en general.



Del mismo modo se puede definir al plan de comunicación: como el documento más ambicioso y estratégico. Suele componerse de tres partes: el estudio de la situación, el objetivo estratégico y las modalidades de la acción correspondientes a este objetivo.

### **2.3 COMUNICACIÓN INTERNA**

Piñuel (1997:94) señala que “la comunicación al interior de una organización es sustancial; sin embargo, el desarrollo de una política de comunicación no siempre se ha considerado consustancial con el desarrollo de una política de organización.

### **2.4 COMUNICACIÓN EXTERNA**

López (2006) establece que la comunicación externa surge de la necesidad de la misma organización de interrelacionarse con otros públicos externos, sin la cual su función productiva no podría desarrollarse.

Con la estrategia de comunicación se pretende ayudar a la institución a mejorar sus blancos débiles y fuertes, implementando ideas innovadoras que contribuyan a mejorar las buenas relaciones internas y externas.

### **2.5 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL**

Es el conjunto de mensajes que una organización proyecta a un público determinado a fin de dar a conocer su misión y visión, y establecer una empatía entre la organización y el público determinado.

## **3. EPISTEMOLOGÍA:**

La epistemología es la parte más importante de la teoría de la ciencia, disciplina intelectual que también incluye estudios que tienen a la ciencia por objeto, como la historia o la sociología de la ciencia. (Concepto brindado en la clase planificación de la comunicación, 2013)

## **4. PLANIFICACIÓN:**

“Planificar no significa saber qué decisión voy a tomar mañana, sino qué decisión debo tomar hoy para conseguir lo que quiero mañana”. (Concepto brindado en la clase de planificación de la comunicación, 2013).



Es un proceso sistemático en el que primero se establece una necesidad, se desarrolla la mejor manera de enfrentarse a ella, dentro de un marco estratégico que permite identificar las prioridades y determina los principios funcionales.

#### **4.1 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA:**

Parte de una situación inicial (resultado del Diagnóstico o auditoría) y se establece una trayectoria (arco direccional) hacia la Situación Objetivo (a lo que se quiere llegar mediante el consenso entre diferentes actores sociales).

#### **4.2 PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE RIESGO:**

Perspectiva de los desastres acorde con el desarrollo sostenible, abarca desde la actividad productiva y planificadora hasta la reconstrucción superando la vulnerabilidad pre-existente y aumentando la capacidad organizativa social e institucional.

Las acciones de Gestión de Riesgos son actividades complejas que requieren la participación de todo el Estado y la Sociedad Civil.

NO SON trabajo particular de un organismo de emergencia. Es trabajo de todos.

#### **4.3 PLANIFICACIÓN Y RACIONALIDAD:**

La planificación se ha asociado históricamente a la racionalidad, su concepto ha sido vago, cambiante e indefinido. Racionalidad no es otra cosa que una palabra más sofisticada para mentar la razón.

### **5. RACIONALIDAD:**

La racionalidad en la planificación aparece como el intento de disminuir incertidumbres y controlar los eventos subordinados. Sin embargo, se debe ser consciente de la imposibilidad de un control completo del entorno, así que se debe conciliar la búsqueda de mitigación de incertidumbre, con un conocimiento profundo de la realidad social y la capacidad de flexibilidad ante el cambio.



### **5.1 LA RACIONALIDAD Y SUS TIPOS:**

La racionalidad como razón pura: La precursora de las formas de la racionalidad relevantes a la planificación.

Es el concepto de razón de Descartes, se basa en pensar las convicciones internas del individuo sobre el mundo externo, para suplantar las normas tradicionales de costumbre y religión.

### **5.2 RACIONALIDAD COMO LÓGICA DE ACCIÓN:**

Es una relación lógica para determinar los medios óptimos disponibles para alcanzar una meta dada.

Esto implica la consideración racional de los medios alternativos al fin, de las relaciones del fin con otros resultados prospectivos de utilización de cualquier medio dado, y finalmente de la importancia relativa de los diferentes posibles fines.

## **6. GESTIÓN DE RIESGO**

Es un proceso de decisión y planificación que permite analizar el entorno, tomar de manera consciente decisiones, y desarrollar una propuesta de intervención concertada tendiente a prevenir, mitigar o reducir los riesgos existentes y en esta medida encaminar nuestro municipio hacia el desarrollo sostenible. (SINAPRED&PNUD,2002).

“Gestión de riesgo es un proceso social complejo que conduce al planeamiento y aplicación de políticas, estrategias, instrumentos y medidas orientadas a impedir, reducir, prever y controlar los efectos adversos de fenómenos peligrosos sobre la población, los bienes y servicios y el ambiente” (Lavell, 2001).

En general, puedo decir que Gestión de Riesgo, es un enfoque conceptual que ha surgido de la necesidad de la sociedad de preservar la riqueza humana (material y no material) ante las amenazas de la naturaleza y otras que nosotros mismos hemos contribuido a crear.





### 6.1 COMPONENTES DEL RIESGO

La gestión de riesgo incorpora en un primer momento el análisis de los componentes del riesgo que son: amenaza y vulnerabilidad, conceptos que se detallan a continuación:

#### **Amenaza:**

Es la probabilidad de que un fenómeno, natural o causado por la acción humana, ocurra y pueda poner en peligro a un grupo de personas y su medio ambiente. (Diplomado “Gestión de Riesgo y Cambio Climático”, Pág.11).

### 6.2 Tipos Amenazas

#### ➤ **Amenazas Naturales:**

Se define como la probabilidad de que se produzca un fenómeno natural potencialmente destructivo, con una determinada magnitud, en un determinado momento en un área concreta del territorio. (Concepto brindado en la asignatura planificación de la comunicación, 2013)

#### ➤ **Amenazas antrópicas:**

Se trata de las amenazas directamente atribuibles a la acción humana sobre los elementos de la naturaleza (aire, agua, y tierra) y/o sobre la población, que pone en grave peligro la integridad física y la calidad de vida de las comunidades. Existiendo dos tipos de amenaza en esta clasificación: amenaza antrópicas de origen tecnológico y las referidas a la guerra y violencia social. (Concepto brindado en la asignatura planificación de la comunicación, 2013).

### 6.3 Vulnerabilidad:

Son las debilidades de las personas, comunidades o municipios que no permiten resistir los efectos de una amenaza y dificultan la recuperación después que ha ocurrido un desastre.



#### 6.4 Factores de vulnerabilidad:

Existen diversos factores que hacen a la población más o menos susceptible ante una amenaza en particular, como:

- ✓ **Vulnerabilidad física:** cuando las viviendas, escuelas, centros de salud, entre otros están construidas en zonas de riesgo o son construidas con material de mala calidad.
- ✓ **Vulnerabilidad económica:** cuando hay familias pobres, no hay empleo, no hay financiamiento, o cuando las autoridades no usan bien los recursos del municipio.
- ✓ **Vulnerabilidad ambiental o ecológica:** cuando se destruye la naturaleza con deforestación y contaminación.
- ✓ **Vulnerabilidad social:** son las relaciones, comportamiento, creencias, formas de organización y manera de actuar de las personas y comunidades que las coloca en condiciones de mayor o menor vulnerabilidad.
- ✓ **Vulnerabilidad educativa:** cuando en las escuelas no se enseña cómo prevenir y actuar en casos de desastres.
- ✓ **Vulnerabilidad ideológica cultural:** cuando se piensa que los desastres son un castigo de Dios y no hay nada que se pueda hacer para prevenirlos y enfrentarlos. Blandón, D. (2013). Gestión de riesgo y cambio climático. Unan Managua.



## 7. Ley de Municipios

Tomando como referencia las facultades y competencias que le confiere la Ley N°. 40 “Ley de Municipios”, publicada en la Gaceta Diario Oficial N°. 155 el 17 de agosto de 1998, donde en uno de sus Arto. Expresa que el servicio de gestión de los residuos sólidos y líquidos es una actividad que corresponde ejecutar a los Gobiernos Municipales por mandato legal, con el propósito de asegurar de forma permanente, regular y continua la satisfacción de las necesidades colectivas y conservar un ambiente, además de sano, agradable y estéticamente aceptable.

En tal sentido, es responsabilidad de las Alcaldías Municipales brindar el servicio de limpieza pública, lo que integra el proceso de recolección, transporte, tratamiento y disposición sanitaria final de los residuos sólidos generados en el Municipio.

A como está escrito en el Arto. 7. El gobierno tendrá entre otras, las competencias siguientes:

1. Promover la salud y la higiene comunal. Para tales fines deberá:
  - a. Realizar limpieza pública por medio de la recolección, tratamiento y disposición de los desechos sólidos.
  - b. Responsabilizarse de la higiene comunal, realizando el drenaje pluvial y la eliminación de charcas.
  - c. Coordinar con los organismos correspondientes la construcción y mantenimiento de puestos y centros de salud urbanos y rurales.
  - d. Promover y participar en las campañas de higiene y de salud preventiva en coordinación con los organismos correspondientes.
2. Cumplir y hacer cumplir el funcionamiento seguro e higiénico de mercados, rastros y lavaderos públicos, ya sea que se encuentre bajo su administración o privados tendrán que cumplirlo.



## 8. Riesgo

Según la ley 337, “ley creadora del Sistema Nacional para la Prevención, Mitigación y Atención de Desastres”: el riesgo es la relación entre la frecuencia y las consecuencias de la ocurrencia de un evento determinado. Icaza, J. (2001). “La ley 337 y sus principios: un hito en la legislación sobre desastres en Nicaragua”.

También es definido como la probabilidad de que ocurra un desastre al juntar una condición de amenaza y sus correspondientes factores de vulnerabilidad en la población. (Wilchez, G 1998).

### 8.1 Riesgo Natural

“Corresponden a la probabilidad de exceder un valor específico de daños sociales, ambientales y económicos, por la confluencia de factores de amenaza y factores de vulnerabilidad, en un lugar dado y durante un tiempo de exposición determinado”.

Su formación y origen el ser humano no influye, estos fenómenos pueden ser geológicos como terremotos, vulcanismos y deslizamiento, así también fenómenos climatológicos como sequía, huracanes, tormentas entre otros. (Manual, Gestión de Riesgo, Unan Managua 2012).

### 8.2 Gestión de Riesgo para la reducción de desastres.

Los desastres ocurren cuando la población o las autoridades no manejan adecuadamente los riesgos en el territorio o en sus propias viviendas, siendo entonces la gestión el mecanismo para reducirlos.

De tal manera, significa fortalecer las comunidades para enfrentar cualquier fenómeno que pueda perturbar su funcionamiento, es decir, mitigar el impacto de amenazas naturales y antrópicos, además de reducir las condiciones de vulnerabilidad existentes tales como bajo nivel educativo, escasos recursos económicos, viviendas en condiciones precarias, poca organización comunitaria, entre otras.



Para comprender el proceso de los desastres, y como gestionar los riesgos es importante analizar el ciclo de los desastres, que comprende tres etapas: ANTES, DURANTE Y DESPUES.

**ANTES:** Es cuando la gestión de riesgo debe tener mayor peso, ya que trata de reducir al mínimo los daños y pérdidas de posibles desastres y a la vez, estar fortalecidos y capacitados para una recuperación rápida después del impacto del fenómeno en la comunidad, ciudad o país.

Esta etapa se divide en:

- ✓ **Prevención:** conjunto de medidas y acciones de carácter técnico y legal que se deben realizar durante el proceso de planificación del desarrollo socio económico a fin de evitar pérdidas de vidas humanas y daños materiales a la economía a causa de los desastres. Prevenir significa actuar con anticipación para evitar que algo ocurra. (SINAPRED, 2003).
- ✓ **Mitigación:** conjunto de acciones y medidas orientadas a disminuir el impacto de los desastres en la población y en la economía, resultado de una acción para disminuir el riesgo o mitigar la amenaza. (EIRD, 2011).
- ✓ **Preparación:** actividades y medidas tomadas anticipadamente para asegurar una respuesta eficaz ante el impacto de amenazas, incluyendo la emisión oportuna y efectiva de los sistemas de alerta temprana y la evacuación temporal de población y propiedades del área amenazada. (EIRD, 2011).
- ✓ **Alerta:** Es el estado que se determina considerando el tipo de alerta y se decreta según sea el caso y la necesidad, atendiendo a la gravedad e intensidad del desastre. Se distingue entre Alerta Verde, Alerta Amarilla y Alerta Roja. (SINAPRED, 2003).



### **Etapa: DURANTE**

- ✓ **Respuesta:** es el conjunto de actividades que se efectúan de manera inmediata después de ocurrido el desastre y se incluye las acciones de salvamento y rescate, el suministro de servicios de salud, comida, abrigo, agua, medidas sanitarias y otras necesidades básicas para la sobrevivencia. (SINAPRED, 2003. Pág, 53).

### **Etapa: DESPUÉS**

- ✓ **Rehabilitación:** comprende el período de transición que se inicia al final de la respuesta, en el que se restablecen a corto plazo, los servicios básicos indispensables, ejemplo: rehabilitación del agua potable, limpieza de carreteras. (SINAPRED, 2003. Pág, 53).
- ✓ **Reconstrucción:** proceso de reparación a mediano y largo plazo, del daño físico, social y económico, a un nivel de desarrollo igual o superior al existente antes del evento. (SINAPRED, 2003. Pág, 53).

## **8.3 INCLUSIÓN DE GÉNERO EN LA GESTIÓN DE RIESGO**

Las estructuras sociales, frecuentemente no se encuentran organizadas durante los desastres y consecuentemente la población tiene dificultad de acceso o limitación en los servicios. Por lo tanto, se incrementan las fuerzas potenciales de discapacidad, las cuales por considerarse problemas menores, no son tomadas en cuenta.

Además que los desastres son causa de discapacidad, el nexo que se establece entre la discapacidad y una situación de desastres es porque las personas con discapacidad se encuentran entre los grupos de población más discriminados y pobres que viven en zonas de alto riesgo de desastres.



Por falta de conocimiento de discapacidad, falta de relación del resto de la comunidad con las personas con discapacidad y por el predominio de enfoques discriminatorios, la exclusión de las personas con discapacidad se multiplica en una situación de desastre.

De tal manera, se tiene que tener en cuenta un enfoque de género en la gestión de riesgo. Esto quiere decir que la vulnerabilidad de mujeres, niñas, niños y hombres varían según edades y los estratos económicos sociales de los que provengan.

La experiencia nos dice que en nuestro país hace falta ser más inclusivo en esta temática, ya que hasta el momento, es muy poca y diferenciada la participación de las mujeres. Aunque las mujeres presentan más vulnerabilidad a los efectos de los desastres, esto no significa que sean débiles y pasivas.

Está comprobado que por la experiencia, que en muchas ocasiones de desastres las mujeres son las que toman la iniciativa en las actividades comunitarias y a pesar de que su tiempo está limitado a sus propias actividades cotidianas, siempre encuentran tiempo y espacio para servir a la comunidad en diversos comités y asociaciones. (Manual de Gestión de Riesgo, 2012. Pág.59).

#### **8.4 ORGANIZACIÓN COMUNITARIA**

La vida del ser humano en su esencia como ser social, se teje, toma sentido y se construye dentro los diversos grupos sociales, por ello las organizaciones hacen parte de la cotidianidad como espacios de crecimiento; los individuos se forman en ella y contribuyen a su vez a su avance.

Los líderes comunitarios son aquellas personas que pertenecen a una comunidad que saben compartir lo que tienen y están dispuestos a colaborar con los demás.



## 9. Medio Ambiente:

Conjunto de elementos abióticos (energía solar, suelo, agua y aire) y bióticos (organismos vivos) que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera, sustento y hogar de los seres vivos, en pocas palabras es todo aquello que nos rodea y que debemos cuidar para mantener limpia nuestra ciudad, colegio y hogar.

### 9.1 Contaminación Ambiental

Un contaminante se define como “una sustancia que aparece en el ambiente, al menos en la parte, como resultado de las actividades humanas, y que tiene un efecto nocivo sobre el ambiente.

## 10. Sistema de Alerta Temprana

Es un conjunto de estructuras operativas integradas por personas, organizaciones o instituciones, equipadas con instrumentos científicos o rudimentarios, para tomar medidas de respuestas inmediatas.

### 10.1 Señales Únicas de Alerta

**Verde:** Es cuando INETER ha detectado el incremento y/o trayectoria de un fenómeno, con probabilidades de afectar un área determinada, se informa a los Comités de Emergencia Municipal y locales, a fin de iniciar los preparativos para la implementación del plan de Preparación, Mitigación y Atención de Desastres y se da a conocer esta amenaza a la población.

**Amarilla:** Es cuando el Monitoreo indica que el fenómeno detectado, afectara inmediatamente un área determinada, los Comités de Prevención, Mitigación y Atención de Desastres de estas áreas inician la ejecución de las medidas previstas en el plan y dan aviso a la población.

**Roja:** Durante y posterior al impacto del fenómeno se continua trabajando de acuerdo al Plan de Preparación, Mitigación y Atención de Desastres, atendiendo a la población, evaluando los daños y realizando la gestión de los recursos de mayor urgencia.





## **11. MARCO JURÍDICO**

Nicaragua cuenta desde el año 2000 con la aprobación de la ley 337 creada por el SINAPRED, a escala nacional y municipal, un marco jurídico legal que permite trabajar en función de la gestión del riesgo a través de una entidad sistemática formal.

De igual manera se cuenta a nivel estatal con políticas, programas y planes enfocados a la gestión de desastres.

La ley 337 está enfocada en la prevención, mitigación y atención de desastres, siendo el principal instrumento normativo para la reducción del riesgo en Nicaragua y para crear planes nacionales que estén enfocados en Planificación con enfoque de Gestión de riesgo.

Para el total cumplimiento de esta ley, se tiene que efectuar los siguientes aspectos que darán las bases a la reducción y control de riesgos:

### **1. Plan Nacional de Desarrollo**

Este plan se establece sobre un escenario de riesgo global y las necesidades de su manejo. Contempla la atención especial a los grupos vulnerables, la prevención de nuevos desastres y el fortalecimiento de la capacidad de gestión de la población.

### **2. Estrategia reforzada de crecimiento económico y reducción de la pobreza (ERCERP)**

Identifica una serie de rubros estratégicos que actúan sobre factores estructurales del riesgo.

### **3. Política Ambiental de Nicaragua**

Esta política orienta la actuación de organizaciones civiles y de la población nicaragüense en general para preservar, mejorar y recuperar la calidad ambiental en armonía con el crecimiento económico, la equidad social y el mejoramiento de calidad de vida de los nicaragüenses.



#### **4. Política de Protección Social**

Establece la noción de Gestión social de riesgo y enfoca una serie de acciones que mejoran las condiciones de los grupos más vulnerables, además de promover acciones sostenibles de incorporación de las personas en condiciones de vulnerabilidad a la actividad productiva

### **MONITOREO DE AMENAZAS**

#### **1. Hidrometeorológica**

Nicaragua cuenta con una Red meteorológica Nacional la cual posee 431 estaciones distribuidas por todo el territorio nacional. Está integrada por 20 estaciones principales, 43 estaciones climatológicas ordinarias y cuatro estaciones termo pluviométricas.

#### **2. Sísmica**

El Instituto Nicaragüense Estudios Territoriales (INETER) opera actualmente un total de 37 estaciones sísmicas telemétricas de período corto, una estación sísmica de banda ancha ubicada cerca de la ciudad de Boaco. La central sísmica de Managua cuenta con sismómetros de período corto, de banda ancha.

#### **3. Tsunamis**

El INETER ha desarrollado un sistema de alerta contra tsunami para la costa del pacífico. El sistema se basa en las informaciones de la red sísmica y de la estación sísmica de banda ancha.

#### **4. Sistema de alertas tempranas comunitarias**

Estos sistemas son promovidos por algunas organizaciones no gubernamentales y agencias de cooperación que financian proyectos para trabajar en este tema. En estos participan pobladores, gobiernos municipales, organismos no gubernamentales, instancias académicas y entidades gubernamentales.



## MARCO METODOLÓGICO

La metodología utilizada en este trabajo es de carácter cualitativo. Es cualitativo porque postula una concepción fenomenológica, inductiva, orientada al proceso. Está interesado en identificar y determinar las amenazas naturales y/o antrópicas presentes en la zona 1 del Mercado Oriental, con el objetivo de preservar la vida de los comerciantes y compradores de este “Gran monstruo económico”.

“La investigación cualitativa consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Además incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, observaciones, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones... tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno lo describe”, Montero (1984 p. 19-31).

Asimismo, se analizará el grado de organización y participación comunitaria e institucional ante las amenazas naturales y/o antrópicas que existen en esta zona. Aplicando encuestas, entrevistas en profundidad y observación.

El proceso investigativo puede ser flexible en cuanto a la ejecución del proceso mismo. La recopilación de datos, conocimientos teóricos y la aplicación de instrumentos puede utilizarse en diferentes momentos para cambiar ajustar y mejorar aspectos relacionados al tema.

### **Tipo de investigación**

**Según su aplicación:** El tipo de investigación es aplicada, pues se estudian las amenazas que afectan la zona 1 del Mercado Oriental, los sectores más vulnerables y las causas que la provocan. Para su realización se toman como base un conjunto de conocimientos generales y teóricos que permiten encontrar una solución a esta problemática.



### **Según el nivel de profundidad del conocimiento**

**Investigación descriptiva:** Es descriptiva porque se señalan las diferentes amenazas existentes en la zona describiendo las causas, consecuencias y daños que provocan al no mitigarlas a tiempo.

### **Según la amplitud con respecto al proceso de desarrollo del fenómeno**

**Investigación de corte transversal:** Este estudio se realizó en el periodo del segundo semestre de 2014, que abarca los meses de Julio a Diciembre. Es transversal porque se estudia una pequeña parte de la población en una etapa determinada.

### **Población y Muestra:**

Población: La población que sirvió como objeto de investigación fueron los comerciantes con tramos fijos y compradores de la zona 1, quienes cumplían ciertas características como edad comprendida entre 20 años y 70 años y, teniendo como mínimo cinco años de convivir o visitar esta zona.

La zona 1 del Mercado Oriental está compuesta por 4,563 tramos fijos equivalentes a 13,689 comerciantes en total. Por otra parte, se tomó en cuenta la cantidad de personas que transitan en días normales por la zona es equivalente a 77,565 compradores y en horario de 9 am a 2 pm.

### **Muestra:**

Para lograr el estudio de ambas poblaciones, primeramente se procedió a realizar un pilotaje con 30 muestras para cada población. La encuesta de los comerciantes constó de 28 preguntas cerradas y 2 abiertas; en cambio la de los compradores 22 preguntas cerradas y 2 abiertas.



El objetivo de este pilotaje fue para trabajar y mejorar aquellas preguntas que fueran incomprensibles para los comerciantes y compradores de la zona 1, pues mediante ella se determinó el lenguaje, las dudas y la comprensión que los sujetos en estudio mostraron al momento de realizarle la encuesta.

De la misma forma, se estimó la variable de las respuestas, teniendo como variable principal la pregunta: ¿Sabe qué es una amenaza?, obteniendo como resultado que el 90% de ambas poblaciones dominaban el conocimiento sobre el concepto de amenaza.

La cantidad de muestras de ambas poblaciones se obtuvo mediante la fórmula estadística llamada fórmula básica, permitiendo obtener el método de muestreo aleatorio simple. Con esta fórmula se determinó la cantidad de muestras a aplicarse a ambas poblaciones, correspondió a 134 muestras para los comerciantes de tramos fijos y 138 muestras para los compradores.

Ahora, (después de las mejoras del pilotaje) las encuestas dirigidas a los comerciantes contienen 37 preguntas abiertas y 2 cerradas; mientras tanto, la de los compradores contienen 26 preguntas abiertas y 2 cerradas, lo que permitió obtener los resultados requeridos para el análisis de una Planificación Comunicativa con Enfoque en Gestión de Riesgo. De igual forma se hicieron entrevistas a los dirigentes de COMMEMA encargados de velar por las necesidades y funcionamiento del mercado.

Entre los métodos aplicados para este estudio de la zona 1 del Mercado Oriental se emplearon:

- ▶ **Método de observación:** se realizó trabajo de campo en la zona de estudio, para conocer la forma de vida de los comerciantes, las características del lugar, las debilidades y fortalezas.



- ▶ **Método de análisis:** permitió identificar las amenazas naturales y/o antrópicas presentes en la zona 1 del Mercado Oriental y cómo estas pueden afectar a los comerciantes y compradores. De igual forma, determinar la comunicación interinstitucional de parte de COMMEMMA, MINSA, Policía Nacional, UNIÓN Fenosa, ENACAL y Bomberos ante la problemática que afecta la zona 1. Asimismo, se realizó un análisis comunicacional en las notas de prensa
  
- ▶ **Método de síntesis:** Permitió la elaboración de conclusiones después del análisis de los resultados de comerciantes y compradores con respecto a la amenazas naturales y o antrópicas presentes en la zona 1 del Mercado Oriental.
  
- ▶ **Método bibliográfico:** Se utilizó para recopilar la teoría necesaria para analizar el tema de estudio. En este caso, se realizó una exploración bibliográfica en el que se indagó sobre los campos y métodos de estudio de la comunicación y en particular el de Planificación de la Comunicación con Enfoque en de Gestión de Riesgo.
  
- ▶ **Método estadístico:** Se aplicó en el procedimiento para obtener la cantidad de muestra a aplicar para los comerciantes y compradores de la zona 1 del Mercado Oriental, el procesamiento de datos y determinar la frecuencia de las respuestas dadas por los informantes.

## INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas. Este es uno de los métodos más usados para la recopilación de datos, permitiendo dar rienda suelta a la opinión, esto para darle la oportunidad al informante de responder de una manera más espontánea y menos condicionada.



Tal a como opina Agheyisi & Fishman (1970:148), una ventaja con esta técnica es que el entrevistado pueda llegar a tocar temas o asuntos que el investigador de otra manera habría pasado por alto. Otra ventaja de las preguntas abiertas y cerradas es que reducen la posibilidad de que la persona entrevistada desvíe la atención del aspecto por estudiar y se concentre en lo que se quiere averiguar. Además, es más fácil trabajarlas o analizarlas. En todo caso, es una de las técnicas más empleadas en este tipo de estudio.

Los instrumentos utilizados para esta investigación son de carácter importante y de fácil manejo para llevar a cabo esta investigación.

En este proceso de investigación se utilizó la técnica de la entrevista, encuestas y observaciones. Cabe destacar que esta investigación es con un enfoque de acción.

Los instrumentos utilizados fueron:

- Guía de observación y de entrevista
- Grabadoras
- Cámara fotográfica
- Libreta
- Diario de campo
- Computadora
- Programa estadístico SPSS

## **ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO**

Este trabajo parte de la revisión de los conceptos de amenaza, vulnerabilidad y riesgo, pues son fundamentales para poder hacer los planteamientos teóricos que se desarrollan. De igual manera se abordan aspectos de nivel comunicativo y la utilización de términos actualmente utilizado, todo esto con el propósito de identificar vacíos y precisar las definiciones que le den coherencia a un planteamiento teórico consistente.



## **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LOS COMERCIANTES**

Para esta investigación se aplicó una encuesta de preguntas abiertas y cerradas, lo que permitió obtener los resultados requeridos para el análisis de las amenazas naturales y/o antrópicas que ponen en riesgo la vida de los comerciantes con tramos fijos de la zona 1 del Mercado Oriental. Se distribuyó 134 muestras en los diferentes sectores de la zona, con el objetivo de obtener información variada y convincente de los comerciantes del lugar.

El instrumento constó de treinta y nueve preguntas, de las cuales dos son abiertas y treinta y siete cerradas, por medio de ellas se obtiene de los comerciantes el conocimiento que tienen sobre las amenazas naturales y/o antrópicas que afectan la zona 1 de este mercado, las causas que las generan y los daños que estas ocasionan. Asimismo, se determina el grado de participación ciudadana e institucional que existe en el lugar.

Dicha encuesta fue creada con el propósito de preservar la vida de los comerciantes ante las amenazas que los azotan.

En un primer momento se presentará una evaluación por medio de representaciones porcentuales de los resultados obtenidos en cada una de ellas, luego se procederá a realizar el análisis de cada interrogante con su respectiva respuesta.

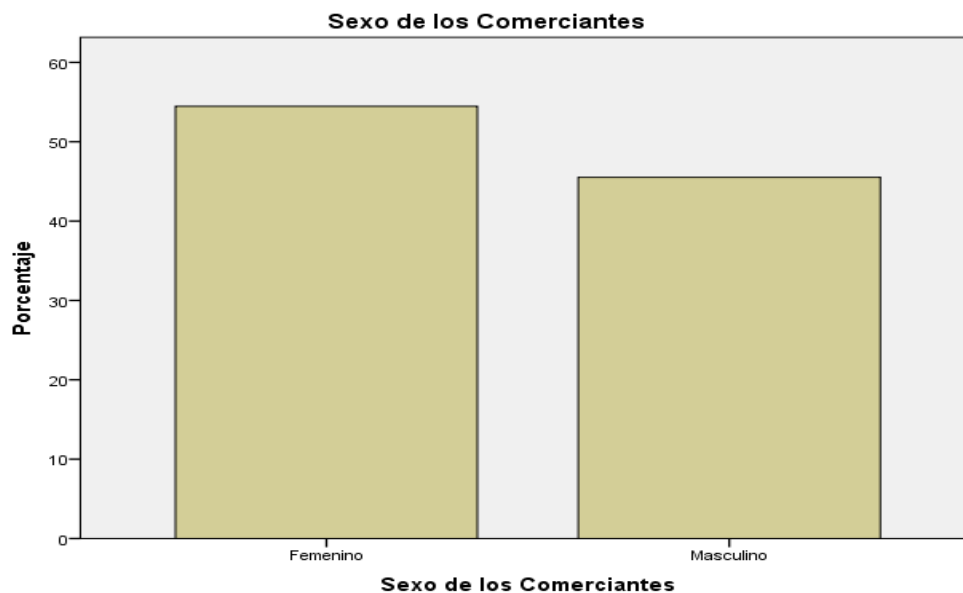




### Datos de los comerciantes

#### Sexo de los Comerciantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	73	54,5	54,5
	Masculino	61	45,5	100,0
	Total	134	100,0	100,0



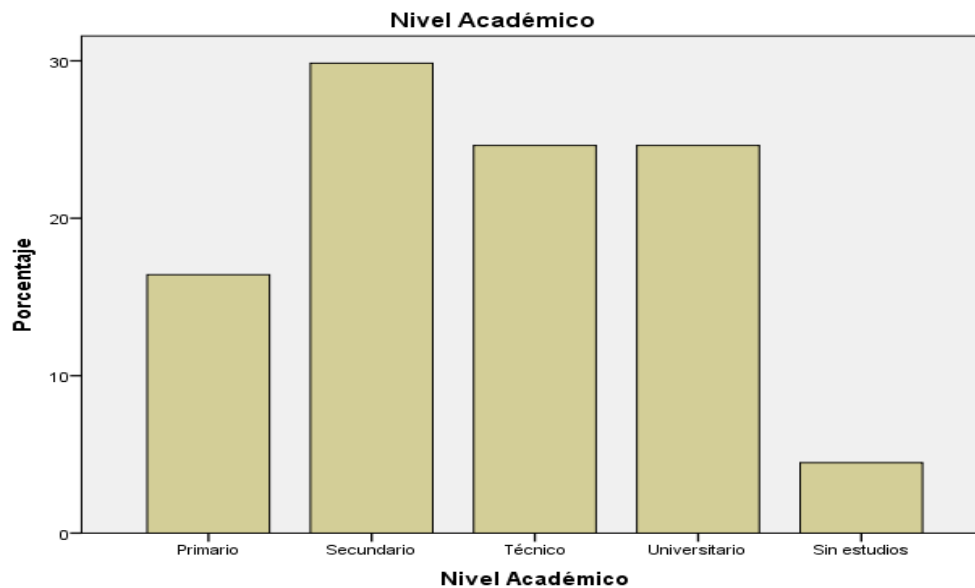
En primera instancia, la encuesta fue dirigida a comerciantes con tramos fijos es decir, hombres y mujeres de 20 años en adelante, con más de cinco años de laborar en la zona; esto para adquirir un mejor conocimiento sobre las amenazas existentes en la zona, dado, que es de gran importancia tener el punto de vista de ambas partes.



Como se puede observar en la gráfica, el sexo que prevaleció fue el femenino con un 54.5%; mientras el masculino con un 45.5%, por lo tanto se refleja que se tomó la opinión de ambas partes, pues la diferencia es mínima.

### Nivel Académico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	22	16,4	16,4	16,4
Secundario	40	29,9	29,9	46,3
Técnico	33	24,6	24,6	70,9
Universitario	33	24,6	24,6	95,5
Sin estudios	6	4,5	4,5	100,0
Total	134	100,0	100,0	



En relación al nivel académico, el 29.9% de los encuestados culminaron sus estudios secundarios, la mayoría de este porcentaje son jóvenes de veinte en adelante, que por problemas económicos no pudieron proseguir sus estudios.

Sin embargo un 24.6% optó por cursos técnicos, la mayoría sin culminarlos por falta de tiempo, pues su trabajo le exige tiempo completo; asimismo el otro 24.6%



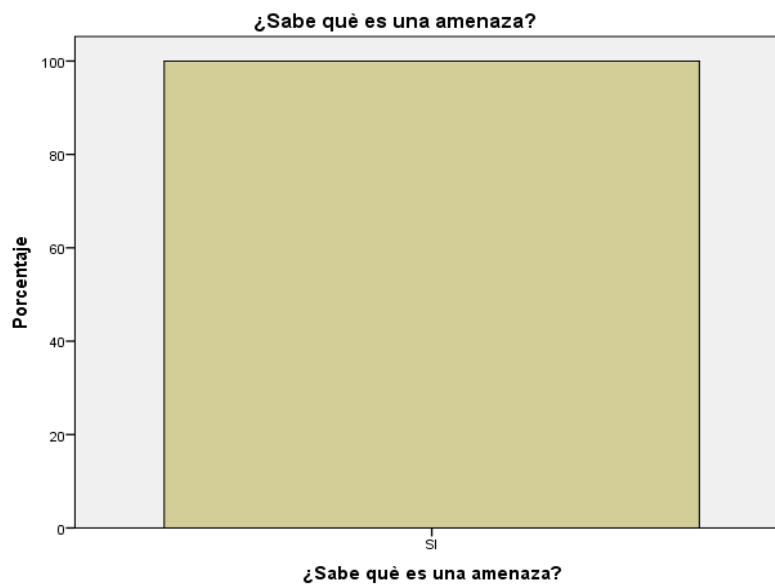
ingresaron a la universidad y aunque algunos siguen estudiando, otros abandonaron sus carreras.

En cambio, el 16.4% de los comerciantes cursaron solo la primaria, según estos porque iniciaron a trabajar a temprana edad en este “monstro económico”; sin embargo, hubo un 4.5% de comerciantes que no recibieron estudios, puesto que toda su vida han trabajado sin descanso alguno en este mercado, asegurando que es la manera más rápida de ver el dinero.

### I. Identificación de las amenazas

#### 1. ¿Sabe qué es una amenaza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	134	100,0	100,0	100,0



Para poder contar con la información sobre: ¿Qué es una amenaza? fue necesario emplear de forma directa esta pregunta y el cien por ciento de los comerciantes de la zona 1 del mercado oriental afirmó conocer lo que es una amenaza, algunos manifestaron que manejaban este concepto por su medio escolar, mientras otros

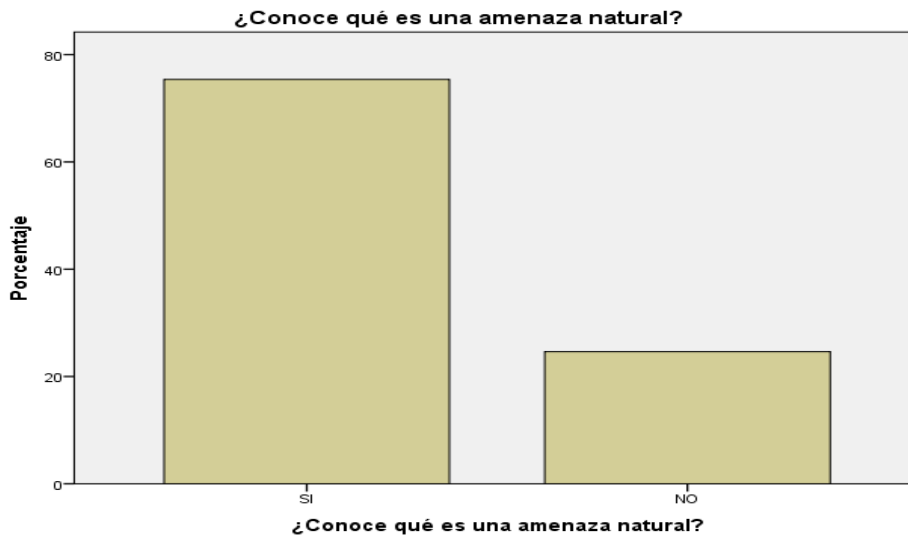


por su familia, aducen que se les ha enseñado a identificar las diferentes amenazas que existen en la sociedad.

Un dato importante, en el cual coincidieron todos los informantes es que la amenaza es todo aquello que pone en peligro la vida humana; queda claro que el conocimiento que los sujetos de estudio dominan fue adquirido de manera empírica y no científica.

## 2. ¿Conoce qué es una amenaza natural?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	101	75,4	75,4	75,4
NO	33	24,6	24,6	100,0
Total	134	100,0	100,0	



En relación al conocimiento de amenaza natural, el 75.4% de los informantes opinaron que conocen este concepto, pues manifestaron que son aquellos fenómenos causados por la misma naturaleza, *“son los temblores y lluvias”; “Los terremotos que ponen en riesgo la vida de todos”*.



Es interesante este resultado, porque los comerciantes saben lo que es una amenaza natural pero no logran asimilar la relación que existe entre la amenaza antrópicas, pues este otro concepto es de carácter especializado, por lo cual se prefirió no utilizarse, dado, que no lo comprenderían con su nombre científico.

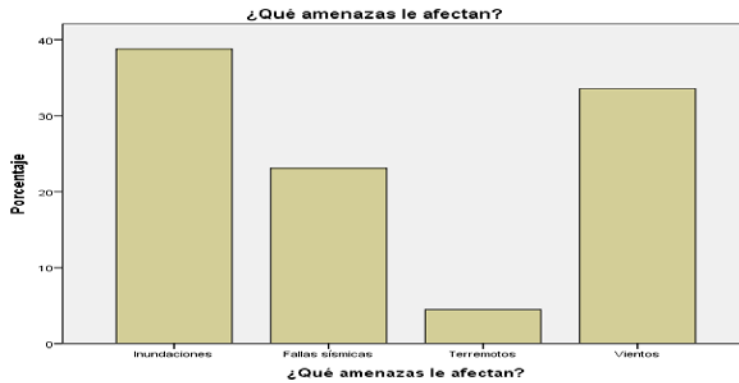
Uno de los factores que llevan a los comerciantes a dominar que es una amenaza natural son los medios de comunicación, en especial la comunicación visual, porque mediante estos medios comunicacionales se da a conocer lo que la naturaleza produce en sus cambios de estación o simplemente los cambios que esta tiene por el movimiento de traslación de la misma.

Por otra parte, el 24.6% de los encuestados no conocen el concepto de amenaza natural, probablemente sea por no tener un nivel de instrucción educacional o por no saber interpretar lógicamente la palabra en cuestión o porque no desearon contestar la interrogante. Sin embargo, parte de estos informantes respondían que conocían el concepto, pero a su vez preguntaban a que nos referíamos con este concepto.

Queda claro que esta minoría carece de conocimiento tanto científico como empírico, dejando en claro que no han tenido una formación básica con lo que respecta a un nivel académico.

### 3. ¿Qué amenazas le afectan directamente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Inundaciones	52	38,8	38,8	38,8
Vientos	45	33,6	33,6	72,4
Fallas sísmicas	31	23,1	23,1	95,5
Terremotos	6	4,5	4,5	100
Total	134	100,0	100,0	



Esta pregunta se encuentra íntimamente ligada con la anterior, la cual consistía en averiguar si los comerciantes sabían que era una amenaza natural, aunque algunos manifestaron no saberlo, en esta interrogante que se presenta a continuación el cien por ciento optó por responder las amenazas que les afectan de manera directa, los resultados fueron los siguientes:

El 38.8% manifestaron que las inundaciones no solo les afectan en su salud, sino en la parte económica, pues estas se dan con mucha frecuencia en temporada de invierno, lo cual ahuyenta a los compradores y hace que haya una baja en las ventas, de igual manera, también se han visto afectados con los productos que estos venden, debido a que el agua se los deteriora o daña por completo, así como el sector de las piñatas y electrodomésticos.

Por otro lado, el 33.6% señaló que los fuertes vientos representan una amenaza para ellos, pues además de botarles los maniquís, también pueden ocasionar incendio por si se cae algún tendido eléctrico o si se lleva el techo del tramo.

El 23.1% de los comerciantes afirmó que las fallas sísmicas representan una amenaza, porque las ventas decaen considerablemente cuando se presentan réplicas continuas en el país.

Por otra parte, un 4.5% de los informantes opinó que los terremotos representan una amenaza en gran magnitud, porque no saben en que momento puede haber un terremoto como el de 1972 y además de poner en riesgo la vida de ellos,

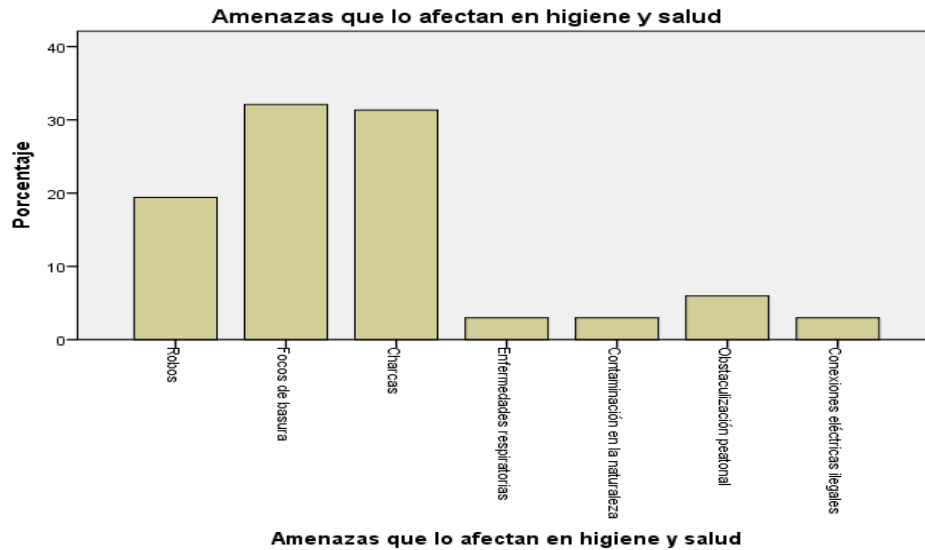


también puede acabar con el negocio que con esfuerzo han sacado adelante por muchos años.

Como se puede observar, queda claro que los comerciantes de la zona 1 del Mercado Oriental conocen las amenazas naturales, dado, que el cien por ciento señaló la que más le afecta en su negocio y sobre todo la que pone en riesgo su vida; sin embargo lo poco que conocen es el concepto de amenaza natural, pues la confunden con las amenazas antrópicas.

**4. ¿Además de las amenazas naturales, qué otras le afectan como comerciante, en la venta, higiene y salud?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Focos de basura	46	35,1	32,1
Charcas	42	31,3	31,3
Robos	26	19,4	19,4
Obstaculización peatonal	8	6,0	6,0
Enfermedades respiratorias	4	3,0	3,0
Contaminación en la naturaleza	4	3,0	3,0
Conexiones eléctricas ilegales	4	3,0	3,0
Total	134	100,0	100,0



Las amenazas antrópicas son las que más prevalecen en la zona 1 del mercado oriental, pero como muy pocos comerciantes conocen este término, se decidió no preguntarles el concepto como tal, sino mencionar cada amenaza por su nombre, para obtener un mejor resultado.

A como está reflejado en el gráfico, la amenaza que más afecta a los comerciantes en la venta, salud e higiene es la basura, pues el 35.1% de los encuestados señaló que este es un problema de nunca acabar, ya que a diario tienen que vivir con ella, algunas personas argumentaron: *“ La gente se va porque no aguantan la hediondez de la misma basura y eso afecta el negocio ”*; *“ Todo los días es este problema con la basura, las enfermedades aquí son el padre nuestro de cada día ”*; *“ Por muy limpio que mantenga el tramo, siempre viene a parar aquí la basura ”*.

Seguido de los focos de basura, se encuentran las charcas con un 31.3%, algunos comerciantes manifestaron que estas representan una gran amenaza, porque por medio de ellas se producen los criaderos de mosquitos, quienes traen consigo enfermedades que ponen en riesgo la vida humana, como: el dengue, el cólera o el chicungunya y otras enfermedades que las charcas pueden producir.





Otra de las amenazas con la que a diario se enfrentan estos comerciantes son los robos, según lo señaló el 19.4%, algunos tienen que invertir en instalaciones de cámaras para cuidar sus productos, puesto que la policía según ellos tiene poca presencia en la zona.

Según el 6% consideró que la obstaculización peatonal también es una amenaza en la zona 1 de este mercado, comentan que al momento de una emergencia no hay espacio para la movilización, además que hay personas que al pasar por los tramos botan, ensucian o dañan algunos productos, como adornos, abanicos, maniquís, camisas u otro que se encuentre en exhibición.

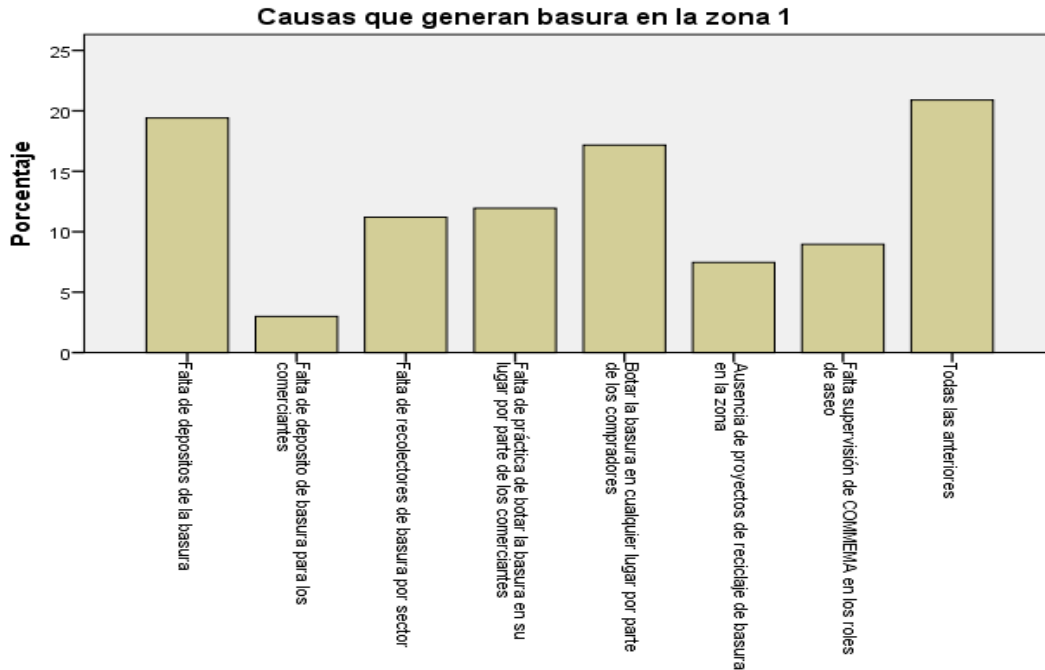
Un 4% manifestó que las enfermedades respiratorias son una amenaza. Pero esto es a causa de la misma contaminación que hay en el lugar.

Asimismo otro 4% afirmó, que la contaminación a la naturaleza los afecta mucho, especialmente en la salud, pues ésta puede ocasionar hasta la muerte en algún comerciante o hasta en el mismo comprador.

De igual forma, un 4% de los comerciantes consideró que las conexiones ilegales pueden generar gran pérdida en esta zona, principalmente porque estas conexiones ilícitas han causado alguno de los incendios que han dejado grandes pérdidas económicas en la zona.

**II. Determinación de las causas****5. ¿Cuáles son las causas que generan basura en la zona 1?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Falta de depósitos de la basura	26	19,4	19,4	19,4
Falta de depósito de basura para los comerciantes	4	3,0	3,0	22,4
Falta de recolectores de basura por sector	15	11,2	11,2	33,6
Falta de práctica de botar la basura en su lugar por parte de los comerciantes	16	11,9	11,9	45,5
Botar la basura en cualquier lugar por parte de los compradores	23	17,2	17,2	62,7
Ausencia de proyectos de reciclaje de basura en la zona	10	7,5	7,5	70,1
Falta supervisión de COMMEMA en los roles de aseo	12	9,0	9,0	79,1
Todas las anteriores	28	20,9	20,9	100,0
Total	134	100,0	100,0	



Con respecto a las causas que generan la basura en la zona 1 del Mercado Oriental, el 20,9% de los comerciantes afirmó que se origina esta problemática por: falta de depósitos para la basura en general y para los comerciantes, falta de recolectores de basura por sector, falta de práctica de botar la basura en su lugar por parte de los comerciantes, botar la basura en cualquier lugar por parte de los compradores, por ausencia de proyectos de reciclaje de basura en la zona y por falta supervisión de COMMEMA en los roles de aseo.

Sin embargo, el 19,4% de los comerciantes encuestados dijo que la causa por la que se genera basura en la zona 1 es porque no hay depósitos para que los comerciantes y compradores la depositen donde corresponde, razón por la cual muchas personas la deja afuera de sus tramos a la hora de cerrar; algunos argumentaban: *“Aquí difícilmente vas a ver un depósito para la basura, yo misma tengo que comprar bolsas para echarla, de lo contrario fuera una chanchada mí tramo”*; *“Quizás si hubiera depósitos para la basura este sector no estuviera tan sucio”*; *“Nadie se toma el trabajo de colocar depósitos en este sector”*.



El 17,2% señaló que los compradores tienen el mal hábito de botar la basura en cualquier lugar, por eso no hay día que esta zona este limpia, a continuación se muestran algunas opiniones de los comerciantes: *“ La gente es cochina, compra un agua y botan en cualquier lugar la bolsa ”*; *“ Las personas no tienen la costumbre de guardar su basura, en cualquier parte la tiran ”*; *“ Diario es ese problema, los mismos compradores ensucian el mercado ”*.

El 11,9% opinó que este problema se debe a que algunos comerciantes de la zona, no tienen la práctica de poner la basura en depósito, según algunos, esto se da más en la hora de almuerzo y al momento de cerrar el tramo, pues cuando comen tiran los platos descartables a la calle y cuando cierran dejan toda la basura en las afueras del tramo.

Por otra parte, el 11,2% dijo que no hay recolectores de basura en el sector y las personas que pasan cobran por el trabajo, algunos comerciantes comentaron: *“ Aquí nunca pasan los recolectores que según COMMEMA manda, y los que pasan es porque nosotros mismos les pagamos ”*; *“ No hay recolectores de basura, a los mismos borrachitos les tenemos que pagar para que se lleven la basura ”*; *“ En los años que llevo trabajando aquí, nunca he visto a un recolector que pase por la basura del tramo ”*.

Según el 9,0% opinó que la falta de supervisión de COMMEMA en los roles de aseo es la causa de que haya basura en la zona, pues los que andan certificados por ellos cobran cinco, diez o veinte córdobas por llevarse la basura, de lo contrario no la recolectan.

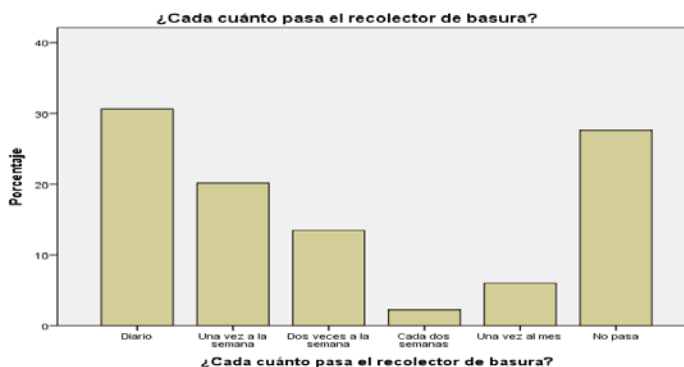
Por otro lado, un 7,5% señaló que en la zona no hay proyectos de reciclaje de basura, que si hubiera tal vez así disminuiría la gran cantidad de suciedad que a diario hay en ese *“ monstruo económico ”*.

Un 3,0% de los encuestados dijo que algunos comerciantes no poseen depósitos para la basura en sus tramos, razón por la cual tiran todos los desechos a la calle, generando más suciedad de la que ya hay en la zona.



### 6. ¿Cada cuánto pasa el recolector de basura?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Diario	41	30,6	30,6	30,6
Una vez a la semana	27	20,1	20,1	50,7
Dos veces a la semana	18	13,4	13,4	64,2
Cada dos semanas	3	2,2	2,2	66,4
Una vez al mes	8	6,0	6,0	72,4
No pasa	37	27,6	27,6	100,0
Total	134	100,0	100,0	



Respecto a los días en los que pasa el recolector de basura por la zona 1 del Mercado Oriental, el 30,6% manifestó que diario pasa uno, la mayoría expresó que éste recibe un pago por parte de los comerciantes, pues de lo contrario no se la lleva, a continuación se muestran algunos comentarios de los encuestados: *“Aquí diario se paga para que boten la basura, porque si no es así nadie te hace el favor”*; *“Se supone que COMMEMA es el encargado de mandar a un recolector, pero aquí pagamos para que nos boten la basura”*; *“Diario pago 20 pesos a los recolectores ambulantes (borrachitos) para que me boten la basura”*.

No obstante, hubo una minoría que comentó que el recolector pasa diario por las mañanas de manera gratuita, que por eso pagan a COMMEMA para que éste se haga cargo de la basura, las personas que argumentaron esto son las del sector de *“Ropa usame”*, *“Galillo”*, *Electrodomésticos* y *La azucarera*.



Sin embargo, un 27,6% dijo de manera directa que no pasa ningún recolector de basura, que ellos mismos tienen que pagarle a alguien para que les haga el favor de ir a depositarla a cualquier basurero de la zona, para que el tren de la basura pase recolectándola, cabe recalcar que esto se da mayormente en el sector de Ciudad Jardín.

Por otro lado, un 20,1% afirmó que el recolector de la basura pasa de manera gratuita una vez a la semana, pero que los días que no pasa se ven en la obligación de pagar o bien guardar lo que en la semana recolectan de basura en espera del recolector, esto sucede principalmente en el sector del “Águila” nombre con que se conoce popularmente.

Por otra parte, el 13,4% expresó que recolectores no pasan pero si el tren de la basura, éste solo pasa dos veces por semana, según argumentaron algunos comerciantes del sector El Calvario.

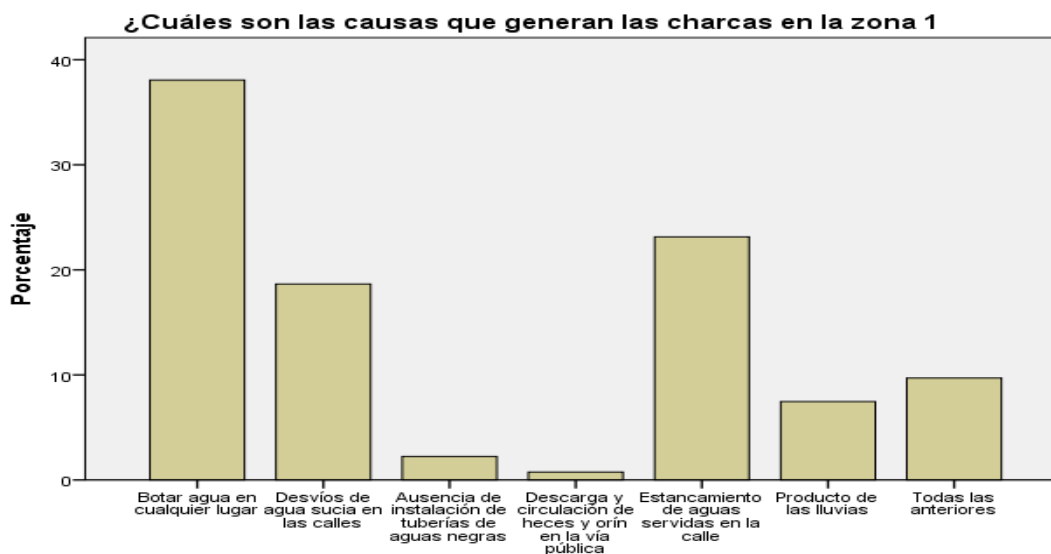
El 6,0% señaló que solo una vez al mes hacen presencia los recolectores de basura y que ni cuenta se dan cuando eso sucede.

Según el 2,2% de los comerciantes afirmaron que el recolector de basura solo pasa cada dos semanas, por lo cual tienen que pagar a otras personas (recolectores ambulantes) para que les depositen la basura en su respectivo sitio, de lo contrario se desataría una epidemia de la gran cantidad de basura que se acumularía en todo ese tiempo.



**7. ¿Cuáles son las causas que generan las charcas en la zona 1?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Botar agua en cualquier lugar	51	38,1	38,1	38,1
Desvíos de agua sucia en las calles	25	18,7	18,7	56,7
Ausencia de instalación de tuberías de aguas negras	3	2,2	2,2	59,0
Descarga y circulación de heces y orín en la vía pública	1	,7	,7	59,7
Estancamiento de aguas servidas en la calle	31	23,1	23,1	82,8
Producto de las lluvias	10	7,5	7,5	90,3
Todas las anteriores	13	9,7	9,7	100,0
Total	134	100,0	100,0	



**¿Cuáles son las causas que generan las charcas en la zona 1**

El 38.1 % de los encuestados afirmó que las causas que generan las charcas en esta zona, se debe a que los mismos comerciantes de tramos fijos botan el agua en cualquier lugar, aseverando que no cuentan con tuberías alternas que les



permitan botar el agua sucia de manera más adecuada. *“El agua no es como la basura que la podemos guardar para luego botarla”*, es uno de los comentarios de los sujetos en estudio, de igual forma explicaron que no sólo ellos botan el agua en cualquier lugar sino también los vendedores ambulantes que venden agua helada, gaseosa y otros productos que sirven para apaciguar la sed.

En cambio el 23.1 % de los comerciantes, opinó que el estancamiento de aguas servidas en las calles es lo que provoca las charcas en la zona 1. Más que todo se refieren a los puestos de comidas donde el agua que es utilizada para lavar corre aún lado pero como ésta no lleva fuerza o presión se queda estancada en cualquier parte de las calles provocando que a su vez sirva como “cuna” para los mosquitos que provocan diversas enfermedades. Este problema se ve con más claridad en el sector del “Galillo”, sector del vaho y parte de la Casa de los Encajes.

Por otro lado, el 18.7% de los encuestados dijo que las charcas se generan por los desvíos de agua sucia en las calles, este punto está ligado con el anterior, es decir, cuando el agua servida no tiene salida se estanca en los lugares donde más puede provocar enfermedades de la piel o respiratorias. En el sector de “Los Cocos” claramente se ve como el agua sucia está estancada debajo de los tramos; para los compradores que circulan por este sector les provoca indigestión por el hedor tan fétido que produce esa agua.

Un 9.7% de la población en estudio optó por decir que las charcas son producidas por botar el agua en cualquier lugar, por estancamiento de las aguas servidas en las calles, por el desvío de agua sucia, producto de las lluvias, descarga y circulación de heces y orín en la vía pública sin dejar atrás que en la zona está la ausencia de instalación de tuberías de aguas negras.



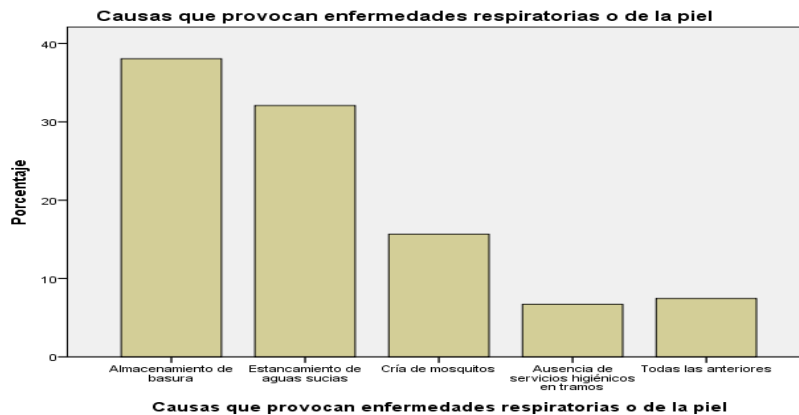


El 7.5% afirmó que las charcas se producen más en temporada de invierno, es decir que son causadas producto de las lluvias. En cambio el 7% aduce a que se deben por la descarga y circulación de heces y orín en la vía pública, de modo que aseguran que parte de las charcas que están en la zona son producidas por el mal funcionamiento que tienen las tuberías artesanales.

Asimismo, una minoría del 2.2% opina que son producidas por la ausencia que hay de instalaciones de aguas negras, provocando así charcas mezcladas con heces fecales y orín. Esta problemática se debe al descuido de los mismos comerciantes y a COMMEMA por no resolver las necesidades de este centro de compras.

#### 8. ¿Las causas que provocan las enfermedades respiratorias o de la piel son?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Almacenamiento de basura	51	38,1	38,1	38,1
Estancamiento de aguas sucias	43	32,1	32,1	70,1
Cría de mosquitos	21	15,7	15,7	85,8
Ausencia de servicios higiénicos en tramos	9	6,7	6,7	92,5
Todas las anteriores	10	7,5	7,5	100,0
Total	134	100,0	100,0	



Un 38.1% de los informantes, dijo que producto a la gran cantidad de basura en la zona se producen enfermedades respiratorias y de la piel. Debido a este almacenamiento se producen enfermedades que afectan no sólo a los comerciantes sino también a los compradores en general, pues se forman bacterias que se adhieren a los productos que son comercializados.

En cambio un 32.1% afirmó que esto se debe al estancamiento de agua sucia que son provocadas por la falta de salidas alternas de la misma. Entre esto, las charcas empozadas al igual que la basura son una gran problemática que azota al Mercado Oriental. Esto se debe a que COMMEMA u otras instituciones no se ha dado a la tarea en hacer un estudio consciente sobre la situación real del mercado o de las diferentes zonas del mismo.

No obstante, esta problemática se debe al poco interés y desempeño de los dirigentes o encargados de las zonas, en este caso la zona 1, no ponen interés en el mejoramiento de la misma pues no tienen estrategias que mitiguen esta problemática, que quieran o no significa una verdadera amenaza.

Este problema también radica en el poco rol de participación de los pobladores, puesto que no asumen la responsabilidad de cuidar el lugar en el que a diario se ganan la vida.



Es curioso, que este 32.1% tiene conocimiento de estas y otras problemáticas pero nadie reacciona y buscan la manera de mitigarlo, es decir, que no hay un rol activo y participativo en los comerciantes en general.

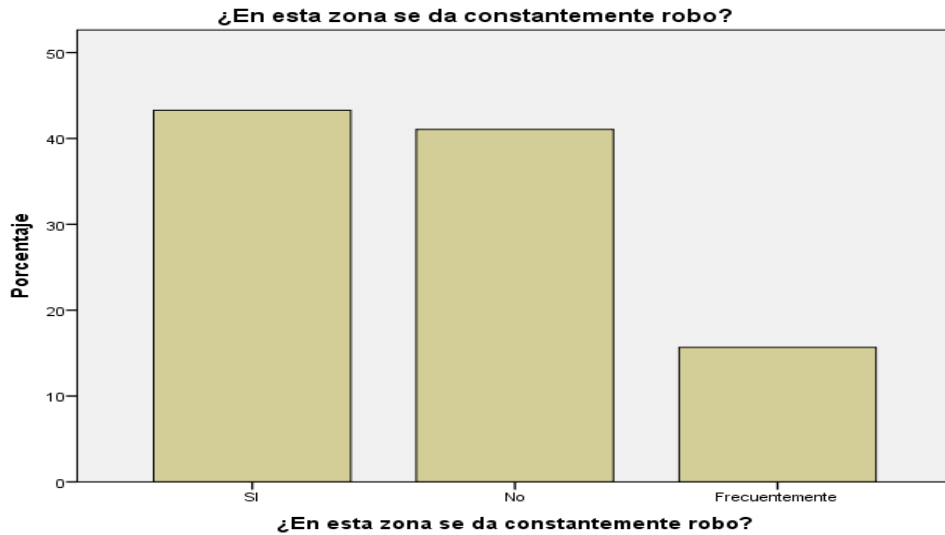
Por otro lado, el 15.7% de los informantes opinó que la cría de mosquitos es una de las causas que generan éstas dos enfermedades, aducen que por las picaduras del mismo es más fácil que adquieran una de las dos enfermedades. Pero queda claro que los mosquitos son producidos por las dos problemáticas anteriores, la basura y las charcas o aguas sucias, de modo que para lograr erradicar las crías de mosquito hay que ponerle fin o mitigar el almacenamiento de basura y de aguas sucias.

No obstante, el 6.7% hizo mención que la ausencia de servicios higiénicos es el principal problema que provocan estas enfermedades respiratorias y de la piel. Aseveran que por estar yendo a alquilar servicio higiénico fuera de su tramo pueden contraer enfermedades no sólo de la piel sino respiratorias o estomacales por el descuido y desaseo que existe en los servicios de este sector.

Un 7.5 % afirmó que estas enfermedades son provocadas por todas las problemáticas antes mencionadas.

### 9. ¿En esta zona se da constantemente robo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	58	43,3	43,3	43,3
No	55	41,0	41,0	84,3
Frecuentemente	21	15,7	15,7	100,0
Total	134	100,0	100,0	



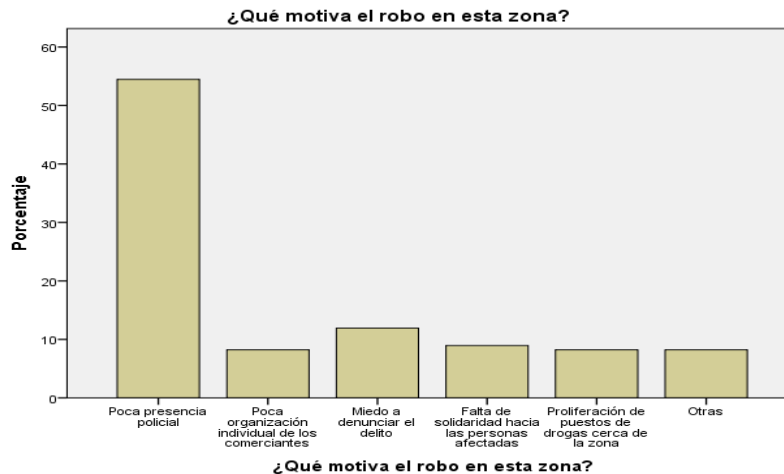
Con lo que respecta si en la zona 1 se da constantemente robo, el 43.3% de la población encuestada afirmó que sí, argumentando que el problema principal son los grupos organizados existentes en el lugar, así como las “gancheras” a como popularmente se conoce, u otros vándalos que se dedican a robar a mano armada o arrebatando las pertenencias de los que circulan en esa zona.

Por otro lado, el 41.0% dijo que no se da robo en la zona o que por lo menos no se dan cuenta, de manera que aseguran que es una zona tranquila y no peligrosa. No obstante, el 15.7% de comerciantes aseguró que en esta zona se da con mucha frecuencia el robo, *“Aquí si no andas despierto te pelan (roban)”*, ese es uno de tantos comentarios de comerciantes que aseguran haber sido víctima de robo.



### 10. ¿Qué motiva el robo en esta zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poca presencia policial	73	54,5	54,5	54,5
Poca organización individual de los comerciantes	11	8,2	8,2	62,7
Miedo a denunciar el delito	16	11,9	11,9	74,6
Falta de solidaridad hacia las personas afectadas	12	9,0	9,0	83,6
Proliferación de puestos de drogas cerca de la zona	11	8,2	8,2	91,8
Otras	11	8,2	8,2	100,0
Total	134	100,0	100,0	



Siguiendo la secuencia a la pregunta anterior, los comerciantes encuestados mencionaron las distintas maneras que el robo se encuentra en su auge. El 54.7% de los informantes aseguró que el robo es motivado por la poca presencia policial que hay en esta zona. Cabe destacar que la opinión fue tomada en los diferentes sectores de la zona 1, es decir, que la mayoría se queja de que el robo se mitigara si la Policía Nacional hiciera rondas de vigilancia en los distintos sectores.



Estos son algunos comentarios de los informantes, *“La policía en este sector brilla por su ausencia y eso que la estación de policía está a unas cuantas cuadras y es donde más se da robo”*, comenta uno de los comerciantes del sector del “Águila”. *“He visto como le arrebatan las chapas o celulares a señoras que hacen sus compras, pero ya eso es normal porque la policía no tiene presencia en esta zona”*; comenta un comerciante de 27 años de edad en el sector de Ciudad Jardín.

En cambio el 11.9% de los sujetos en estudio hizo mención que el miedo a denunciar el delito es uno de los factores que motiva el robo en la zona 1. Es preocupante esta situación pues no hay solidaridad por parte de los comerciantes hacia las personas afectadas, prefieren guardar silencio por miedo a represalias de los mismos vándalos y de ciertos comerciantes que tienen parentesco con los ladrones, es ahí donde radica el 9.0% de comerciantes que callan y no se solidarizan con aquellos que se han visto como víctimas en esta zona.

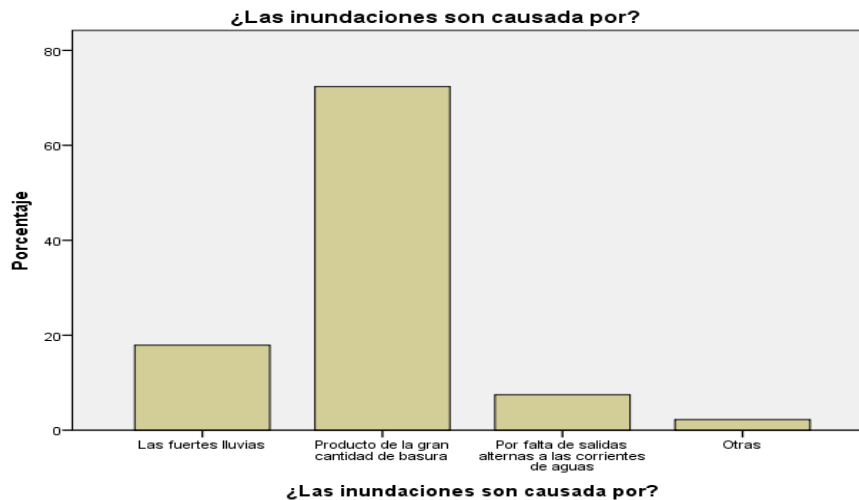
Por otra parte, el 8.2% de los encuestados dijo que la poca organización que existe entre comerciantes es lo que hace que el robo siga creciendo. De igual forma, otro dato importante es lo que opina un 8.2% de los informantes, pues asegura que la proliferación de puestos de droga en esta zona es uno de los principales factores que motiva el robo. Aseguran que cerca de los galerones en donde ellos venden se encuentra un puesto de droga clandestino que abastece con droga a los delincuentes a cambio de accesorios robados, pero que no los denuncian por miedo a represalias. Esto es más evidente en el sector El Calvario “El Águila”.

Sin embargo, otro 8.2% dijo que todas las opciones mencionadas anteriormente son los factores que motivan el robo y que hasta el momento no se ha hecho ni por parte de los comerciantes y menos por la policía un plan para lograr mitigar esta situación peligrosa que en cualquier momento puede costarle la vida a un comerciante o bien a los compradores que a diario visitan este “pulpo económico”.



### 11. ¿Las inundaciones son causadas por?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Las fuertes lluvias	24	17,9	17,9	17,9
Producto de la gran cantidad de basura	97	72,4	72,4	90,3
Por falta de salidas alternas a las corrientes de aguas	10	7,5	7,5	97,8
Otras	3	2,2	2,2	100,0
Total	134	100,0	100,0	



En esta zona se da en su mayoría inundaciones que afectan a los compradores que a diario transitan por ella, de igual forma afecta directamente a los comerciantes. Entre las opiniones que se recopiló sobre las causas que provocan las inundaciones se obtuvo que, un 72.4% dijo que se dan por la gran cantidad de basura que se encuentra en las calles, galerones y en los alrededores de los tramos. La basura es el principal problema en esta zona pues es un obstáculo para que el agua circule con naturalidad al momento de lluvias.



Estos comerciantes opinan que en el momento que esto sucede, sufren grandes pérdidas pues los compradores se alejan y prefieren ir a otro lugar a realizar sus compras porque cuando se inunda tarda horas en que el agua baje, de modo que el almacenamiento de basura en los diferentes sectores de esta zona es el talón de Aquiles para los comerciantes, pues tienen pérdidas económicas y ventas bajas.

Por otro lado, el 17.9% de los informantes dijo que las inundaciones en esta zona se debe a las fuertes lluvias que se dan en temporada de invierno, aseguran que es tan fuerte, que el agua se acumula de manera rápida en los galerones de los tramos. A como está reflejado anteriormente, las fuertes lluvias van de la mano con el almacenamiento de basura, es decir, que hay dos tipos de amenazas que se unen para hacer estragos en esta zona. La primera se identifica como una amenaza antrópica (Basura) y la segunda es una amenaza natural (Lluvias).

Al unirse estas dos, se sabe que por el almacenamiento de basura, el agua no tiene salidas alternas por donde correr es por tal razón que se estanca, es aquí un 7.5% de los informantes que opina que las inundaciones se dan por falta de salidas alternas a las corrientes de agua.

En cambio, una minoría del 2.2% opinó que las inundaciones se deben a todas las problemáticas antes mencionadas, es decir, producto de la gran cantidad de basura almacenada, por las fuertes lluvias, por falta de salidas alternas a las corrientes de agua. Queda claro que están conscientes de las diferentes amenazas que los están asechando.

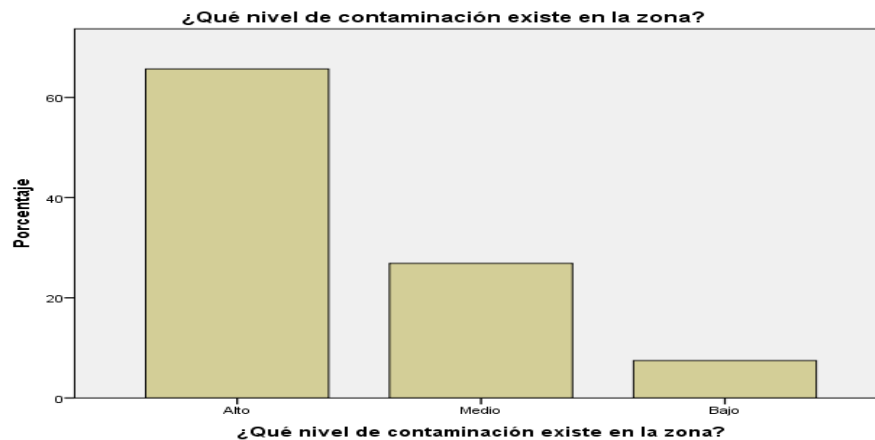




### III. Caracterización de los daños

#### 12. ¿Qué nivel de contaminación natural existe en esta zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	88	65,7	65,7	65,7
Medio	36	26,9	26,9	92,5
Bajo	10	7,5	7,5	100,0
Total	134	100,0	100,0	



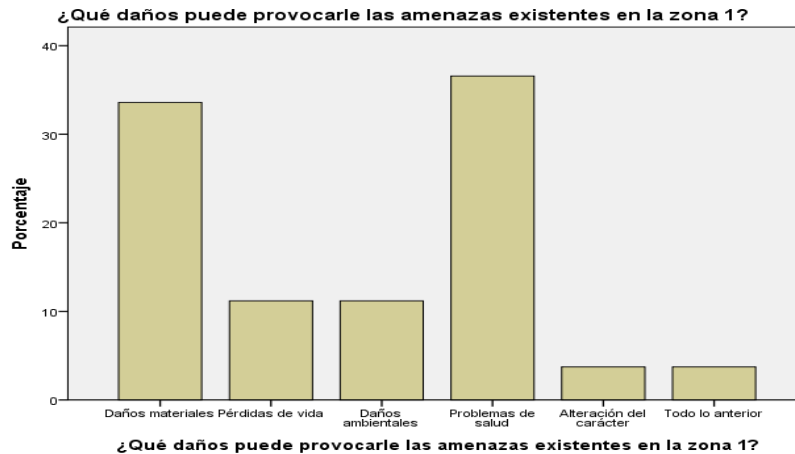
A como está reflejado en el gráfico, el 65.7% de los informantes calificó como alto el nivel de contaminación que existe en la zona 1. De modo, que ésta zona se encuentra invadida de diversas amenazas en su mayoría antrópicas, como proliferación o almacenamiento de basura por todos los sectores, charcas con aguas podridas que provocan enfermedades, corrientes de aguas con heces fecales y orín; de las cuales no pueden escapar pues estas problemáticas los tienen atrapados, siendo la única salida un plan estratégico que tienen que realizar las diferentes instituciones por esta zona, principalmente COMMEMA que es el encargado de velar por el bienestar de los comerciantes.



En tanto, el 26.9% de los informantes califica el nivel de contaminación como medio, es decir, que para ellos no existe tanta contaminación en la zona pues aseguran que todo está en el rango de lo normal. No obstante una minoría del 7.5% de los informantes asegura que el nivel de contaminación es bajo, dejando en claro que no ven con preocupación o claridad las amenazas que los están asechando.

**13. ¿Qué daños puede provocarle las amenazas existentes en la zona 1?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Daños materiales	45	33,6	33,6	33,6
Pérdidas de vida	15	11,2	11,2	44,8
Daños ambientales	15	11,2	11,2	56,0
Problemas de salud	49	36,6	36,6	92,5
Alteración del carácter	5	3,7	3,7	96,3
Todo lo anterior	5	3,7	3,7	100,0
Total	134	100,0	100,0	



Los daños que pueden provocar las amenazas en la zona son varios, en esta ocasión se decidió caracterizar los principales con más preocupación social, de los cuales los comerciantes seleccionaron según su criterio el que más le afecta en la zona de estudio. Por lo tanto, el 36.6% opina que los daños que más le afecta por parte de las amenazas, son los problemas de salud que esta causa por los diferentes focos, como la gran cantidad de basura, las charcas y aguas sucias con olores fétidos, la ausencia de tuberías de aguas negras, la falta de conexiones de agua potable.

En cambio, el 33.6% dijo que los daños que las amenazas les provoca son daños materiales, esto haciendo referencia a la baja de las ventas y a la pérdida de los productos que comercializan, ya sean comestibles, ropa, bisutería o electrodomésticos.

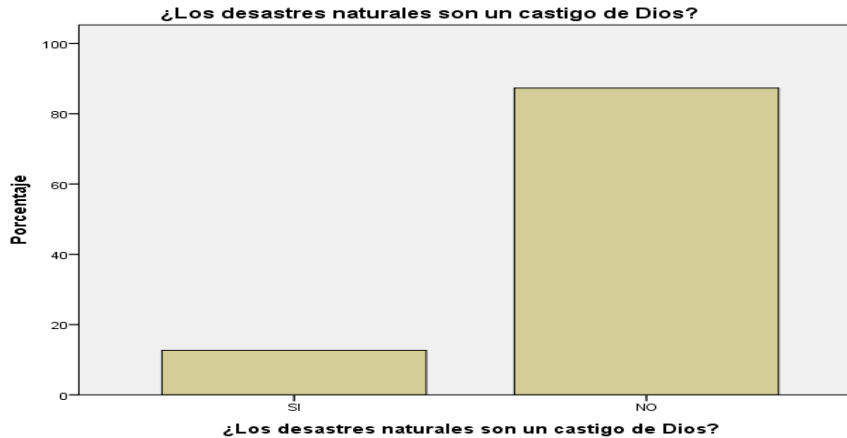
Por otro lado, el 11.2% afirmó que las amenazas le pueden provocar pérdidas de vida pues aseguran que se encuentran en un laberinto sin salida en el cual tienen que estar preparados de diversas maneras, pero que no siempre se está pensando en eso para lograr prevenirlo. Así mismo, otro 11.2% dijo que las amenazas presentes pueden provocar daños ambientales que los afectan no sólo a ellos sino a todos los que visitan este gran centro de compras.



Del mismo modo, un 3.7% de los informantes aseguró que todos estas amenazas bien puntualizadas, son los daños que les afectan directamente como comerciantes y compradores.

#### 14. ¿Los desastres naturales son un castigo de Dios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	17	12,7	12,7	12,7
NO	117	87,3	87,3	100,0
Total	134	100,0	100,0	



Esta interrogante fue una de las piezas claves para determinar el grado de racionalidad de los sujetos en estudio, de modo que se comprueba el nivel de creencia y fe que se tiene hacia el creador de este mundo, Dios.

Al momento de realizar la pregunta de que si los desastres naturales son un castigo de Dios, en su mayoría con un 87.3% de los informantes opina que NO son causados por Dios, aseguran, *“Dios es un Dios de amor y no castigador”*, *“Dios sólo nos manda bendiciones”*, *“este mercado está bendecido por Dios y él no permite que nos llegue nada malo”*. Otros manifiestan que los desastres naturales no tienen nada que ver con Dios pues es causado o provocado por la misma mano del hombre que no cuida el ambiente en donde habita.



Por el contrario, con un 12.7% afirmó que los desastres naturales SÍ son un castigo de Dios, dejando a un lado la responsabilidad como ser social que tiene, es decir, que no aceptan que tales desastres se van dando según como el ser humano cuide la naturaleza. Algunos comentan que *“Los desastres son enviados por Dios para que todos busquemos de él y nos arrepintamos”*.

#### IV. Organizaciones

##### 15. ¿Existe una forma de organización entre los comerciantes ante las amenazas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	41	30,6	30,6	30,6
NO	93	69,4	69,4	100,0
Total	134	100,0	100,0	

¿Existe una forma de organización entre los comerciantes ante las amenazas?



Una mayoría con el 69.4% de los encuestados confirmó que no existe una organización entre comerciantes en esta zona para prevenir o enfrentar las amenazas que se encuentran latente en la zona. *“Nadie se quiere hacer cargo de nada, aquí casi nadie toca ese tipo de temas, por eso no hay una organización”*, es lo que argumentan parte de los comerciantes.



En cambio, el 30.6% de los encuestados dijo que entre los comerciantes existe una alianza pero no como organización en sí, sino como un acuerdo en ayudarse en caso que ocurra un hecho lamentable a las diferentes amenazas. Hay ciertos comerciantes que están solamente organizados para evitar el robo en su sector, pues entre ellos pagan vigilancia privada que vele por su bienestar de día y de noche. Pero ante las demás amenazas no se encuentran preparados.

### 16. ¿Participa en esa organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	16	11,9	11,9	11,9
NO	118	88,1	88,1	100,0
Total	134	100,0	100,0	



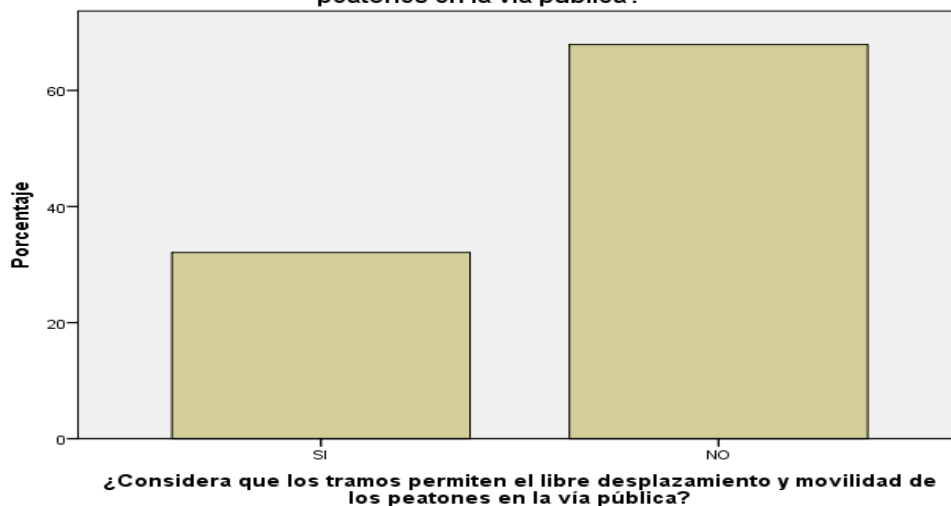
En relación con la pregunta anterior, esta interrogante muestra que el 88.1% de los encuestado afirma que no participa en la organización, puesto que no existe una como tal. En cambio un 11.9 % participa en esa organización a como se explicaba primeramente.



**17. ¿Considera que los tramos permite el libre desplazamiento y movilidad de los peatones en la vía pública?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	43	32,1	32,1	32,1
NO	91	67,9	67,9	100,0
Total	134	100,0	100,0	

**¿Considera que los tramos permiten el libre desplazamiento y movilidad de los peatones en la vía pública?**



En este caso los sujetos en estudio tienen claro que el lugar en donde se ganan la vida a diario se encuentra en desorden, pues el 67.9% opina que los tramos de esta zona no están permitiendo el desplazamiento y movilidad a los peatones o compradores que transitan en los diferentes galerones del sector.

Argumentan que no hay orden en los tramos por parte de COMMEMA que es el único que puede regular esta situación que se ha convertido en una odisea para todos los compradores incluso para los mismos comerciantes. En el sector del “Águila”, “Los Cocos”, las piñatas y el sector de la ropa y bisutería, claramente se ve el difícil desplazamiento que los compradores tienen pues los espacios para

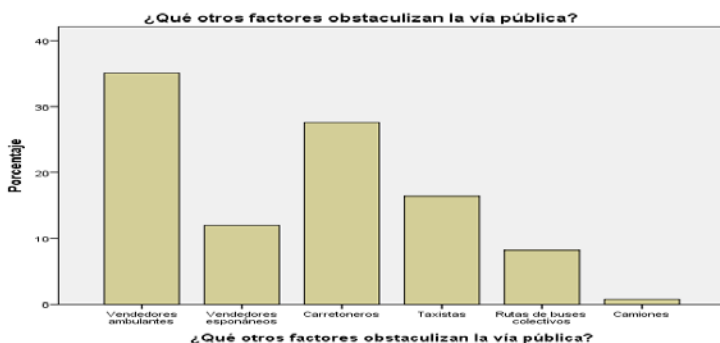


transitar son demasiado angostos y a su vez inadecuados para tanta cantidad de personas que visitan estos sectores de la zona 1.

En cambio el 32.1% considera que los tramos permite el libre desplazamiento, este porcentaje de comerciantes pertenecen al sector de “Ropa usame” y Ciudad Jardín, que son los sectores con calles más amplias y los tramos no son creados con ciertas medidas sino que son construidos con medidas de casas como grandes tiendas.

**18. ¿Qué otros factores obstaculizan la vía pública?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vendedores ambulantes	47	35,1	35,1	35,1
Vendedores espontáneos	16	11,9	11,9	47,0
Carretoneros	37	27,6	27,6	74,6
Taxistas	22	16,4	16,4	91,0
Rutas de buses colectivos	11	8,2	8,2	99,3
Camiones	1	,7	,7	100,0
Total	134	100,0	100,0	



En la zona 1 del mercado oriental no sólo los tramos obstaculizan la vía pública, sino que hay otros factores que influyen para no tener un libre desplazamiento tanto para los comerciantes y compradores.





Por tanto, el 35.1% de los comerciantes encuestados asegura que los vendedores ambulantes en su mayoría obstaculizan las vía pública, comentan, que *“los vendedores ambulantes se ponen en cualquier parte, no les importa si no dejan pasar a la gente”, “en ocasiones nosotros (los) comerciantes también les decimos que den espacio pero no siempre todos hacen caso”*.

Los vendedores ambulantes más mencionados fueron los vende batidos, los que venden prendas íntimas, vendedores que utilizan carros de supermercado para vender agua y jugos, los que venden frutas o frescos, incluso hasta los vende esquimo; estos se manejan por los diferentes sectores de la zona, obstaculizando el paso de los compradores.

De igual forma, los carretoneros con un 27.6% según los informantes se han tomado las calles y galerones del sector para hacer la venta del día. Así mismo los carretoneros sirven como vía de producción de basura, pues está comprobado que lo que ellos no utilizan como verduras o frutas podridas los dejan tirados en cualquier lugar.

Un dato importante es que el 16.4%, de taxistas impiden el acceso en la vía pública, aduciendo que estos se estacionan en cualquier parte sin importarles las consecuencias que esto puede provocar. Comentan, que se estacionan por buen tiempo donde no les corresponde, es por ello que se causa el aglomeramiento de personas en un solo punto ocasionando el desorden y el estrés para muchos.

El sector de Ciudad Jardín, el de “los turcos”, “la caimana”, electrodomésticos y en el “punto 99”, son los lugares donde los taxistas obstaculizan más la vía pública.

Los vendedores espontáneos con un 11.9% son otro factor que viene a obstaculizar la vía pública en esta zona. En los distintos sectores estos vendedores se toman las calles e incluso los parqueos privados de los comerciantes con tramos fijos para comercializar sus productos. Por ejemplo, en la calle de Ciudad Jardín o del conocido “punto 99” claramente se observa como los



vendedores espontáneos se han tomado las calles; en este lugar el acceso a la vía pública ha desaparecido, a demás de ser una calle destinada para el transito vehicular y rutas de buses urbanos se ha convertido en una calle peligrosa para los peatones. Otro sector donde los vendedores espontáneos se han posicionado de las calles es en el sector del “Galillo” y “Los Cocos”.

Un 8.2% opina, que las rutas de buses colectivos son los causantes de la obstaculización de la vía pública, pues cuando hacen su recorrido algunos pasan sin cuidado y otros van a paso lento, pese a que el lugar es muy angosto.

Cabe recalcar que en el sector de la “caimana” y “punto 99” las calles para que circulen las rutas de buses 168 y 102 son angostas y en sus alrededores se encuentran comerciantes espontáneos y carretoneros que de igual forma no les permite que circulen con facilidad.

No obstante, los comerciantes dicen que las rutas de transporte colectivo son un impedimento para el libre acceso, pero ellos también no ponen de su parte pues toda su mercadería como bicicletas, abanicos, roperos, cocinas, juguetes, maniquí los ubican en los andenes y parte de la calle en su sector.

El problema está, que la calle por donde circulan los buses y taxis es bien estrecha y los comerciantes a su vez la hacen más estrecha por los productos que sacan a exhibición fuera de las medidas de su tramo. Por lo tanto, los mismos comerciantes impiden el libre desplazamiento a la vía pública y no reconocen que también ellos forman parte de esta problemática.

Finalmente, el 7% de los comerciantes dijo que los camiones impiden el libre acceso pero de manera esporádica pues no siempre estos se estacionan cerca de los tramos. En su mayoría sucede cuando llevan mercadería.



### 19. ¿Qué propone para mejorar el libre desplazamiento en esta zona?

Principalmente, en su mayoría los comerciantes proponen:

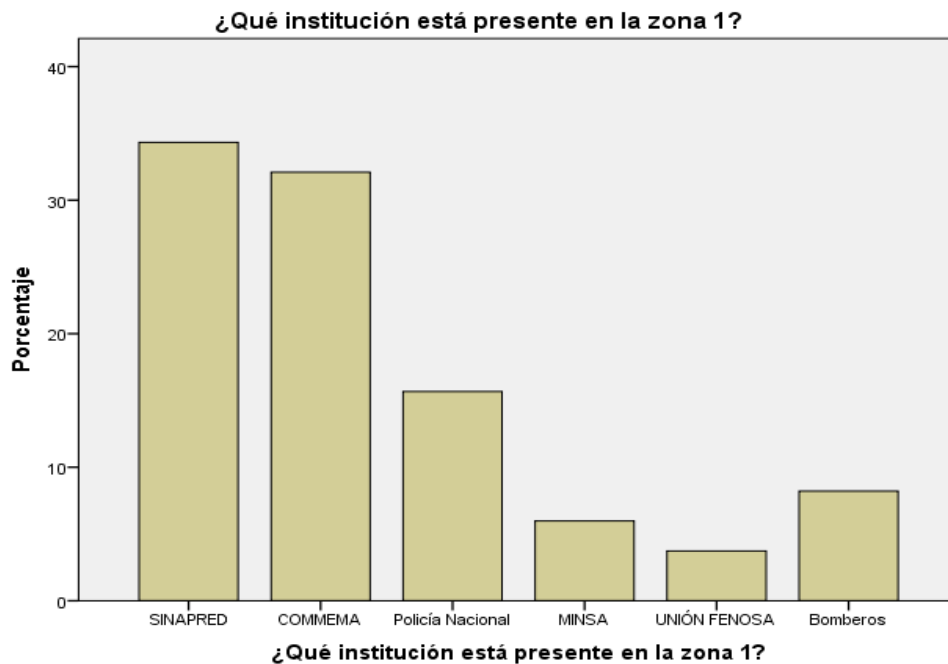
- Reordenamiento por cuadra por parte de COMMEMA.
- Reordenamiento por sector.
- Reordenamiento general en toda la zona y supervisión constante.
- Reordenamiento y supervisión por parte de la policía de tránsito para los taxistas y buses colectivos que transitan en el lugar.
- Multar a todos los taxistas y carros particulares que se estacionen donde no les corresponde.
- Ordenamiento y ubicación para los vendedores carretoneros, ambulantes y espontáneos.
- Ubicar a los carretoneros y vendedores ambulantes en un solo punto.
- Realizar una sola ruta para los taxistas y microbús
- No botar basura ni agua sucias en las calles.
- Reordenamiento y multas para los comerciantes que no acaten las órdenes.
- Presencia constate de COMMEMA en la supervisión de las vías de acceso.
- Mejor organización por parte de COMMEMA y Comerciantes.
- Regularizar los puntos de ventas.



20. ¿De las siguientes instituciones, cuál tiene presencia en la zona 1?

Valore su actuar.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SINAPRED	46	34,3	34,3	34,3
COMMEMA	43	32,1	32,1	66,4
Policía Nacional	21	15,7	15,7	82,1
MINSA	8	6,0	6,0	88,1
UNIÓN FENOSA	5	3,7	3,7	91,8
Bomberos	11	8,2	8,2	100,0
Total	134	100,0	100,0	





Es evidente que la posibilidad de cumplimiento de prevención, mitigación, ante las amenazas existentes en la zona 1 del Mercado Oriental, está a cargo en su totalidad de las instituciones del estado. En tal sentido, la responsabilidad sobre un enfoque de riesgo y para la previsión, mitigación y atención de desastres, debe de ser compartida e inclusiva.

En este instrumento se realizó una interrogante sobre si las instituciones están presentes en la zona de estudio, a continuación se detalla los resultados obtenidos de parte de los comerciantes de esta zona:

Curiosamente, de todas las opciones dadas a la población mercantil, el 34.3% dijo que en esta zona está presente SINAPRED para la prevención de desastres, argumentando que es la institución que se encuentra capacitada para atender este tipo de desastres. Cabe mencionar que los comerciantes argumentaron que esta institución pocas veces se presenta a la zona, pues aducen que tienen mayor presencia cuando hay ciertas emergencias pero en todo el Mercado Oriental en General.

En cambio, el 32.1% sabe que COMMEMA tiene presencia en su zona, pero según ellos solamente por nombre. Los comerciantes se quejan que esta institución solo se dedica a cobrar los impuestos a cada tramo pero no velan por las necesidades de todos aquellos comerciantes que constantemente brindan su pago. *“Se supone que COMMEMA está aquí para ver por todo lo que nos afecta como comerciantes, cosas que tal vez para ellos son insignificantes pero que para nosotros son grandes amenazas”*, es una de las evaluaciones que los comerciantes brindaron sobre esta institución.

Por otro lado, con un 15.7% dijo que Policía Nacional tiene presencia en esta zona al igual que COMMEMA. Así mismo aseveraron que esta institución no hace presencia frecuentemente en la zona; los constantes robos, las alteraciones al orden público y los puestos de drogas son problemáticas que la policía debería estar más atenta. Entre los comentarios recopilados, aducen que es ilógico que



estando una estación distrital cerca de la zona se den tantos percances, pues no solo es un problema dentro de los galerones sino también en las calles con lo que respecta a tránsito.

Un 6.0 % opina, que el MINSA también está presente en esta zona de manera esporádica, en ocasiones solo pasan en temporadas de epidemia como el Chicungunya, de tal manera que realizan fumigaciones en los tramos pero es raro según ellos verlos con frecuencia.

No obstante, con el 3.7% confirma que Unión FENOSA tiene presencia, cabe destacar que hicieron referencia, que esta institución sólo está por estar según los mismos comerciantes, aducen que nunca se presentan a realizar supervisión en los tramos para evitar cualquier emergencia eléctrica que pueda provocar un desastre mayor que deje pérdidas humanas y materiales.

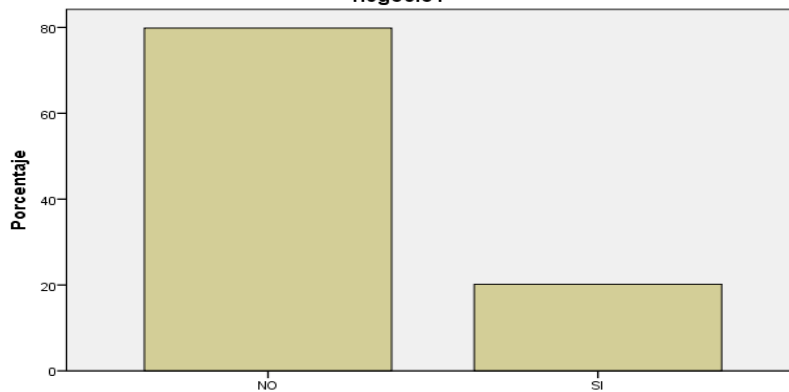
El 8.2 % dijo que los bomberos también tiene presencia, de tal forma que evalúan a esta institución como mala en su accionar, dejando en claro que solamente se presentan en la zona cuando ocurren grandes desastres como incendios que es uno de los principales problemas en la zona.

**21. ¿Alguna vez el SINAPRED, COMMEMA, Alcaldía de Managua u otra institución le han capacitado ante algún desastre natural u otra amenaza que afecte su negocio?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	107	79,9	79,9	79,9
SI	27	20,1	20,1	100,0
Total	134	100,0	100,0	



¿Alguna vez SINAPRED, COMMEMA, Alcaldía de Managua u otra institución le han capacitado ante algún desastre natural u otra amenaza que afecte su negocio?



¿Alguna vez SINAPRED, COMMEMA, Alcaldía de Managua u otra institución le han capacitado ante algún desastre natural u otra amenaza que afecte su negocio?

El 79.9% de los informantes de esta zona aseguran que no han recibido ninguna capacitación por estas instituciones del Estado, pues no se han presenciado a brindarles información para prevenir que se desarrolle una amenaza. Los únicos momentos aseguran, que SINAPRED, Alcaldía de Managua y COMMEMA han velado por los comerciantes es cuando sucede calamidades como los grandes incendios que se han producido. Claro está que si se presentaran en un Pre momento ante las amenazas, no sufrirían grandes pérdidas materiales.

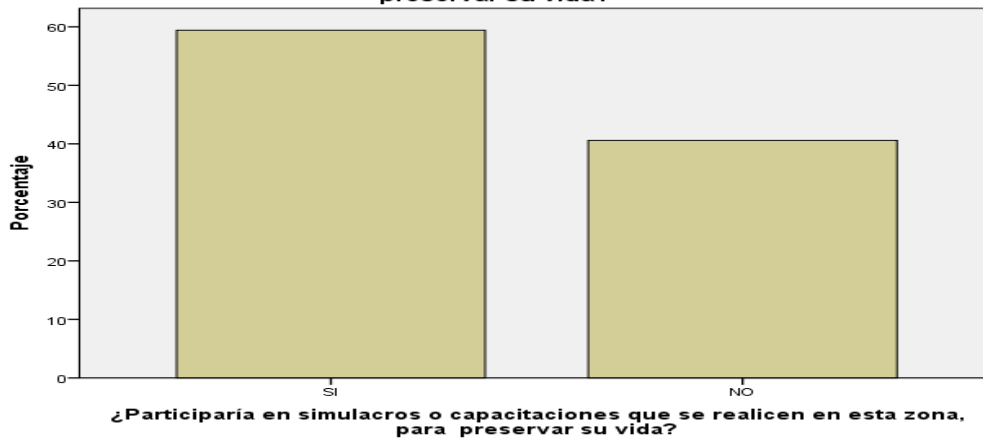
Por lo tanto, el 20.1% de los comerciantes dijo que sí han recibido capacitaciones u orientaciones por parte de estas instituciones pero luego de haber sufrido los azotes de las amenazas del fuego. En el sector de “Ropa usame” es donde más se ha presentado estas instituciones pero de manera esporádica y no continua.

## 22. ¿Participaría en simulacros o capacitaciones para preservar su vida?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	82	59,4	59,4	59,4
NO	56	40,6	40,6	100,0
Total	138	100,0	100,0	



¿Participaría en simulacros o capacitaciones que se realicen en esta zona, para preservar su vida?



El 59.4% de los comerciantes de la zona 1 del Mercado Oriental, confirman que están dispuestos a participar de los simulacros que en un futuro pueden realizarse en la misma, asegurando que esta es una manera de preservar su vida y sus negocios del cual a diario se ganan el pan de cada día. Comentaron que sería bueno que COMMEMA se pusiera de acuerdo con estas instituciones para prevenir y mitigar las amenazas presentes en esta zona. En caso que se realizara un simulacro, los comerciantes piden ser informados una semana antes para organizarse y poner a disposición parte de su tiempo para esta capacitación.

Por otro lado, el 40.6% de los comerciantes dijo que no participarían en tales simulacros, pues aducen que ese tipo de actividad no se realizan en el mercado y menos en la zona. Otros comentan que no participarían por no tener el suficiente tiempo.

Queda claro que la mayoría de los comerciantes de esta zona está anuente a participar, lo que queda es esperar el accionar de las instituciones competentes en este tema.





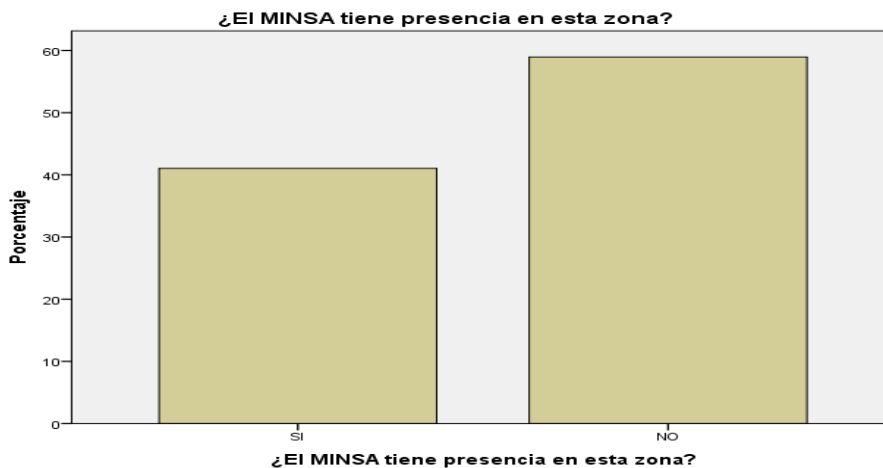
### 23. ¿En qué temas le gustaría ser capacitado?

Entre los temas que a los comerciantes les gustaría ser capacitados están:

- Primeros auxilios
- Evacuación
- Como prevenir incendios
- Qué hacer en caso de sismos o terremotos
- Qué hacer en caso de inundación
- Preservación a la vida
- Que hacer en caso de emergencia
- En defensa personal
- Como evitar robos

### 24. ¿El MINSA tiene presencia en esta zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	55	41,0	41,0	41,0
NO	79	59,0	59,0	100,0
Total	134	100,0	100,0	





Por otra parte, se procedió a preguntarles a los comerciantes si el MINSA tiene presencia en la zona y el 59,0% de los sujetos en estudio mencionó que el MINSA no tiene presencia en la zona, *“Ni los conocemos”*, fue una de las expresiones, cabe señalar que estos comerciantes son del sector del *“Águila”*, *“Las Piñatas”*; *“Los Cocos”* y *“El Galillo”*.

En cambio, el 41,0% respondió de manera positiva, argumentando que mayormente los visitan cuando hay epidemias, a continuación se muestran algunas de las opiniones: *“Ahorita que anduvo esto del chicungunya, se presentaban seguido las brigadas de salud para hacer chequeos médicos”*; *“Casi siempre andan por aquí haciendo censos”*; *“Por allá se presentan a fumigar, pero el dueño del tramo no lo permite porque el veneno queda impregnado en la ropa”*.

Como se puede ver en la última opinión, en ocasiones son algunos comerciantes los que no ponen de su parte para evitar enfermedades, sobre todo aquellas que son causadas por mosquitos, puesto que no acatan las medidas de precaución y protección de las instituciones encargadas de la salud.

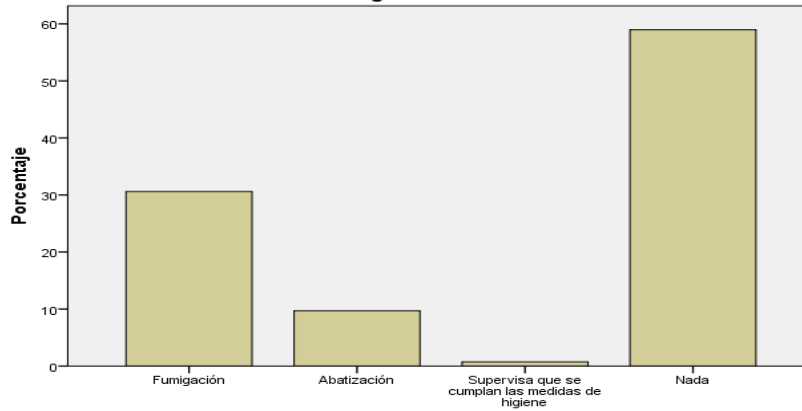
Dado a estos resultados se puede decir, que el MINSA solo tiene presencia en los sectores principales de la zona, o sea, en Ciudad Jardín, Ropa Usame, Los vahos y La Caimana.

## 25. ¿Qué hace el MINSA para preservar y proteger su salud ante las amenazas que arriesgan su vida?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Fumigación	41	30,6	30,6	30,6
Abatización	13	9,7	9,7	40,3
Supervisa que se cumplan las medidas de higiene	1	7	7	41,0
Nada	79	59,0	59,0	100,0
Total	134	100,0	100,0	



¿Qué hace el MINSA para preservar y proteger su salud ante las amenazas que arriesgan su vida?



¿Qué hace el MINSA para preservar y proteger su salud ante las amenazas que arriesgan su vida?

Según el 59,0% de los comerciantes afirmó que el MINSA no hace nada para preservar y proteger su salud ante las amenazas que los afectan, pues jamás han sido visitados por esa institución del estado.

No obstante, un 30,6% señaló que el MINSA se presenta a los tramos para realizar fumigación, aunque no lo hacen de manera constante, sino solo cuando se presentan enfermedades causadas por picadura de mosquitos como el Dengue, Cólera, chikungunya, entre otros.

Por otro lado, el 9,7% dijo que el MINSA elabora jornadas de abatización en la zona, esto con el fin de prevenir la creación de mosquitos, por consiguiente las enfermedades que este provoca.

Sin embargo el 7% de los encuestados señaló que el MINSA solo visitan las comiderías o restaurantes para supervisar que cumplan con las medidas de higiene, esto con el fin de prevenir contaminantes o virus que pongan en peligro la vida humana de la zona en estudio. De igual forma, para que los productos de consumo no sobrepasen su fecha de vencimiento.



**26. ¿Existe un puesto médico en esta zona?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	6	4,5	4,5	4,5
NO	128	95,5	95,5	100,0
Total	134	100,0	100,0	

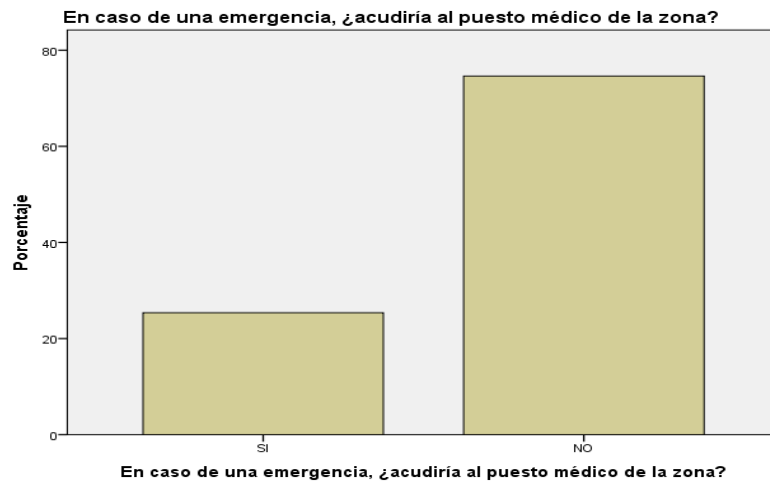


Al momento de preguntarles a los comerciantes si existe un puesto médico en la zona, el 95,5% afirmó que no, asegurando que todo el tiempo que tienen trabajando en la zona no han visto ni se han dado cuenta que existe tal puesto médico.

Por otra parte, el 4,5% expresó que si existe, pero realmente desconocen su ubicación, aduciendo que es una clínica privada con el nombre "Popolná". Queda claro que ésta minoría de comerciantes tienen un mal manejo de información porque esta clínica no tiene que ver con el estado y menos con la atención gratuita de los mismos.

**27. ¿En caso de una emergencia, acudiría al puesto médico de la zona?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	34	25,4	25,4	25,4
NO	100	74,6	74,6	100,0
Total	134	100,0	100,0	



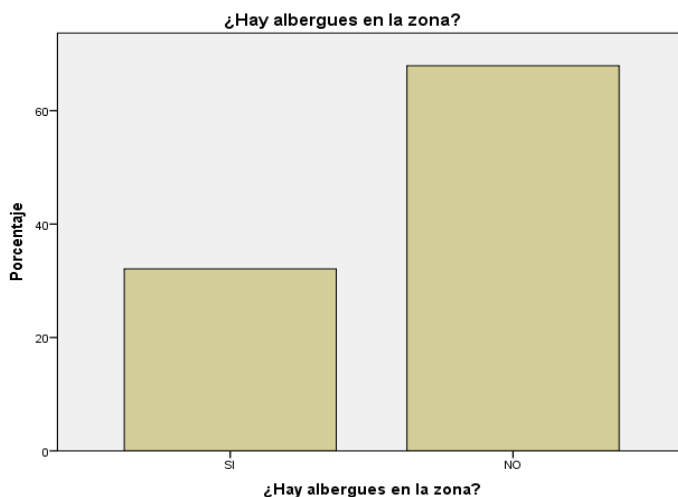
El 74,6% afirmó de manera directa que no asistiría al puesto médico de la zona, en primer lugar, porque no existe y en segundo, porque si hubiera tendrían que ver primeramente la atención y en dependencia de ello decidirían.

E cambio, el 25.4% de los comerciantes mencionó que en caso de presentarse una emergencia acudiría al centro médico de la zona, sin embargo, parte de este porcentaje aclaró que lo haría en caso que existiría uno, porque en esa zona no hay, argumentando que de estar, tendrían que valorar la atención, pues de lo contrario preferirían ir al hospital más cercano. Por otro lado, hubo comerciantes que dijeron que irían al puesto de "Popolná"; pero este es una clínica privada que no forma parte del Mercado Oriental, pues quien la visita tiene que pagar la consulta o la atención médica que reciba.



### 28. ¿Hay albergues en la zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	43	32,1	32,1	32,1
NO	91	67,9	67,9	100,0
Total	134	100,0	100,0	



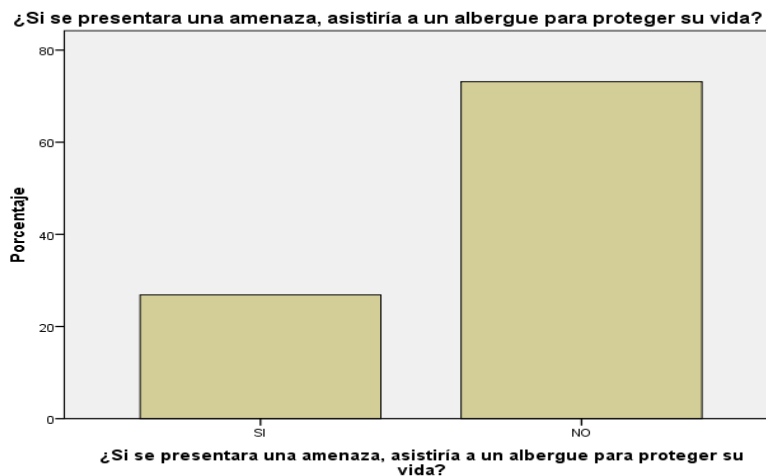
Como se puede observar el 67,9% afirmó desconocer la existencia de algún albergue en la zona, pues jamás han visitado uno o por lo menos escuchar que alguien de la zona lo mencione.

Sin embargo, el 32,1% de los encuestados expresó que si existen albergues en la zona 1, pues según la mayoría maneja esta información desde que hubo alerta roja en el país, producto al terremoto ocurrido en el período de semana santa.



**29. ¿Si se presenta una amenaza, asistiría a un albergue para proteger su vida? De quién recibe la información**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	36	26,9	26,9	26,9
NO	98	73,1	73,1	100,0
Total	134	100,0	100,0	



Según el 73,1% dijo que no asistiría a ningún albergue, según algunos porque en ese lugar se pasan muchas necesidades, a parte que es un encierro total, por lo cual preferirían buscar su seguridad por otra parte, a continuación algunas de las opiniones: *“ prefiero irme debajo de un puente, esos albergues no tienen nada de seguro ”*; *“ La verdad que en todas partes uno corre peligro, prefiero estar en mi casa ”*; *“En ese momento a nadie le importa ir a un albergue, lo primero que nos preocupa es ver por el negocio ”*.

En cambio, el 26,9% de los comerciantes afirmó que si se presentara una amenaza asistiría al albergue de la zona, siempre y cuando sea para preservar su vida, estar cerca de su tramo, y sobre todo que no fuera por un tiempo prolongado;

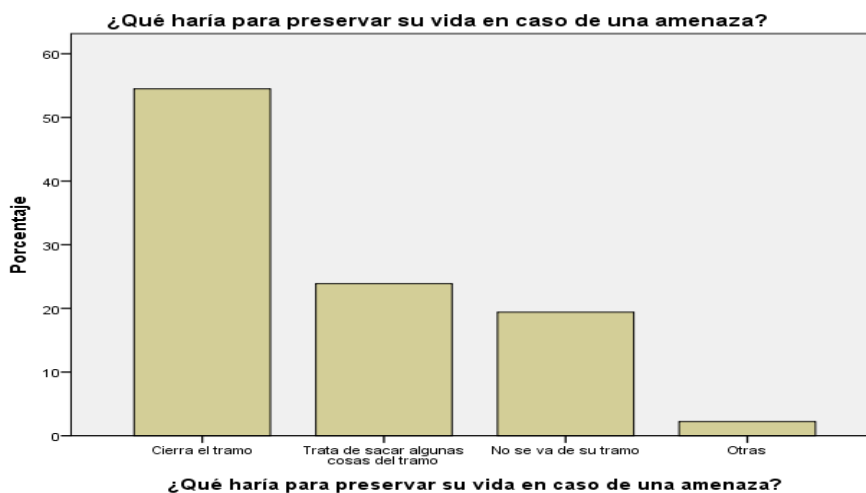


aunque algunos desconocen de quien recibirían la información, otros por su parte, dicen que lo más lógico sería de parte de COMMEMA O SINAPRED.

Cabe destacar, que la mayoría de los comerciantes manejan un mal concepto de albergue, pues en vez de sentirse protegidos, consideran que estarían en un lugar inseguro.

### 30. ¿Qué haría para preservar su vida en caso de una amenaza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Cierra el tramo	73	54,5	54,5	54,5
Trata de sacar algunas cosas del tramo	32	23,9	23,9	78,4
No se va de su tramo	26	19,4	19,4	97,8
Otras	3	2,2	2,2	100,0
Total	134	100,0	100,0	







El 54,5% de los encuestados dijeron que lo primero que harían para preservar su vida sería, cerrar el tramo y buscar como ubicarse en un lugar seguro de la zona (si lo encuentra), de lo contrario se retiraría del mercado, pues lo principal para la mayoría es preservar su vida, ya que lo material se repone.

Sin embargo, un 23,9% manifestó que primero tratarían de sacar las cosas más importantes del tramo y luego se irían a un lugar seguro para proteger su vida, según argumentaban algunos, es que en caso que el tramo también se encuentre en peligro lo más importante en el momento sería salvar su negocio.

Por otra parte, el 19,4% expresó, que no se iría de su tramo dado, que tienen mucho dinero invertido en sus negocios y nadie está dispuestos a dejar perder lo que por toda una vida les ha costado.

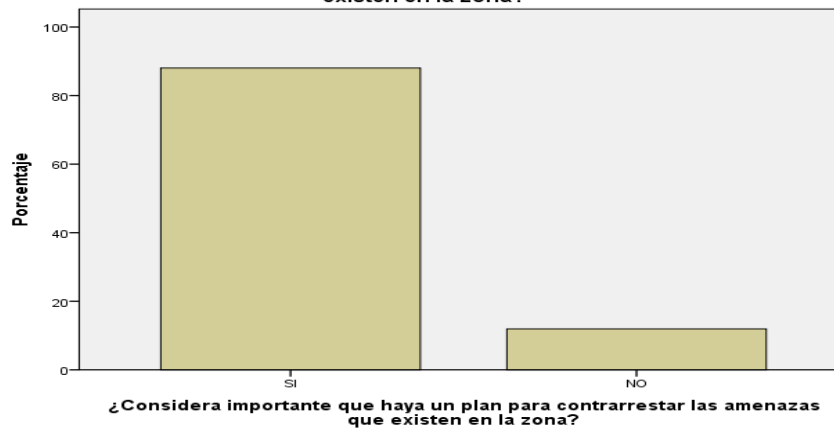
Según el 2,2% de los comerciantes afirmaron que en caso de presentarse una emergencia en la cual su vida corriera riesgo, lo que harían es quedarse cuidando el negocio en las afueras del tramo, pues en momentos de incidencias los primeros que aparecen son los amigos de lo ajeno (ladrones) y los últimos en llegar son los agentes policiales.

**31. ¿Considera importante que haya un plan para contrarrestar las amenazas que existen en la zona?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	118	88,1	88,1	88,1
NO	16	11,9	11,9	100,0
Total	134	100,0	100,0	



¿Considera importante que haya un plan para contrarrestar las amenazas que existen en la zona?

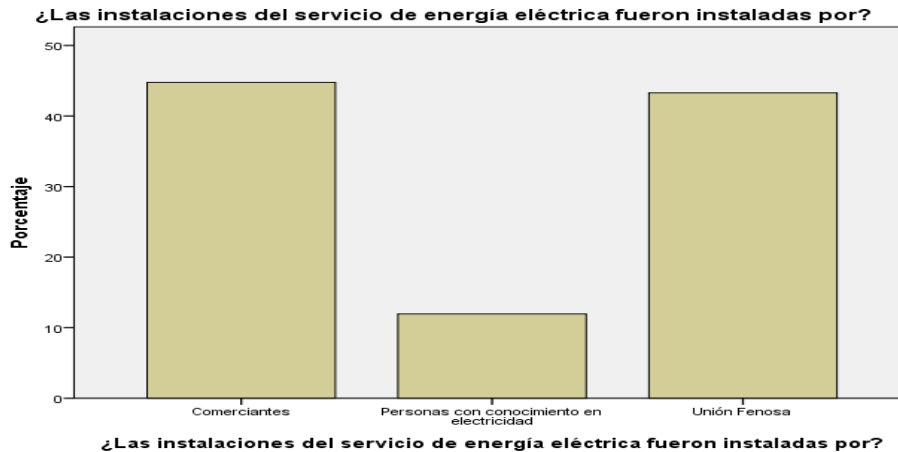


El 88,1% de los comerciantes consideró que es importante que haya un plan para contrarrestar las amenazas que existen en la zona, argumentando: *“sería bueno por nuestro propio bien y cuidado”*; *“Es mejor estar preparado por cualquier cosa”*; *“Para preservar la vida”*; *“Para evitar desgracias”*; *“Para evitar calamidades”*; *“Para proteger nuestra vida y negocio”*. Estos son algunos de los comentarios que realizaron los comerciantes a la hora de la encuesta, en ellas se deja claro, que es necesario contar con una herramienta para salvaguardar la vida.

Por otra parte, el 11,9% planteó que no es necesario que haya dicho plan, pues según algunos les da lo mismo si existe o no y otros manifestaron que nada cambiaría si existiera, pues las autoridades no hacen mucho para cambiar la situación que se vive en la zona 1 de este mercado.

### 32. ¿Las instalaciones del servicio de energía eléctrica fueron instaladas por?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Comerciantes	60	44,8	44,8	44,8
Personas con conocimiento en electricidad	16	11,9	11,9	56,7
Unión Fenosa	58	43,3	43,3	100,0
Total	134	100,0	100,0	



El 44,8% de los encuestados señaló que las instalaciones del servicio de energía eléctrica de su tramo fueron instaladas por ellos mismos, pues ahí Unión Fenosa no pone manos en el asunto, razón por la cual los mismos comerciantes se han unido y creado sus propias asociaciones. Una de Las formas por la cual cuentan con este servicio es porque el tramo que posee sus instalaciones legales abastece a los que no tienen y semanalmente reciben la cantidad de doscientos córdobas. (Este dato fue proporcionado por los mismos comerciantes).

Otra de las formas es que directamente se conectan de los tendidos eléctricos, pues según ellos, Unión Fenosa siempre llega con “planes” de ejecutar algún proyecto para las personas que no cuentan con este servicio y luego de recolectar el dinero desaparecen, razón que lleva a los comerciantes a realizar dichas conexiones.

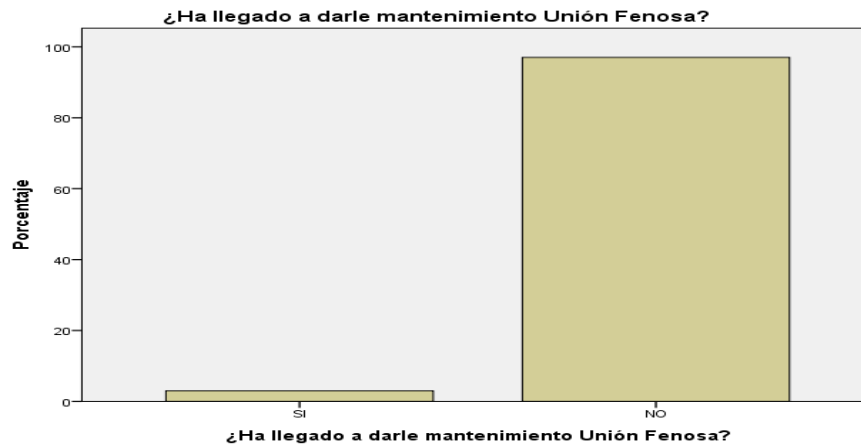
En cambio, el 43,3% afirmó que la empresa de Unión Fenosa se encargó de realizar las instalaciones eléctricas en su tramo, esto con el fin de preservar la vida de todas las personas que laboran en dicha zona, pues de esa manera previenen incendios o cualquier otra desgracia; no obstante algunos confirmaron que dicha empresa realizó las conexiones, pero que el pago era directamente con el dueño del tramo, situación que deja en duda su legalidad.



Sin embargo, el 11,9% dijo que las instalaciones de energía eléctrica en su fue realizada por personas con conocimientos de electricidad, lo que queja claro que dichos comerciantes están conectados de manera ilegal, pues desde el momento que excluyen a los de Unión Fenosa es porque ellos mismos hacen el trabajo.

### 33. ¿Ha llegado a darle mantenimiento Unión Fenosa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	4	3,0	3,0	3,0
NO	130	97,0	97,0	100,0
Total	134	100,0	100,0	



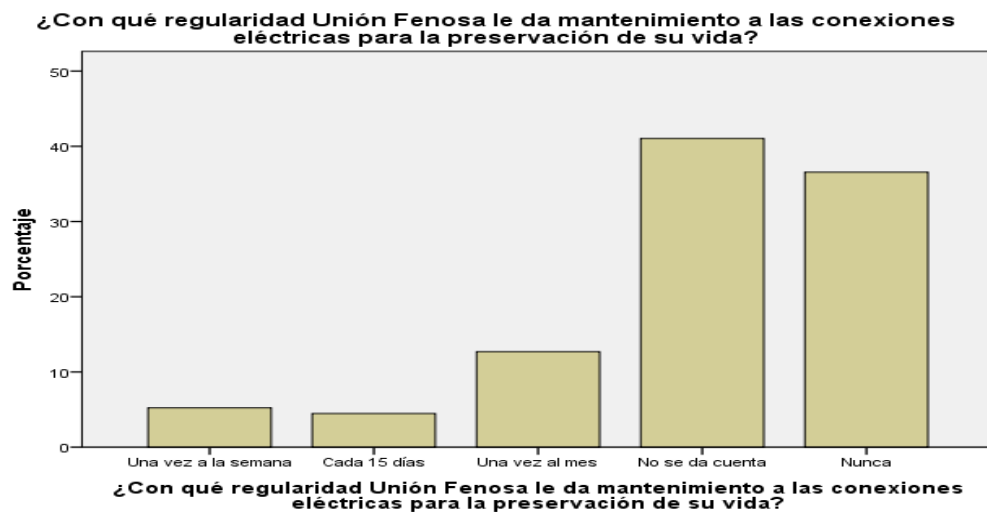
Como se puede observar en la gráfica, el 97,0% afirmó que esta empresa nunca llega a darle mantenimiento a las conexiones de su tramo, pues de lo contrario no hubiera tantos incendios en la zona, y para lo único que hacen presencia es para llevarles el recibo del mes.

Por otra parte, el 3,0% de los comerciantes expresaron que Unión Fenosa llega a realizar mantenimiento a su tramo, vigilando que todo este en orden y que no haya ningún tipo de alteración en el medidor, a su vez vigilando que no estén abasteciendo a otros tramos pues de lo contrario reciben una multa.



**34. ¿Con qué regularidad Unión Fenosa le da mantenimiento a las conexiones eléctricas para la preservación de su vida?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Una vez a la semana	7	5,2	5,2	5,2
Cada 15 días	6	4,5	4,5	9,7
Una vez al mes	17	12,7	12,7	22,4
No se da cuenta	55	41,0	41,0	63,4
Nunca	49	36,6	36,6	100,0
Total	134	100,0	100,0	



Con respecto a la regularidad con la que Unión Fenosa le da mantenimiento a las conexiones eléctricas para la preservación de la vida en esa zona, el 41,0% mencionó que no se da cuenta, pues para lo único que las personas de esa empresa se presentan es para dejar los recibos del mes o para realizar proyectos “fantasmas”, que nunca llevan a cabo.



Por otra parte, el 36,6% afirmó que nunca llegan a su tramo a darle mantenimiento, pues lo único que según ellos le importa a la empresa es que los comerciantes lleven al día sus cancelaciones, pero para realizar mantenimiento eléctrico a cada negocio no invierten nada.

En cambio el 12,7% señaló las personas que llegan de parte de Unión Fenosa aparecen una vez al mes a darles "mantenimiento", pero lo único que chequean es que estén legales, pues de lo contrario los privan de este servicio.

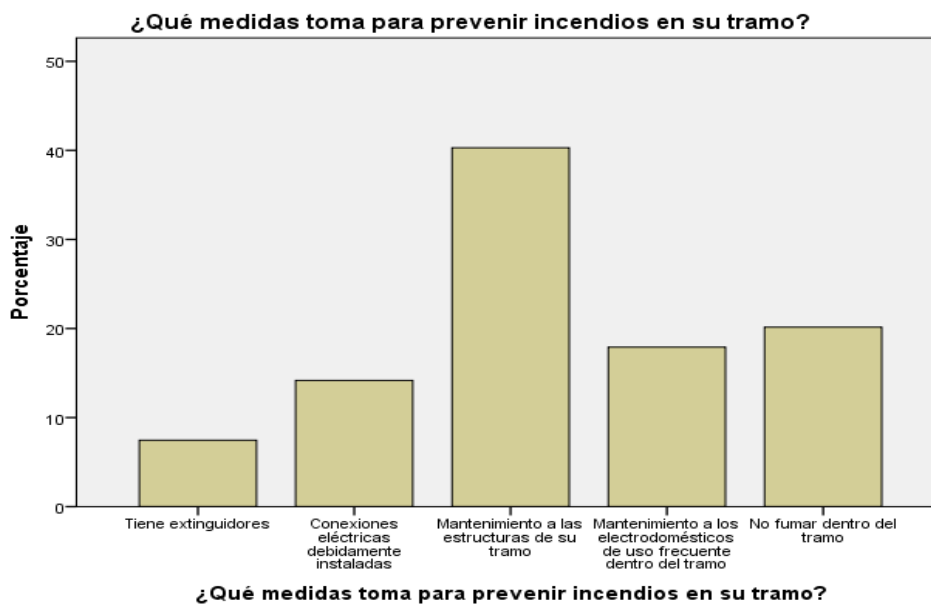
Por otro lado, el 5,2% argumentó que una vez a la semana se aparecen, pero no a darle mantenimiento a las conexiones de los tramos, sino a realizar cortes a todos aquellos comerciantes que están conectados de manera ilegal, sin embargo algunas personas señalaban que al momento que los de Unión Fenosa se retiran los comerciantes vuelven a realizar sus conexiones.

De igual forma el 4,5% expresó que para lo único que hace presencia Unión Fenosa es para realizar cortes, sin embargos mencionaron que estos solo aparecen cada quince días.



**35. ¿Qué medidas toma para prevenir incendios en su tramo?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Tiene extinguidores	10	7,5	7,5	7,5
Conexiones eléctricas debidamente instaladas	19	14,2	14,2	21,6
Mantenimiento a las estructuras de su tramo	54	40,3	40,3	61,9
Mantenimiento a los electrodomésticos de uso frecuente dentro del tramo	24	17,9	17,9	79,9
No fumar dentro del tramo	27	20,1	20,1	100,0
Total	134	100,0	100,0	





El 40,3% de los comerciantes argumentaron que le dan mantenimiento a las estructuras de su tramo para prevenir incendios, según algunos, estos sucesos se dan porque los negocios son contruidos con zinc o plástico y al recalentarse con el sol hacen que ciertas mercancías tomen fuego por los químicos que contienen, ya sean objetos inflamables o textiles.

Por otro lado, el 20,1% señaló que no se fuma dentro del tramo, los comerciantes que manifestaron esto fueron los del sector del “Águila”, “Ropa Usame” y “Las piñatas”, dado, que son los lugares más vulnerables a incendios, pues los productos en su mayoría son de plástico, papel y textil.

En cambio el 17,9 de los comerciantes dijeron que le dan mantenimiento a los electrodomésticos que utilizan con frecuencia en su tramo o los que tienen a la venta, ejemplo de ello, los abanicos, televisores, equipos de sonidos, planchas entre otros, ya que una falla eléctrica puede causar cuantiosas pérdidas económicas o humanas.

Sin embargo el 14,2% expresó que prefieren tener sus conexiones eléctricas debidamente instaladas, según ellos, porque las malas conexiones han sido las causantes de incendios en esa zona, tal como ocurrió el 31 de julio del 2008, cuando se quemó una manzana entera producto a una falla eléctrica.

Por otra parte, un 7,5% manifestó que tienen extinguidores en su tramo, en caso que se presente una emergencia, pues no cuentan con agua potable las 24 horas del día, por lo cual prefieren estar prevenidos y preparados en caso de un incendio u otra situación que atente con el negocio.





### 36. ¿Hay hidrantes de agua cerca de su tramo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	36	26,9	26,9	26,9
NO	75	56,0	56,0	82,8
No sabe	23	17,2	17,2	100,0
Total	134	100,0	100,0	



El 56,9 de los encuestados dijo que no existen hidrantes de agua cerca de su tramo, recalcando, que por eso hay cuantiosas pérdidas económicas cuando ocurre un incendio, porque hasta los mismos bomberos tienen que llamar a refuerzos en caso de apagar un siniestro que ocurra en la zona, pues con el agua de una unidad no da abasto y como no hay hidrantes cerca, la situación se complica aun más.

No obstante, el 26,9% afirmó que si cuentan con hidrantes cerca de su tramo, los comerciantes que argumentaron esto fueron los del sector de Ciudad Jardín, La Caimana y "Ropa Usame", señalando que su sector es el más vulnerable ante estos hallazgos, que tal vez por eso la empresa de acueductos y alcantarillados

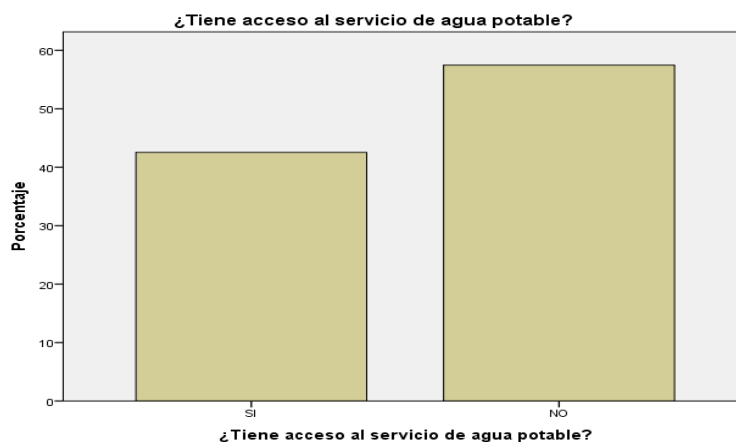


ENACAL se preocupó por instalarlos, además que se encuentran ubicados en puntos céntricos, en donde no hay tanta obstaculización de la vía pública.

En cambio el 17,2% expresó que no saben si hay hidrantes de agua cerca de su tramo, la mayor parte de los que dieron esta respuesta fueron los del sector del “Águila” manifestando que desconocían la existencia de alguno en la zona, que ahí nadie se preocupa por el bien de ellos.

### 37. ¿Tiene acceso al servicio de agua potable?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	57	42,5	42,5	42,5
NO	77	57,5	57,5	100,0
Total	134	100,0	100,0	



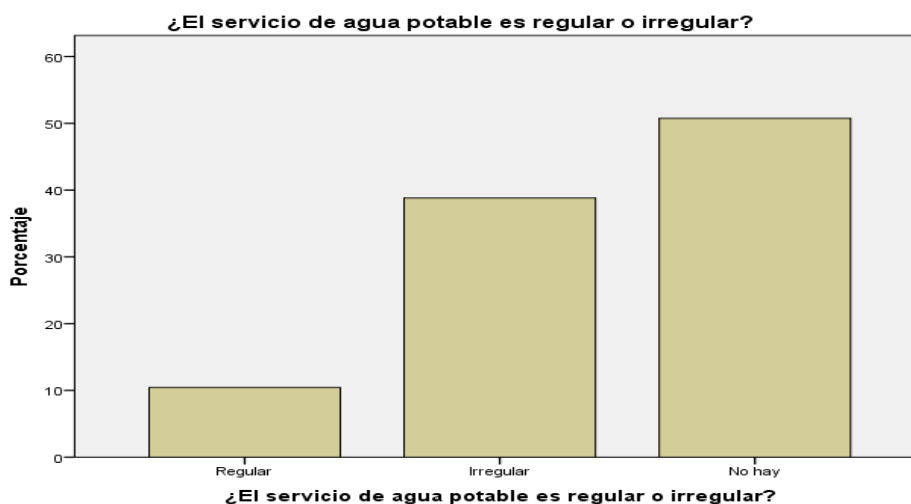
En relación con esta interrogante el 57,5% dijo que no tiene servicio de agua potable, lo que hacen es comprar el agua a los comerciantes que tienen o simplemente tráela de su casa, esto último lo hacen con mayor frecuencias los que tienen comiderías en la zona, pues tienen que asegurar el agua para su negocio. La otra parte de las personas argumentan que solo compran la bolsita de agua en caso que les de sed.



Por otro lado, el 42,5% de los comerciantes encuestados manifestó que si tiene acceso al agua potable, según algunos, es algo indispensable que no tiene que faltar en su tramo, pues diario necesitan del agua para beber de ella, limpiar el tramo, lavarse las manos u otra necesidad que se presente.

### 38. ¿El servicio de agua potable es regular o irregular?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	14	10,4	10,4	10,4
Irregular	52	38,8	38,8	49,3
No hay	68	50,7	50,7	100,0
Total	134	100,0	100,0	



En relación con esta pregunta, el 50,7% contestó de manera directa que no cuentan con el servicio de agua potable y lo que hacen es comprar el agua en caso de necesitarla. Sin embargo un 38,8% expresó que el servicio con el que cuentan es irregular, a continuación alguna de las opiniones: *“Pocas veces en el día hay agua”*; *“Aquí tenemos que estar pidiendo o comprando agua, porque de*

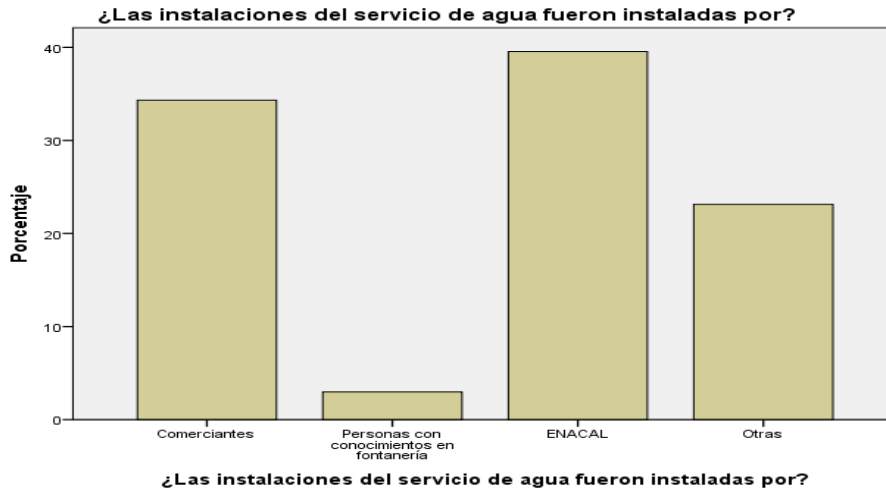


*lo contrario nos morimos de sed''; ''Por allá viene el agua y eso que chorrito, pero el recibo de cobro esta puntual''.* Como se puede ver, esta situación preocupa en gran manera a los comerciantes, pues la mayoría busca por sus propios medios para solventar dicha necesidad.

En cambio el 10,4% respondió que el servicio de agua potable es de manera regular, argumentando, que algunas veces no llega con mucha intensidad, pero que siempre cuentan con este vital líquido, estos comerciantes fueron los que se han vistos afectados por incendios como los del sector de ''Ropa Usame'', bisuterías y piñatas.

**.39. ¿Las instalaciones del servicio de agua fueron instaladas por?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Comerciantes	46	34,3	34,3	34,3
Personas con conocimientos en fontanería	4	3,0	3,0	37,3
ENACAL	53	39,6	39,6	76,9
Otras	31	23,1	23,1	100,0
Total	134	100,0	100,0	



El 39,6% afirmó que la empresa de acueductos y alcantarillados ENACAL, fue quien hizo las instalaciones de servicio de agua potable en la zona, sin embargo muchos de los comerciantes argumentaron que pocos son los sectores que cuentan en el día con este vital líquido.

Por otra parte, el 34,3% señaló que ellos mismos hicieron las instalaciones de agua potable en su tramo, de lo contrario no las tuvieron, algunos comentaban, que ahí ninguna empresa, institución u organización hace presencia en el sector para ayudarlos.

En cambio, una parte del 23,1% afirmó que las instalaciones de agua potable ya estaban cuando ellos llegaron a poner su negocio en esa zona; mientras la otra parte, que lo conforma una mayoría, simplemente dijo que en su sector no hay ningún tipo de instalación de agua potable

El 3,0% comentó que las instalaciones fueron realizadas por personas que tienen conocimiento de fontanería, recalcando que tuvieron que pagar, pues de lo contrario no contarían con el servicio de agua potable, ya que ENACAL no tiene presencia en la zona; por lo cual se puede decir que estas personas tan conectadas de manera ilegal.



## CONCLUSIÓN

En resumen, se puede decir que las amenazas naturales y/o antrópicas son un problema en aumento en la zona 1 del Mercado Oriental. El impacto de estas amenazas es cada vez mayor y lo más grave es que pone en riesgo la vida de los comerciantes.

El crecimiento de la población, el almacenamiento de cantidades significativas de residuos sólidos y líquidos, las pocas condiciones higiénicas, sanitarias y ambientales, las tendencias en la ocupación de territorio, la poca organización y participación comunitaria e institucional son los principales factores que amenazan esta zona.

A manera de síntesis y como resultado de este trabajo se pueden presentar las siguientes conclusiones:

De acuerdo al método de observación y análisis se logró determinar que las amenazas naturales y/o antrópicas están presentes en la zona 1 del mercado oriental, pero las que más prevalecen son las antrópicas, entre ellas: Los focos de basura, las charcas y los robos. Esto es causado por la falta de organización y participación comunitaria e institucional, pues están conscientes de las amenazas que ponen en riesgo la vida de todos los individuos y no hacen nada por mitigarlas o erradicarlas.

Por otra parte, se logró identificar los tipos de amenazas en la zona, en su mayoría de carácter antrópicas, así mismo se determinaron las fortalezas y debilidades de las mismas. Del mismo modo se hizo una evaluación para determinar los puntos exactos de las amenazas por sector, obteniendo como resultado que todos los sujetos en estudio se ven afectados ante la problemática.

De igual modo, se determinó el accionar de las instituciones locales vinculadas a la zona 1, obteniendo como resultado que dichas instituciones tienen los recursos necesarios para mitigar las amenazas existentes, pero no un plan estratégico que contrarreste las amenazas a como lo estipula **la Ley N°.40 "LEY DE MUNICIPIO"**.



Expresa que el servicio de gestión de los residuos sólidos y líquidos es una actividad que corresponde ejecutar a los Gobiernos Municipales, por mandato legal, con el propósito de asegurar de forma permanente, regular las necesidades colectivas y conservar un ambiente, además de sano, agradable y estéticamente aceptable.

Por consiguiente, es responsabilidad de la Alcaldía de Managua brindar el servicio de limpieza pública, y de delegar a la Corporación Municipal de Mercados de Managua (COMMEMA), de velar por la seguridad, salud e higiene de los comerciantes y compradores de los mercados. En este caso, es obligación de COMMEMA de la zona 1, brindar el servicio higiénico, sanitario y ambiental a los que a diario la habitan.

Según los resultados de la encuesta, las amenazas con más presencia en la zona es la proliferación de basura y charcas podridas en las calles, pasillos y galerones en los diferentes sectores. De acuerdo a la opinión de los comerciantes, el tren de aseo en la zona es irregular, para otros no tiene presencia, de tal manera, que COMMEMA no está cumpliendo con las obligaciones que la ley mandata.

A pesar que COMMEMA cobra mensualmente el impuesto a los comerciantes fijos, no mejora estas irregularidades que traen serias consecuencias ambientales y vitales. Cabe recalcar, que a pesar que el rol de aseo es irregular en los diferentes sectores, no cuenta con suficientes trabajadores para cubrir la misma; a parte, que los equipos de limpieza se encuentran deteriorados y no todos los recolectores de basura cumplen con las herramientas necesarias como: chaleco, uniforme completo, pala de cabo largo, botas de hule, mascarilla, cepillo, guantes y un carretón debidamente identificado y en buen estado.

Según los comerciantes, mensualmente pagan 300 córdobas de impuestos, este impuesto varía en dependencia del tipo de negocio, es decir, entre más grande es el negocio más alta es la cuota. Lo que significa que por la cantidad de tramos fijos que son 4,563, COMMEMA recibe aproximadamente al mes un millón 368 mil 900 córdobas; este dato proporcionado por los mismos comerciantes.



Entonces, ¿Qué hace COMMEMA con todo este ingreso que recibe? Esa es la interrogante que los mismos comerciantes se hacen, dejando claro que no hay comunicación ni un plan estratégico de participación.

Cabe recalcar, que parte de los comerciantes están dispuestos a participar en cualquier actividad que les ayude a comprender los imprevistos que provocan las amenazas que ponen en riesgo su vida.

De igual forma se presentan medidas de prevención que ayuden a mitigar las amenazas que existen en la zona, siendo los mismos comerciantes quienes las proponen.





## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LOS COMPRADORES

El presente análisis se basa en los resultados obtenidos de las encuestas realizadas sobre las amenazas naturales y/o antrópicas que ponen en riesgo la vida de los compradores que visitan la zona 1 del Mercado Oriental. Para dicho estudio se aplicó encuestas de preguntas abiertas y cerradas, de las cuales se distribuyeron 138 en los diferentes sectores de la zona, con el objetivo de tener información variada y convincente de los consumidores del lugar.

El instrumento constó de veintiocho preguntas, de las cuales dos son abiertas y veintiséis cerradas, por medio de ellas, se obtiene el conocimiento que tienen los compradores con respecto a las amenazas naturales y/o antrópicas que afectan la zona 1 de este mercado, las causas que las generan y los daños que estas ocasionan.

Dicha encuesta fue creada con el propósito de tener un conocimiento general de las amenazas que azotan la zona y por consiguiente crear una estrategia para preservar la vida de los compradores del lugar.

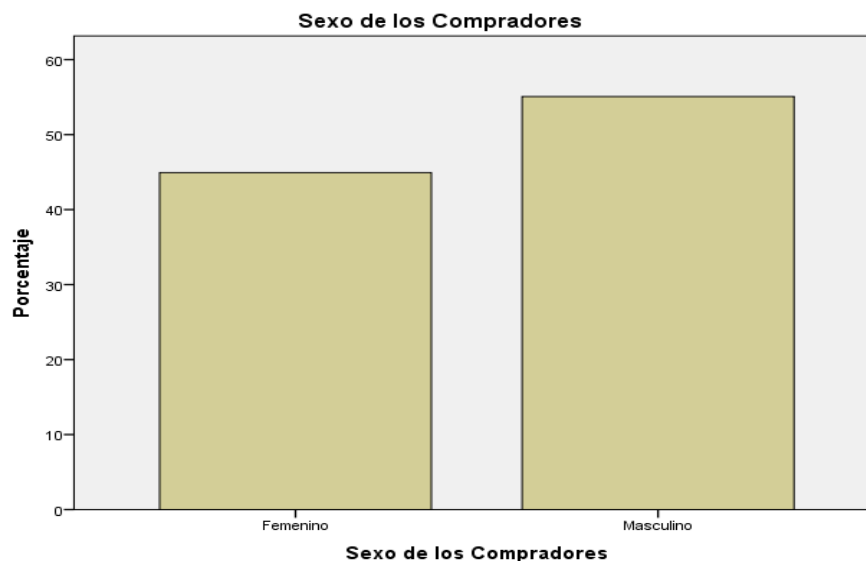
En un primer momento se presentará una evaluación por medio de representaciones porcentuales de los resultados obtenidos en cada una de ellas, luego se procederá a realizar el análisis de cada interrogante con su respectiva respuesta.



### Datos de los Compradores

#### Sexo de los Compradores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	62	44,9	44,9	44,9
Masculino	76	55,1	55,1	100,0
Total	138	100,0	100,0	



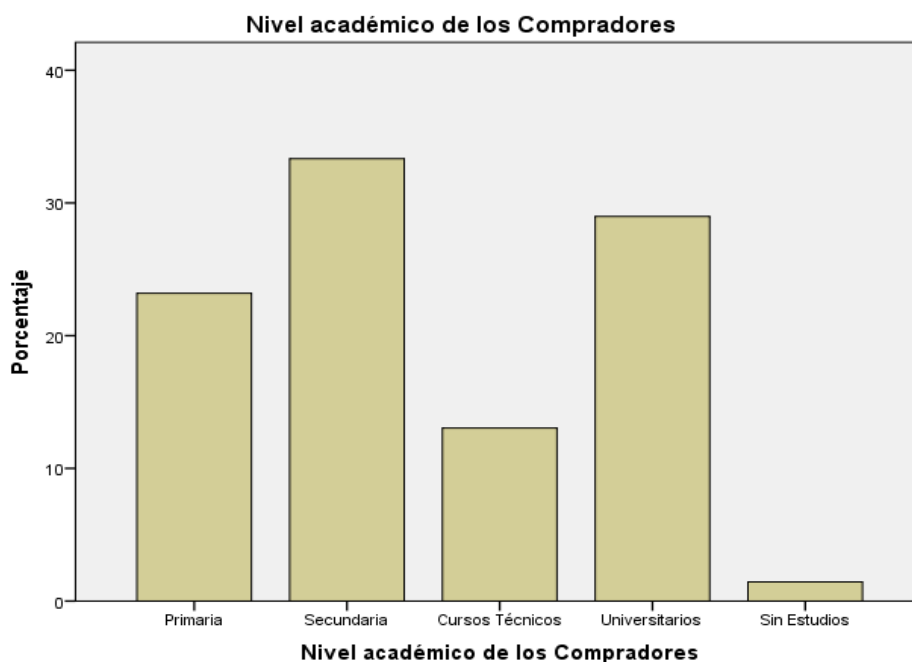
En primer lugar, la encuesta fue dirigida a compradores tanto hombres como mujeres de 20 años en adelante, con más de cinco años de visitar o realizar compras en la zona 1 del Mercado Oriental; esto para adquirir un mejor conocimiento sobre las amenazas que los afectan, dado, que es de gran importancia tener el punto de vista de ambas partes.

Sorprendentemente el sexo que prevaleció fue el masculino con un 55,1%; mientras el femenino con un 44,9%, por lo tanto se refleja que se tomó la opinión de ambas partes, pues la diferencia es mínima. Cabe recalcar, que durante la aplicación de las encuestas los hombres mostraron más disponibilidad que las mujeres, pues las féminas argumentaban en su mayoría que no tenían el tiempo suficiente para realizarla.



### Nivel Académico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	32	23,2	23,2	23,2
Secundaria	46	33,3	33,3	56,5
Cursos Técnicos	18	13,0	13,0	69,6
Universitarios	40	29,0	29,0	98,6
Sin Estudios	2	1,4	1,4	100,0
Total	138	100,0	100,0	



El nivel académico entre los compradores de la zona 1 es variado, el 33.3% de los compradores corresponde a un nivel académico secundario. Parte de este porcentaje son personas adultas que señalaron que para lograrlo tuvieron que hacer un gran esfuerzo, pues trabajaron a su vez, para poder suplir todos sus gastos escolares.

En cambio, el 29% de los informantes tienen un grado de escolaridad superior, es decir, cursaron y otros están terminando una carrera universitaria. Parte de este porcentaje asisten y asistieron a una universidad pública y otra parte en



universidades privadas, esto por no haber clasificado en los exámenes de admisión de las dos universidades públicas de Nicaragua como la UNAN-Managua y la Universidad Nacional de Ingeniería.

Por otro lado, el 23.2% de los compradores cursaron solo la primaria, probablemente por no contar con los suficientes recursos económicos o porque no tuvieron otra opción. Sin embargo, el 13.0% optó por cursos técnicos, aunque la mayor parte de este porcentaje aun continua estudiando, operador en computación, contabilidad e inglés, fueron algunas de las técnicas que mencionaron.

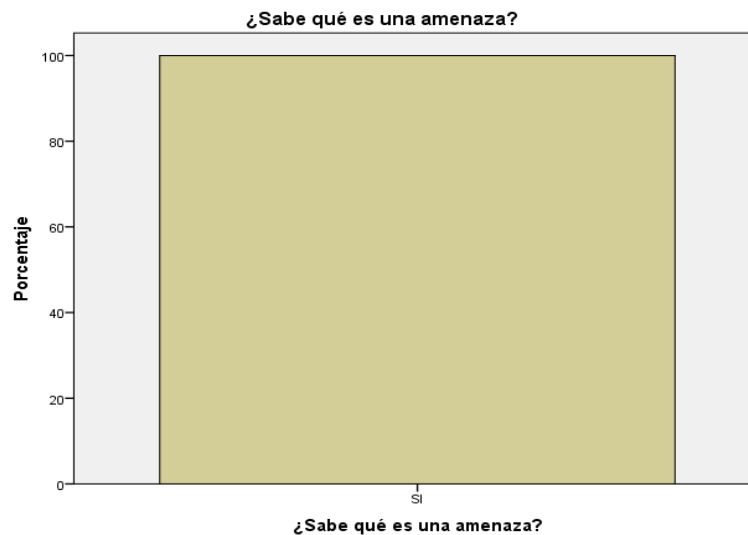
Finalmente, el 1.4% de los encuestados hizo mención que no lograron cursar ni un nivel académico asegurando que no tienen estudios; esto porque en su tiempo no tuvieron las posibilidades económicas y desde pequeños fueron acostumbrados a trabajar y no a estudiar.



## I. Identificación de las amenazas

### 1. ¿Sabe qué es una amenaza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	138	100,0	100,0	100,0



En relación al conocimiento de amenaza, el 100% de los compradores dijo saber o tener conocimiento sobre dicho tema, según algunos esto se debe a la enseñanza escolar que han tenido, otros manifestaron, que conocían de este concepto por medio de su núcleo familiar, pues desde pequeños escuchaban a sus mayores mencionar esta palabra, señalando a su vez, que se les ha enseñado a identificar los diferentes tipos de amenazas que pueden poner en riesgo su vida

No cabe duda, que estas personas tienen un conocimiento en relación a esta pregunta, pues coincidieron que una amenaza es todo aquello que arriesga su vida.



## 2. ¿Conoce qué es una amenaza natural?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	134	97,1	97,1	97,1
NO	4	2,9	2,9	100,0
Total	138	100,0	100,0	



Con respecto al conocimiento de amenaza natural, el 97,1% de los compradores respondió que conocen de este concepto, argumentando, que son aquellos que se producen por la naturaleza, *“ Las fuertes lluvias y vientos ”*; *“ Los fuertes temblores y terremotos que nos quitan la tranquilidad ”*.

Queda claro que la mayor parte de los compradores de la zona 1, poseen un alto conocimiento de lo que es una amenaza natural, algunos de ellos, lo aprendieron en la escuela y con su familia, mientras otros, por los medios de comunicación, específicamente la televisión, según algunos, porque mediante este tienen la facilidad de ver todo lo que causa la *“ naturaleza ”*

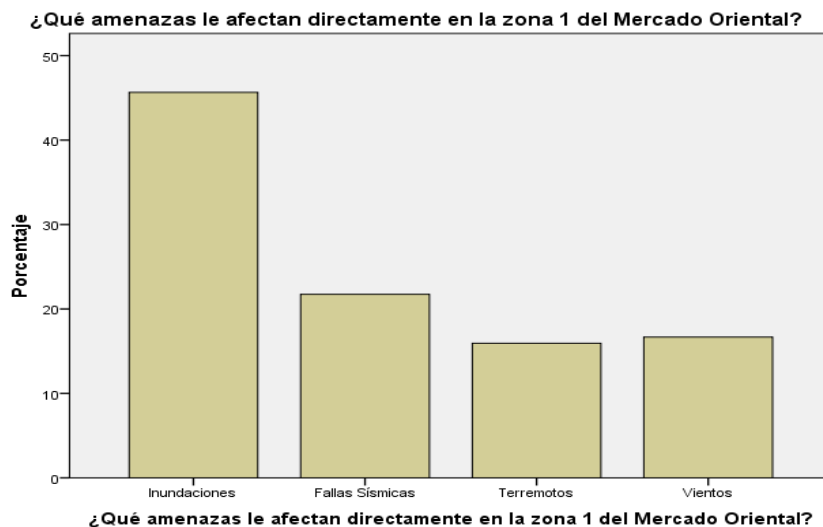
Por otra parte, el 2,9% de los compradores señaló que no conoce el concepto de amenaza natural, probablemente sea porque jamás nadie les habló del tema o porque no desearon contestar la interrogante.



Cabe destacar, que este porcentaje carece de dominio de conocimiento tanto científico como empírico, referente a esta pregunta.

### 3. ¿Qué amenazas le afectan directamente en la zona 1 del Mercado Oriental?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Inundaciones	63	45,7	45,7	45,7
Fallas Sísmicas	30	21,7	21,7	67,4
Terremotos	22	15,9	15,9	83,3
Vientos	23	16,7	16,7	100,0
Total	138	100,0	100,0	



Para poder corroborar si en verdad los compradores de la zona 1 del Mercado Oriental, sabían que era una amenaza natural, se procedió a preguntarles de manera directa si las inundaciones, fallas sísmicas, terremotos o vientos los afectaban de manera directa al momento de realizar las compras en el lugar y



sorprendentemente el cien por ciento contestó a la interrogante, a continuación se muestran los resultados:

El 45,7% expresó que las inundaciones los afectan al momento de realizar las compras, aún más en período de invierno, pues además de no poder transitar, también corren el peligro de quedar atrapados por las corrientes, señalando que el agua que circula por la zona es sucia y totalmente contaminada.

De igual forma, mencionaron que es un peligro para la salud, por todos los virus de contaminación que existen y si van a realizar sus compras a ese lugar es porque no les queda de otra, pues ahí es donde los precios se acomodan al bolsillo de las personas, estas son algunas de las opiniones: *“ La pudrición que hay aquí es horrible, cuando vengo en temporada de invierno es peor ”*; *“ Esto es una bomba de tiempo, aquí corre peligro la vida de uno cuando se dan inundaciones y lo peor que de pronto se deja venir la correnteras de aguas ”*; *“ Uno hasta enfermo sale de aquí por toda la contaminación del agua, tengo que llegar a bañarme cuando llego a mi casa ”*.

Como se puede observar los mismos compradores argumentan que no sienten seguridad cuando las inundaciones los azotan, pues el problema es más grave de lo que parece, porque según señalaban otras personas el agua que circula ahí hasta heces de personas contiene.

Por otra parte, el 21,7% afirmó que las fallas sísmicas representan una gran amenaza, pues en ese momento no saben qué hacer, ni a donde ir, muchas veces lo que más los aturde es cuando andan realizando compras con niños porque la misma gente se altera y hasta los pasan empujando, *“ Cuando hay sismos la gente es caballa, no se fijan y pasan tirándolo a uno ”*; *“ Para los temblores que hubieron fue una incertidumbre estar aquí, ni espacio para caminar había ”*. Opiniones como estas fueron las que más prevalecieron.





Por otro lado, el 16,7% señaló que los fuertes vientos afectan al momento de realizar sus compras, dado, que la polvareda que provocan los perjudican mayormente en su salud, por lo cual tienen que hacer sus compras de manera rápida, porque de lo contrario contraerían graves enfermedades respiratorias.

En cambio, el 15,9% afirmó que los terremotos representan la peor amenaza para ellos, porque si los agarra un siniestro de este en la zona, difícilmente saldrían con vida, pues no existe protección alguna en el lugar.

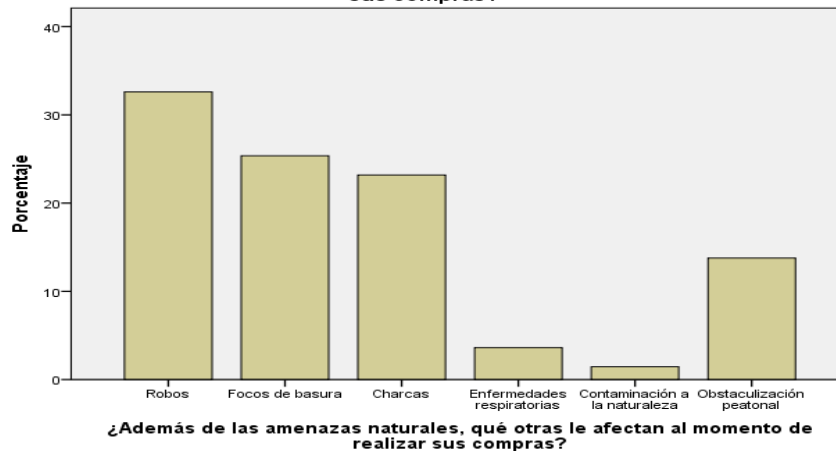
Es evidente que los compradores de la zona 1 del Mercado Oriental conocen las amenazas naturales, pues el cien por ciento mencionó la amenaza que más le afecta al momento de realizar sus compras y sobre todo la que pone en riesgo su vida; por lo cual se puede decir que lo que pocos conocen es el concepto de amenaza natural, pero si reconocen el nombre de cada amenaza.

#### 4. ¿Además de las amenazas naturales, qué otras le afectan al momento de realizar sus compras?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Robos	45	32,6	32,6	32,6
Focos de basura	35	25,4	25,4	58,0
Charcas	32	23,2	23,2	81,2
Enfermedades respiratorias	5	3,6	3,6	84,8
Contaminación a la naturaleza	2	1,4	1,4	86,2
Obstaculización peatonal	19	13,8	13,8	100,0
Total	138	100,0	100,0	



¿Además de las amenazas naturales, qué otras le afectan al momento de realizar sus compras?



Amenazas antrópicas es un término que muy pocos compradores conocen, por lo cual se decidió no preguntarles el concepto como tal, sino mencionarles el nombre de cada amenaza para que ellos la identificaran.

El 32,6% de los compradores aseguró que la amenaza que más les afecta al realizar sus compras son los robos, pues manifiestan que no sienten nada de seguridad al visitar la zona, *“Nada seguro es aquí, diario son esos robos, más por las gancheras”*; *“Aquí uno debe de andar con mucho cuidado, si no salís sin nada”*; *“Montones de veces han intentado sacarme mi dinero”*. Estas son parte de las expresiones de personas que realizan sus compras en esta zona

En cambio, el 25,4% afirmó que los focos de basura son una gran amenaza para el bienestar de su salud, ya que la hediondez y la peste es intolerable al momento de transitar por los diferentes puntos de la zona, algunas personas señalaron: *“La basura es lo que más abunda aquí, los mismos comerciantes y personas cochinas tiran la basura en donde se les da la gana”*; *“La misma gente causan las enfermedades por la basura que tiran en el lugar”*; *“En todas partes hay basura aquí”*.

El 23,2% señaló que las charcas es otra de las amenazas que los afectan al momento de realizar sus compras, según algunos, porque además de ser las causantes de la hediondez, también provocan hongos y sobre todo producen los



criaderos de mosquitos, quienes traen consigo enfermedades que ponen en peligro la salud y la vida de todos.

Según el 13,8% consideró que la obstaculización peatonal también es una amenaza, la mayor parte de este porcentaje argumentó que es un calvario al momento de transitar por los diferentes sectores de la zona y que esto mismo pone en peligro su vida, pues a algunos se les baja la presión y les falta la respiración cuando se ve obstaculizada la vía pública por la gran cantidad de compradores.

Asimismo, recalcaron que por eso se dan las desgracias, pues al momento de una emergencia no hay espacio para la movilización, puesto que los carretoneros y tramos no dan espacio para el libre desplazamiento.

Otra de las amenazas con la que se enfrentan estos compradores son las enfermedades respiratorias, según lo señaló el 3,6%, como se mencionó anteriormente la basura y charcas son los principales contaminantes del lugar, por ende, provocan enfermedades en el individuo.

De igual forma, otro 1,4% afirmó que la contaminación a la naturaleza los afecta de gran manera, principalmente en la salud, pues ésta además de ocasionar diferentes enfermedades, puede llegar a provocar hasta la muerte de alguien.

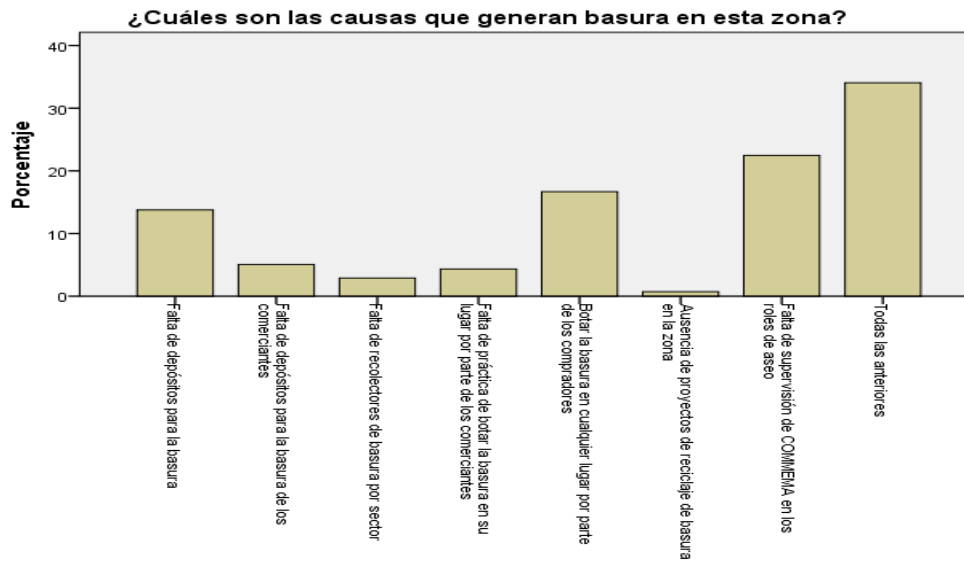
Cabe recalcar, que la contaminación a la naturaleza es provocada por el mismo individuo, por lo cual esta hace su efecto en ellos mismos.



## II. Determinación de las causas

### 5. ¿Cuáles son las causas que generan basura en esta zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Falta de depósitos para la basura	19	13,8	13,8	13,8
Falta de depósitos para la basura de los comerciantes	7	5,1	5,1	18,8
Falta de recolectores de basura por sector	4	2,9	2,9	21,7
Falta de práctica de botar la basura en su lugar por parte de los comerciantes	6	4,3	4,3	26,1
Botar la basura en cualquier lugar por parte de los compradores	23	16,7	16,7	42,8
Ausencia de proyectos de reciclaje de basura en la zona	1	,7	,7	43,5
Falta de supervisión de COMMEMA en los roles de aseo	31	22,5	22,5	65,9
Todas las anteriores	47	34,1	34,1	100,0
Total	138	100,0	100,0	



El 34,1% de los compradores manifestó que las causas que generan basura en la zona 1 del Mercado Oriental, son: Falta de depósitos para la basura en general, falta de depósitos para la basura de los comerciantes, falta de recolectores de basura por sector, falta de práctica de botar la basura en su lugar por parte de los comerciantes, botar la basura en cualquier lugar por parte de los compradores, por ausencia de proyectos de reciclaje de basura en la zona y por falta supervisión de COMMEMA en los roles de aseo.

En cambio, el 22,5% de los compradores expresó que la causa por la que se genera la basura en esa zona es por la falta de supervisión de COMMEMA en los roles de aseo, según este porcentaje, COMMEMA es quien tiene que velar por este asunto y no lo hace; argumentando que en los años que tienen de comprar en esta zona jamás han visto a personal de esta institución haciendo supervisiones.

Sin embargo, 16,7% afirmó que la mayor parte de los que compran o visitan esta zona tienen el mal hábito de botar la basura en cualquier lugar, provocando que haya más suciedad de la que ya hay por parte de los mismos comerciantes, a continuación algunos de los comentarios de ellos: *“ La mayoría de la gente tiene la mala costumbre de botar en cualquier lugar la basura ”*; *“ Las personas no tienen consciencia o educación, aquí tanto los que compran como los comerciantes botan la basura en donde se les da la gana ”*.



EL 13,8% de las personas dijo que la causa por la que se genera basura en la zona 1 es porque no hay depósitos en ninguno de los puntos, por lo cual una considerable cantidad de personas optan por tirar los desechos plásticos o de otra índole en el suelo, asegurando que no les queda de otra, *“ Una vez quise colocar una bolsa de agua en un depósito, pero me fue imposible ver uno por eso no tuve otra opción que tirarla al suelo ”*, comentarios como este prevalecieron en este porcentaje de informantes, asegurando que, aunque tengan la disposición de colocar la basura en su lugar, no pueden porque no hay depósitos.

Por otra parte, el 5,1% opinó que ninguna institución coloca depósitos para basura para los comerciantes, razón por la cual estos dejan la basura en cualquier punto de la zona. De la misma forma 4,3% señaló que algunos comerciantes no poseen depósitos para la basura en sus tramos, lo que conlleva a que tiren los desechos a la calle, generando más suciedad de la que ya hay en la zona.

Otra parte, los compradores también argumentaron que algunos comerciantes de la zona aunque tengan depósitos no tienen la práctica de poner la basura en su lugar, según ellos, esto ocurre más en la hora de almuerzo y al momento de cerrar, pues han observado que al terminar de comer tiran los platos descartables a la calle y al cerrar el negocio dejan toda la basura afuera del tramo.

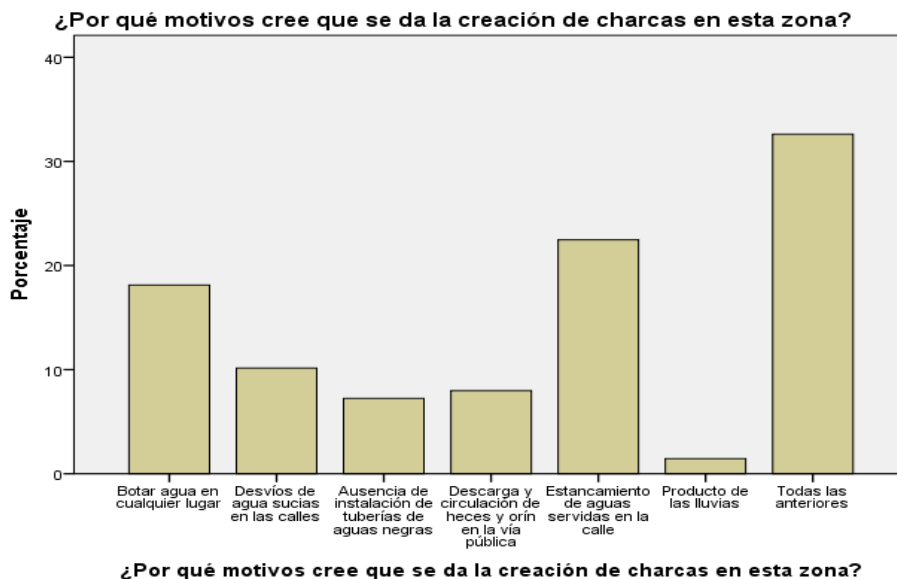
Por otro lado, el 2,9% expresó que pocas veces ven recolectores de basura por la zona, aduciendo que si éstos tuvieran mayor presencia quizás disminuiría la suciedad en los diferentes sectores.

En cambio un 0,7% señaló que en la zona no hay proyectos de reciclaje de basura, pero si COMMEMA los realizara tal vez así disminuiría la gran cantidad que a diario hay en este mercado.



**6. ¿Por qué motivos cree que se da la creación de charcas en esta zona?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Botar agua en cualquier lugar	25	18,1	18,1	18,1
Desvíos de agua sucias en las calles	14	10,1	10,1	28,3
Ausencia de instalación de tuberías de aguas negras	10	7,2	7,2	35,5
Descarga y circulación de heces y orín en la vía pública	11	8,0	8,0	43,5
Estancamiento de aguas servidas en la calle	31	22,5	22,5	65,9
Producto de las lluvias	2	1,4	1,4	67,4
Todas las anteriores	45	32,6	32,6	100,0
Total	138	100,0	100,0	



El 32,6% de los encuestados manifestó que las causas que generan la creación de charcas en la zona son: botar agua en cualquier lugar, desvió de agua sucia a la calle por parte de los comerciantes, ausencia de tuberías de aguas negras, descarga y circulación de heces y orín en la vía pública, estancamiento de aguas servidas en la calle y producto de la lluvia.

Cabe recalcar que todo lo mencionado anteriormente es causado por los mismos comerciantes de la zona, según aseguraron los compradores al momento de realizar la encuesta.

Por otra parte, el 22,5% afirmó que el estancamiento de aguas servidas en las calles es lo que provoca las charcas en la zona 1. Sobre todo se refieren a los puestos de comidas donde el agua que es utilizada para las distintas necesidades del lugar corre a un lado de los andenes, pero como ésta no lleva fuerza o presión se queda estancada en cualquier parte de los tramos aledaños o en las propias calles provocando a su vez la creación de mosquitos y por ende la proliferación de enfermedades.

Sin embargo, el 18.1% de los compradores señaló que la causa que genera las charcas en esta zona, se debe a que los mismos comerciantes ya sean ambulantes (vende agua heladas), espontáneos o de tramos fijos botan el agua en cualquier lugar. Por lo general, los más inconscientes en este aspecto; según señalan los compradores son los que tienen comiderías o pequeños restaurantes e incluso los que alquilan servicios higiénicos, pues al transitar por esos puntos, observan las charcas de manera continuas.

Por otro lado, el 10.1% de los sujetos en estudio dijo que las charcas se generan por los desvíos de aguas sucias en las calles, pues los mismos comerciantes con el propósito que no se estanque el agua sucia en su tramo, realizan desvíos para que el agua corra a otra parte, sin importarles lo que esto pueda provocarles a los compradores.

Un 8.0 % de la población en estudio expresó que las charcas son producidas por la ausencia de servicios higiénicos en los tramos. Pues los mismos comerciantes defecan y orinan en cualquier objeto, para luego tirarlo por debajo de los tramos, para que el agua que transite por el sector se los lleve



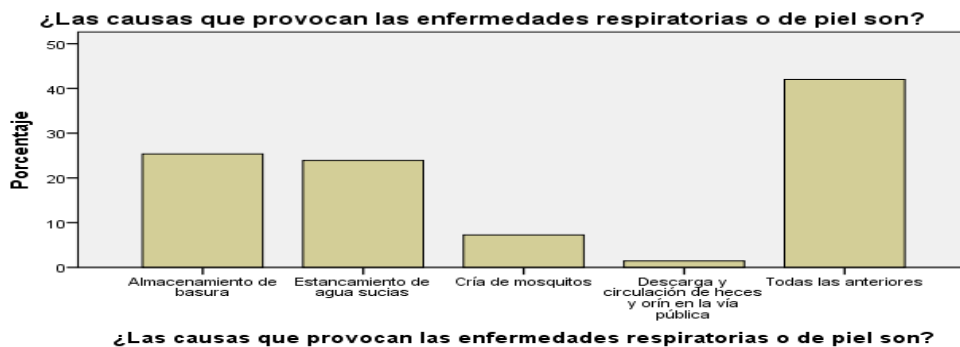


provocando así charcas mezcladas con heces fecales y orín. Este dato fue proporcionado por los compradores de la zona.

En cambio, el 7,2% comentó que la ausencia de tuberías de aguas negras es lo que provoca que el agua se estanque en diferentes sectores de la zona, pues de lo contrario no sucedería esto en los tramos fijos, pues es donde mayormente se observa esta problemática. Mientras tanto el 1,4% afirmó que las charcas se producen más en temporada de invierno, es decir que son causadas producto de las fuertes lluvias.

### 7. ¿Las causas que provocan las enfermedades respiratorias o de piel son?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Almacenamiento de basura	35	25,4	25,4	25,4
Estancamiento de agua sucias	33	23,9	23,9	49,3
Cría de mosquitos	10	7,2	7,2	56,5
Descarga y circulación de heces y orín en la vía Pública	2	1,4	1,4	58,0
Todas las anteriores	58	42,0	42,0	100,0
Total	138	100,0	100,0	





El 42.0% de los sujetos en estudio opinó que las causas que ocasionan las enfermedades respiratorias o de piel son producto por el almacenamiento de basura en la zona, estancamiento de aguas sucias, la creación de mosquitos y las descargas y circulaciones de heces y orín en la vía pública.

En cambio, el 25,4% expresó que producto a la gran cantidad de basura dado, que estos almacenamientos producen enfermedades que afectan a todos compradores en general, pues se forman bacterias que por medio el aire se adhieren a los cuerpos de las personas.

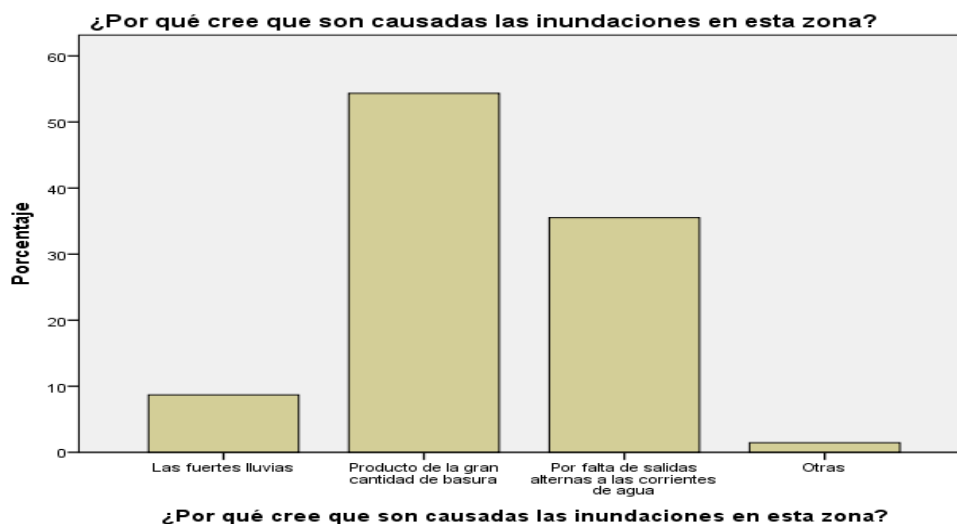
No obstante, el 23,9% afirmó que esto se debe al estancamiento de agua sucia, pues en su mayor parte de estas aguas se encuentra combinada con la misma basura que los comerciantes o compradores tiran al suelo.

Por otro lado, el 7,2% de los compradores manifestó que la cría de mosquitos es una de las causas que generan estas dos enfermedades, pues, por medio de las picaduras del mismo, es más fácil adquirir cualquier tipo de enfermedad. Es importante recalcar, que los mosquitos son producto de la misma basura y charcas que las personas tiran, por lo que es importante hacer consciencia de lo que esto puede ocasionar.

Sin embargo, un 1,4% argumentó que la ausencia de servicios higiénicos en los tramos provoca estas enfermedades respiratorias y de la piel, debido que muchos de los comerciantes tiran estos desechos en las charcas, provocando virus de contaminación que afecta al medio ambiente y por ende a las personas del lugar.

**8. ¿Por qué cree que son causadas las inundaciones en esta zona?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Las fuertes lluvias	12	8,7	8,7	8,7
Producto de la gran cantidad de basura	75	54,3	54,3	63,0
Por falta de salidas alternas a las corrientes de agua	49	35,5	35,5	98,6
Otras	2	1,4	1,4	100,0
Total	138	100,0	100,0	



La zona 1 es un punto en donde las inundaciones se dan más en temporadas de invierno, razón por la cual el 54,3% de los compradores manifestó que producto a la gran cantidad de basura existente en la zona el agua de lluvia no circula con naturalidad, sino que se estanca en los tramos y obstaculiza la vía pública.

Por otro lado, el 35,5% de los informantes dijo que la falta de salidas alternas a las corrientes de aguas es la causa de que haya inundaciones, pues si existieran no se daría este problema. Con respecto a este porcentaje, es importante mencionar que las pocas salidas alternas que hay en la zona se ven obstaculizadas por la gran cantidad de basura que se produce en el lugar.

En cambio, el 8,7% de los encuestados expresó que las inundaciones en esta zona se deben a las fuertes lluvias que se dan en temporada de invierno.

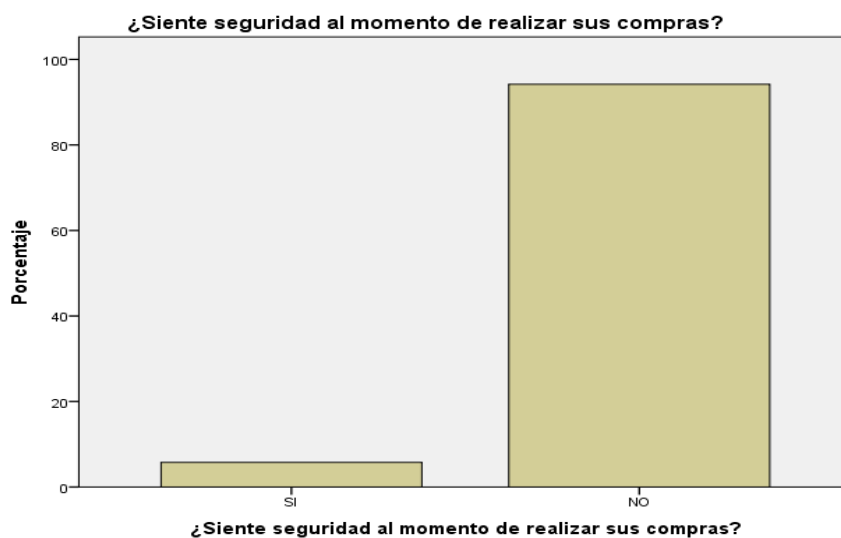


Algunos de los informantes señalaron que las lluvias son tan fuertes, que el agua se acumula de manera rápida en los tramos. Como se mencionó anteriormente, las fuertes lluvias van de la mano con el almacenamiento de basura, por lo tanto al unirse provocan estragos en la zona.

Sin embargo, una minoría del 8,7 % opinó que las inundaciones se deben a todas las problemáticas antes mencionadas, es decir, producto de la gran cantidad de basura almacenada, por las fuertes lluvias y por falta de salidas alternas a las corrientes de agua.

### 9. ¿Siente seguridad al momento de realizar sus compras?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	8	5,8	5,8	5,8
NO	130	94,2	94,2	100,0
Total	138	100,0	100,0	



Otra de las preguntas que se realizó a los compradores de la zona 1 del Mercado Oriental, fue si sienten seguridad al momento de realizar sus compras y el 94,2% afirmó no sentir seguridad, pues antes de entrar a los diferentes sectores toman un sinnúmero de medidas, ejemplo de ello, llevar el dinero en sus partes íntimas u otro lugar del cuerpo en donde no se los puedan sacar, no llevar carteras o cosas que llamen la atención, ir vestidos de manera simple (como en su casa), ir en compañía de alguien.



En cambio, el 5.8% expresó sentir seguridad al momento de realizar sus compras, pues jamás ha sido víctima de robo en la zona, este porcentaje argumentó que van a comprar no ha pasear al mercado.

Queda claro que la mayor parte de los compradores no sienten seguridad y si van a realizar sus compras es porque la misma necesidad los obliga, pues los precios de la zona se acomodan a los bolsillos y necesidades de la población.

#### 10. ¿En esta zona se da constantemente robo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	116	84,1	84,1	84,1
NO	6	4,3	4,3	88,4
Frecuentemente	16	11,6	11,6	100,0
Total	138	100,0	100,0	



Con respecto si en la zona 1 se da constantemente robo, el 84,1% de la población encuestada afirmó que sí, mencionando que el problema principal son los grupos organizados existente en el lugar, así como las “gancheras” a como popularmente se conoce, u otros inhumanos que se dedican a robar a mano armada o arrebatando las pertenencias de los que circulan en esa zona. No obstante, el 11,6% de los compradores afirmaron que en esta zona se da con frecuencia robos, como mencionaba anteriormente, los grupos “organizados” son los que más prevalecen en el lugar.



Por otro lado, el 4,3% dijo que no se da robo en la zona o que por lo menos jamás ha sido una de las víctimas, de manera que aseguran que es una zona tranquila, pero que no hay que confiarse.

### 11. ¿Ha sido víctima de robo en esta zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	69	50,0	50,0	50,0
NO	69	50,0	50,0	100,0
Total	138	100,0	100,0	



El 50% de los compradores afirmó haber sido víctima de robo en la zona, señalando que estos se dan con mayor frecuencia por la tarde, por tal razón prefieren realizar sus compras por la mañana. A continuación se muestra algunas de las formas de robos de las que fueron víctimas en la zona:

- Arrebatos de compras
- Robo con fuerza e intimidación
- Forzadamente
- Robo del celular con fuerza de intimidación
- Intentaron extraer el celular del pantalón
- Gancheras, arrebato de celular
- Asalto



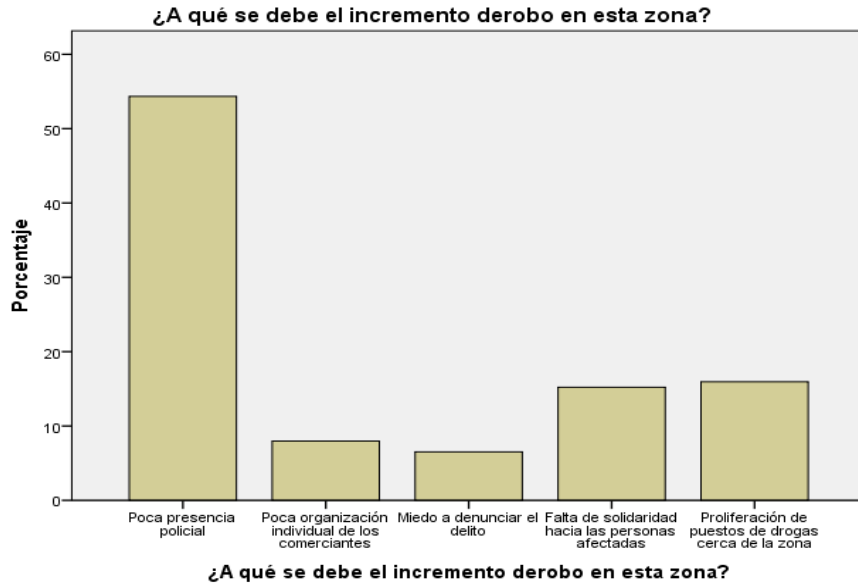
- Arrebatos de prendas
- En descuido, arrebató los aretes
- Arrebató la cartera con intimidación
- Sacaron los billetes
- Al realizar compras en los negocios
- Con arma blanca
- No se dio cuenta

Como se puede observar, estos grupos de vándalos arrebatan las cosas a los compradores haciendo uso de la fuerza e intimidación para lograr su propósito. En su mayoría utilizan arma blanca para cometer sus fechorías.

Mientras tanto, el otro 50% aseguró que jamás ha sido víctima de robo en la zona 1 del mercado, sin embargo señalaron que si han observado como otras personas han sido despojadas de sus pertenencias y asaltadas con intimidación.

## 12. ¿A qué se debe el incremento de robo en esta zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poca presencia policial	75	54,3	54,3	54,3
Poca organización individual de los comerciantes	11	8,0	8,0	62,3
Miedo a denunciar el delito	9	6,5	6,5	68,8
Falta de solidaridad hacia las personas afectadas	21	15,2	15,2	84,1
Proliferación de puestos de drogas cerca de la zona	22	15,9	15,9	100,0
Total	138	100,0	100,0	



El 54,3% de los compradores manifestó que el incremento de robo se debe a la poca presencia policial que existe en la zona, señalando, que en ocasiones se ven a estos haciendo rondas momentáneas. Cabe recalcar, que la opinión fue tomada de los diferentes sectores de la zona, es decir, que la mayor parte expresó que si a diario la Policía Nacional hiciera rondas por los diferentes sectores no existieran los robos o por lo menos se mitigaran.

Por otra parte, el 15,9% de los informantes asegura que la proliferación de puestos de droga en esta zona es uno de los principales factores que motiva el robo. Manifestando que en la zona e incluso en todo el Mercado Oriental lo que más abunda son los puestos clandestinos de estupefacientes; *“Aquí lo que más abunda son los puestos de drogas”*, *“ Diario vas a ver al montón de drogadictos tirados en las calle”*; *“ Los mismos drogadictos son los que roban para su vicio”*. Estos comentarios fueron los que más prevalecieron en los distintos puntos de la zona.

Sin embargo, el 15,2% opinó que la falta de solidaridad hacia las personas afectadas es otro de los puntos que causa el incremento de robo en la zona, pues muchas veces alguien está haciendo asaltado y nadie hace nada para evitarlo o al momento de ir a denunciar el caso no hay nadie que sirva de testigo. De igual forma, comentaron que los mismos comerciantes se confabulan con los delincuentes y los encubren en sus fechorías.





En cambio, 8,0% afirmó que no hay organización individual por parte de los comerciantes, porque de lo contrario ya no existieran estos malhechores, pues son los comerciantes quienes los conocen o detectan y no los denuncian a las autoridades, cuando estos andan por los diferentes sectores del lugar.

Por otro lado, una minoría del 6,5% expresó que muchas veces el miedo a denunciar a estos grupos vándalos es la causa de que haya robo en la zona, pues sino los denuncian, la Policía no puede poner cartas en el asunto.

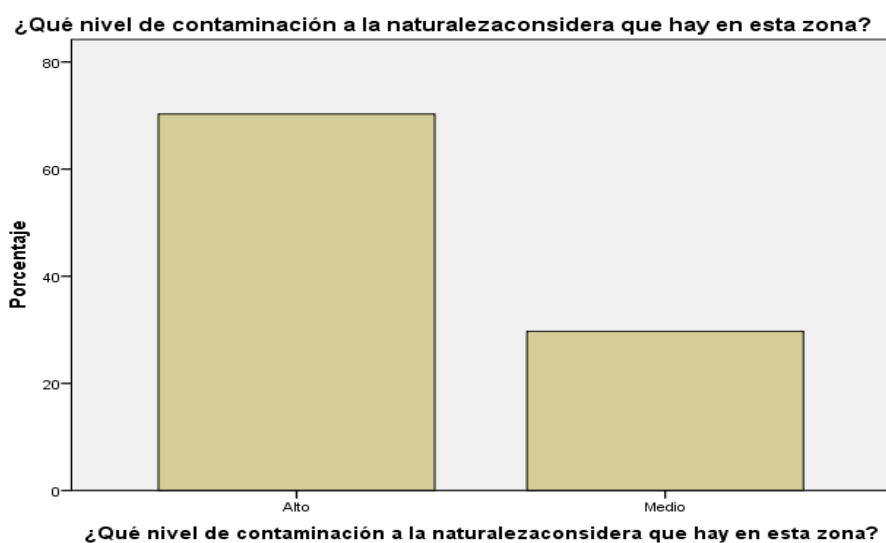
Algunas personas también comentaron que quizás los comerciantes no los denuncian por miedo que atenten con su vida o con el negocio.



### III. Caracterización de los daños

#### 13. ¿Qué nivel de contaminación a la naturaleza considera que hay en esta zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	97	70,3	70,3	70,3
Medio	41	29,7	29,7	100,0
Total	138	100,0	100,0	



El 70,3% de los compradores calificó como alto el nivel de contaminación que existe en la zona 1, dado que todos los sectores se encuentran invadidos de diferentes amenazas, ejemplo de ello: la basura, las charcas, la hediondez que provocan la misma pudrición de basura y las corrientes de aguas con heces y orín, pues son estos principales contaminantes a la naturaleza.

Por otra parte, el 29,7% afirmó que el nivel de contaminación que existe a la naturaleza es medio, es decir, que para ellos no existe mucha contaminación en la zona, ya que manifiestan que todo está en el rango de lo normal.



#### **14. ¿Cómo se ha visto afectado por la contaminación que existe en esta zona?**

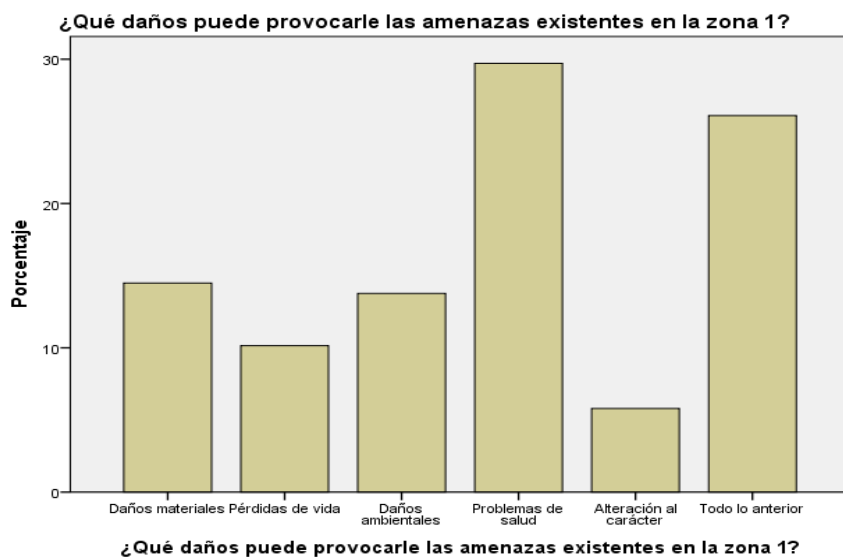
El 100% de los compradores coincidieron en su mayoría en los diferentes aspectos en los que se han visto afectados al momento de realizar compras en la zona 1 del mercado oriental. Esta problemática gira en torno a las diferentes amenazas que asechan esta zona, pero las más sobresalientes son las antrópicas. Entre estas amenazas, los informantes mencionaron:

- Vómito y malestar estomacal por el hedor de aguas podridas en los alrededores de los tramos.
- Charcas y pudrición.
- Enfermedades por la gran cantidad de basura.
- Enfermedades en la piel por la proliferación de basura.
- En el tiempo de invierno, las inundaciones afectan con enfermedades pues todo lo que trae consigo es una mezcla de aguas podridas con basura descompuesta.
- Casi no se puede caminar de tanta basura y charcas, esto por el mal hedor que se siente.
- Enfermedades respiratorias.
- Dengue y asco en la piel.



**15. ¿Qué daños puede provocarles las amenazas existentes en la zona 1?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Daños materiales	20	14,5	14,5	14,5
Pérdidas de vida	14	10,1	10,1	24,6
Daños ambientales	19	13,8	13,8	38,4
Problemas de salud	41	29,7	29,7	68,1
Alteración al carácter	8	5,8	5,8	73,9
Todo lo anterior	36	26,1	26,1	100,0
Total	138	100,0	100,0	



El 29.7% de los informantes dijo que los daños que les puede provocar las amenazas que existen en la zona 1 son los problemas de salud, esto haciendo referencia a las amenazas como el almacenamiento de basura y las charcas que se generan por el mismo descuido de los comerciantes COMMEMA, ENACAL y compradores.



Por otro lado, el 26.1% de los compradores estuvieron de acuerdo en que todo lo anterior, es decir, todas las opciones o amenaza antes expuestas son las causas que les generan daños en esta zona al momento de realizar sus compras. *“Esto no es de un día sino que diario todos enfrentamos estas amenazas pues no hay nada para contrarrestarla”*.

No obstante, el 14.5% afirma que los daños provocados por estas amenazas son los materiales, haciendo referencia a los productos que compran aduciendo que están expuestos a desperfectos.

Un 13.8% opina, que los daños ambientales es provocado por las amenazas existentes, aseverando que este va ligado a los demás, porque si hay daños ambientales hay enfermedades. Del mismo modo, un 10.1% asegura que las amenazas que están afectando a esta zona puede provocar pérdidas de vida de ellos mismos y de los comerciantes que son los que a diario conviven con las mismas.

Finalmente, un 5.8% de los compradores asegura, que la alteración al carácter es un factor provocado por las amenazas existentes en la zona, pues las compras no las realizan con tranquilidad sino que ahora están más pendientes de evitar mezclarse con las mismas, aunque esto es imposible. Los compradores llegan al mercado a realizar sus compras con buen ánimo pero cuando entran, por ejemplo en la zona 1, salen con un carácter pesado por estar lidiando con la basura, las charcas y la gran incomodidad de el hedor tan fétido que se produce por las aguas podridas en las calles y galerones de este sector.

#### 16. ¿Cree que los desastres naturales son un castigo de Dios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	8	5,8	5,8	5,8
NO	130	94,2	94,2	100,0
Total	138	100,0	100,0	



En esta pregunta se quiso medir el nivel de creencias que tienen los compradores de la zona 1 del Mercado Oriental. Para esto se les puso en tela de juicio de que si los desastres naturales ocurridos son un castigo de Dios.

A como se esperó, los resultados fueron sorprendentes. El 94.2% de los informantes afirmó que los desastres naturales No son un castigo de Dios, aduciendo que “*la gente provoca las amenazas*”, “*son fenómenos naturales*”, “*Dios es amor, el hombre es quién ha arruinado la tierra*”; “*dios tiene misericordia con todos*”; más comentarios similares son los que la población encuestada respondió.

Por el contrario, un 5.8% de los compradores de esta zona dijo, que estos desastres si son un castigo de Dios, parte de este porcentaje no logró explicar el por qué lo aseveraban, pero otra parte dijo que Dios los envía para que la humanidad aprenda a cuidar la tierra. Queda claro que esta minoría carece de esa fe en la cual la mayoría cree.

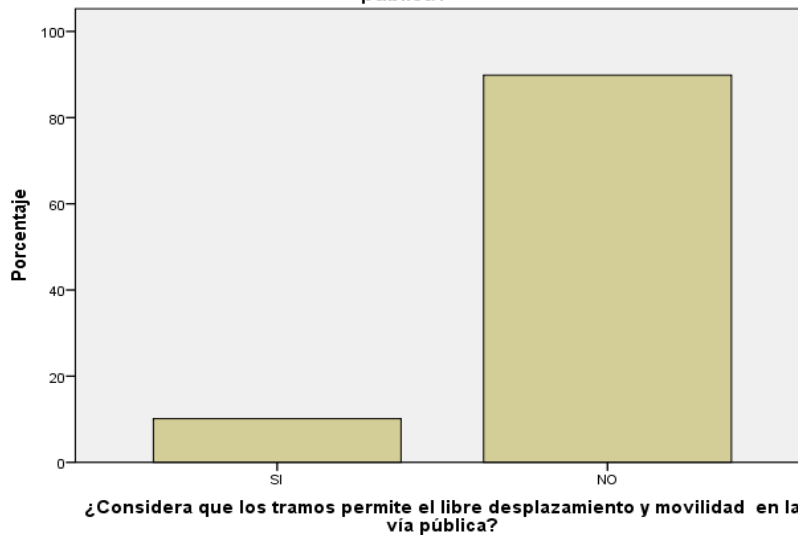


#### IV. Organizaciones

##### 17. ¿Considera que los tramos permite el libre desplazamiento y movilidad en la vía pública?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	14	10,1	10,1	10,1
NO	124	89,9	89,9	100,0
Total	138	100,0	100,0	

¿Considera que los tramos permite el libre desplazamiento y movilidad en la vía pública?



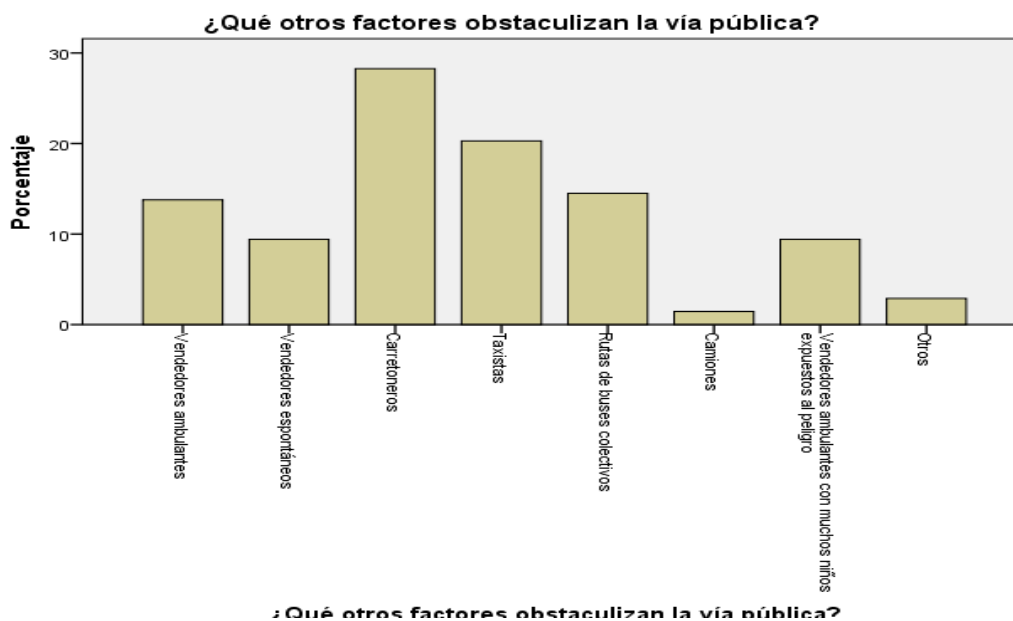
Con respecto a que si los tramos de esta zona permiten el libre desplazamiento, los compradores opinan con el 89.9% que no se permite la libre movilidad. Según ellos, porque no hay suficiente espacio para las compras, de igual forma por el incremento de tramos y al mal ordenamiento que existe por parte de COMMEMA.

No obstante, el 10.1% opina que los tramos si permiten el libre desplazamiento asegurando que el mercado por naturaleza así se mantiene con la variedad de personas aglomeradas, de tal forma que hace parecer a la vista de los demás que los tramos en realidad no permiten la movilidad.



### 18. ¿Qué otros factores obstaculizan la vía pública?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vendedores ambulantes	19	13,8	13,8	13,8
Vendedores espontáneos	13	9,4	9,4	23,2
Carretoneros	39	28,3	28,3	51,4
Taxistas	28	20,3	20,3	71,7
Rutas de buses colectivos	20	14,5	14,5	86,2
Camiones	2	1,4	1,4	87,7
Vendedores ambulantes con muchos niños expuestos al peligro	13	9,4	9,4	97,1
Otros	4	2,9	2,9	100,0
Total	138	100,0	100,0	







El 28.3% de los compradores, afirma que los carretoneros que transitan en la zona 1, es un factor que obstaculiza la vía pública, aseguran que hay demasiados carretoneros que ya no tienen donde circular, de tal forma que atrasan a los compradores y comerciantes por donde quiera que ellos se meten, sin importarles que están obstaculizando la vía pública, pues no sólo están en las calles sino que se meten en los galerones angostos de esta zona.

Por otra parte, el 20.3% de los encuestados opina que los taxis también obstaculizan la vía pública, de modo que estos se estacionan esperando pasajeros en los lugares que más son transitados por peatones. En el sector de la “Caimana” este problema se logra ver con claridad, los taxistas se detienen y van a paso lento por la calle tan angosta, así mismo en el sector del “punto 99” y ciudad Jardín.

De igual forma, según los encuestados las rutas de buses colectivos son otro factor que obstaculizan la vía pública con un 14.5%. En los sectores mencionados anteriormente de la zona 1 son los mismos en donde los buses obstruyen la libre movilidad del peatón. Unos aseguran que ya no caminan con tranquilidad en estas calles pues están pendientes en que un bus o taxi no los atropelle.

Por otro lado, el 13.8% opina que los vendedores ambulantes no permiten la libre movilidad en esta zona, comentan que este tipo de comerciantes se los encuentran en los diferentes sectores, algunos de estos vendedores detienen a los compradores para ofertar sus productos poniéndose en medio de su camino. Otros compradores aseguran que caminan con inseguridad porque no saben en qué momento estos mismos vendedores pueden estar aliados con los amigos de lo ajeno.

Con un 9.4% cada uno, los vendedores espontáneos y ambulantes con niños expuestos al peligro son factores que obstaculizan la vía.

En cambio, el 1.4% dijo que en este caso son los camiones, pues estos se aparecen para bajar cargas pesadas como muebles, camas y electrodomésticos, claro está que no todos los días sucede esto, mayormente una o dos veces a la semana.



Finalmente, el 2.9% dijo que los corredores como popularmente se les conoce a aquellos que hacen mandados de carga a los comerciantes son otra opción que los compradores dejaron en claro que obstaculizan el libre desplazamiento por este sector.

### **19. ¿Qué propone para mejorar el libre desplazamiento en esta zona?**

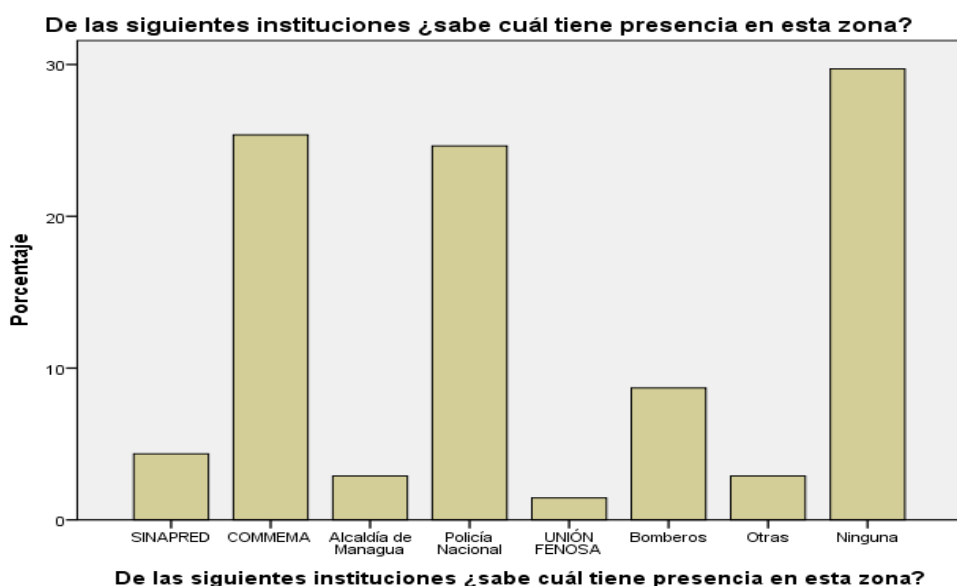
En su mayoría los sujetos en estudio propusieron que lo mejor que se debe de hacer es un reordenamiento correcto en la zona 1. A continuación se describirá lo que los compradores manifestaron:

- Reordenamiento donde se le exija al vendedor que ocupe el sitio que se le asigne para trabajar.
- Mayor organización por parte de COMMEMA sin perjudicar a los vendedores y no permitir vehículos dentro de la zona.
- Presencia policial en toda la zona, para mejorar el libre desplazamiento en las vías públicas.
- Desalojar a las personas que obstaculizan el paso al peatón.
- Dar orden para los vendedores ambulantes y carretoneros sin afectarlos porque todos tienen derecho a trabajar.
- Organización entre los comerciantes para mejorar el libre desplazamiento a los clientes.
- Mejoramiento vial.
- Mejor organización de COMMEMA y policía de tránsito para los vendedores ambulantes y vehículos que se parquean en la vía pública.
- Ampliar los galerones de la zona para realizar mejor las compras tanto para el vendedor como el comprador.
- Dar un espacio donde sólo haya vendedores espontáneos, ambulantes y carretoneros.



**20. De las siguientes instituciones ¿sabe cuál tiene presencia en esta zona?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SINAPRED	6	4,3	4,3	4,3
COMMEMA	35	25,4	25,4	29,7
Alcaldía de Managua	4	2,9	2,9	32,6
Policía Nacional	34	24,6	24,6	57,2
UNIÓN FENOSA	2	1,4	1,4	58,7
Bomberos	12	8,7	8,7	67,4
Otras	4	2,9	2,9	70,3
Ninguna	41	29,7	29,7	100,0
Total	138	100,0	100,0	



De acuerdo a las observaciones y conocimientos de los compradores de la zona 1 del mercado oriental se logró obtener los siguientes resultados: El 29.7% dijo que en esta zona no tiene presencia ninguna institución, aduciendo que cada vez que visitan la zona no han logrado ver a ninguna institución que



se preocupe por el bienestar de la zona y, por ende de los comerciantes y compradores.

Por otra parte, el 25.4% de los informantes tiene el conocimiento de que la institución presente en esta zona es COMMEMA, de la cual solo saben que funciona para la organización y cobro de impuesto de los comerciantes, según ellos en la parte de organización, esta institución no está cumpliendo sus funciones.

En cambio, hay una institución que está a la vista de todos a pesar que tiene poca presencia y es la policía con un 24.6%. Los compradores aseguran que esta institución debería de velar más por los intereses de los comerciantes como de quienes visitan el mercado y esta zona. De acuerdo a sus opiniones, ni los encargados de tránsito hacen presencia para mejorar el libre desplazamiento de los peatones y para dar un escarmiento a los conductores que no cumplen con esto.

El 8.7% de los compradores opina que los bomberos también tienen presencia en esta zona, quienes son más vistos cuando se presenta cualquier tipo de emergencia.

Otro 4.3% corresponde a SINAPRED, los encuestados aseguran que esta institución en pocas ocasiones ha realizado simulacros en el mercado, aunque no velen por éste a diario. Del mismo modo, el 2.9% dijo que no sabía si realmente hay instituciones presentes en esta zona.

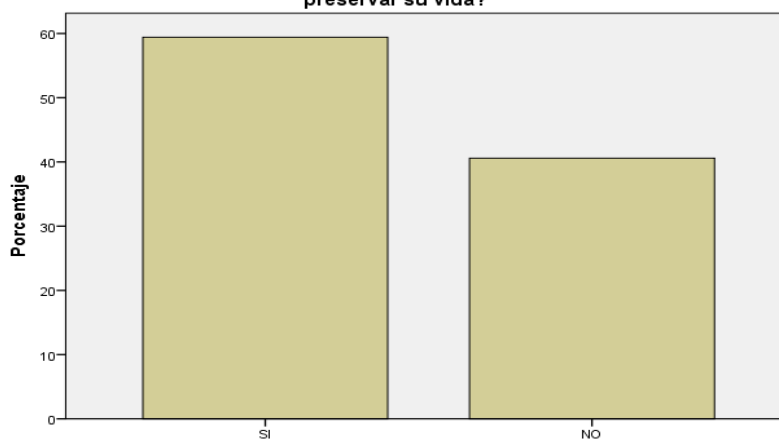
Finalmente, el 1.4% dijo que Unión Fenosa hace presencia en la zona aunque solamente se han visto para realizar cortes eléctricos.



**21. ¿Participaría en simulacros o capacitaciones que se realicen en esta zona, para preservar su vida?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	82	59,4	59,4	59,4
NO	56	40,6	40,6	100,0
Total	138	100,0	100,0	

¿Participaría en simulacros o capacitaciones que se realicen en esta zona, para preservar su vida?



¿Participaría en simulacros o capacitaciones que se realicen en esta zona, para preservar su vida?

El 59.4% de los encuestados afirma que si participaría en cualquier simulacro que se presente en la zona, parte de éstos argumentaron *“estando capacitado sabría qué hacer en estos casos”*, *“porque en cualquier siniestro ayudaría a los que no sabe qué hacer en ese momento”*, son unos de los tantos comentarios positivos de los compradores.

En tanto, el 40.6% de los compradores dijo que no participaría en simulacros en caso de realizarse, algunos aseguran que no tienen tiempo o porque simplemente no viven en ese sector. Otros en cambio, aseguran *“No participaría porque al final cuando una emergencia pase nada de lo practicado se hace y todo hacemos lo que queremos”*, comenta una compradora de esta zona.



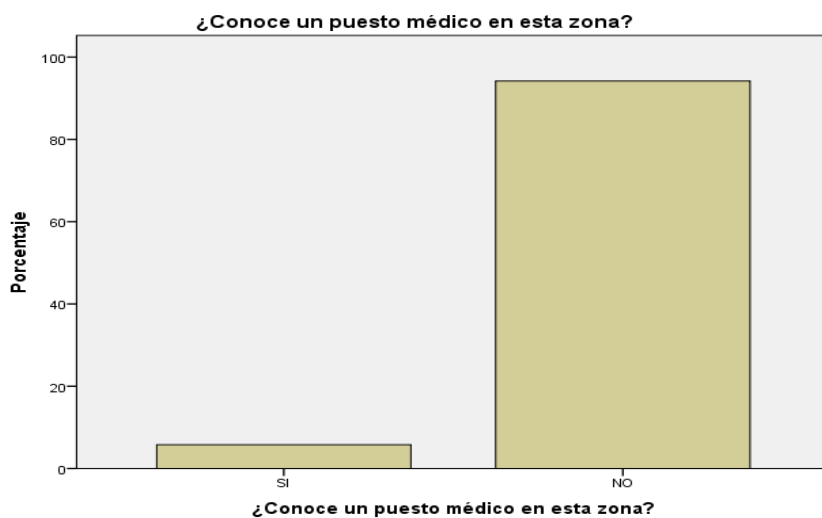
## 22. ¿En qué temas le gustaría ser capacitado?

La mayoría de los sujetos en estudio, no dudaron en responder y dejar en claro los temas en los cuales les gustaría ser capacitados, entre estos están:

- Qué hacer en caso de terremotos
- En caso de robos
- En caso de incendios
- En cómo atender a los heridos
- Primeros auxilios
- En caso de inundación
- En caso de sismos

## 23. ¿Conoce un puesto médico en esta zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	8	5,8	5,8	5,8
NO	130	94,2	94,2	100,0
Total	138	100,0	100,0	



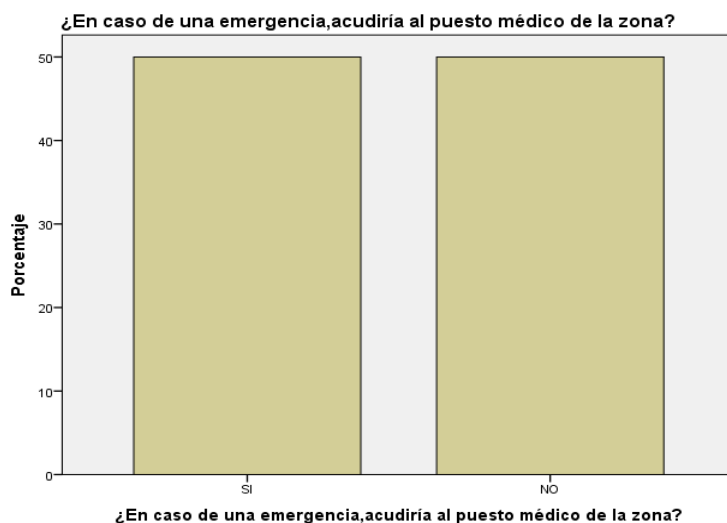


Al momento de preguntarles a los compradores si conoce un puesto médico en la zona, el 94.2% afirmó que no, asegurando que todo el tiempo que tienen visitar la zona en carácter de compradores no han visto ni se han dado cuenta que existe algún puesto médico.

Por otra parte, el 5.8% expresó que si existe, pero realmente desconocen su ubicación, porque no lograron afirmar el lugar donde este se encuentra ubicado.

#### 24. ¿En caso de una emergencia, acudiría al puesto médico de la zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	69	50,0	50,0	50,0
NO	69	50,0	50,0	100,0
Total	138	100,0	100,0	

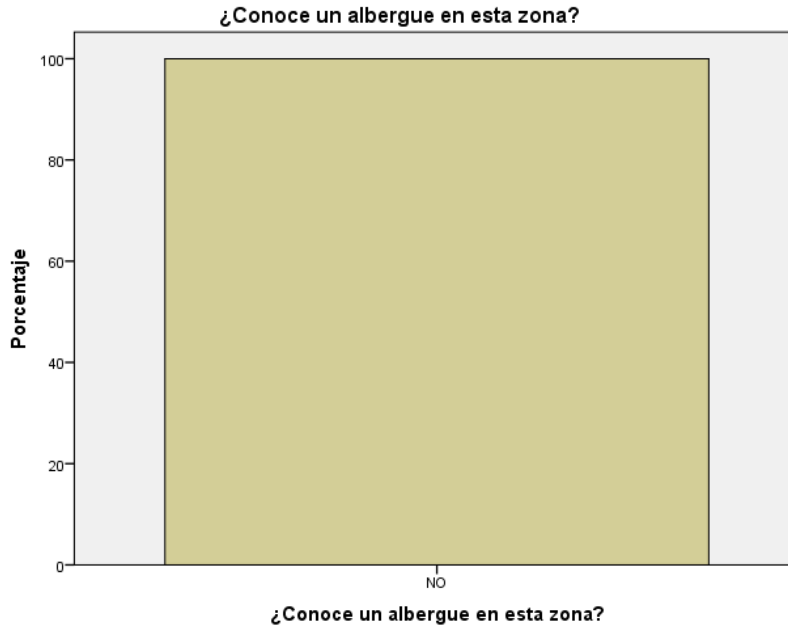


En este caso, a los compradores se encuentran divididos, el 50% de ellos afirma que si están dispuestos en asistir a un puesto médico en caso de emergencia todo para preservar su vida. En cambio, el otro 50% asegura que no asistirá a ese puesto médico en caso de que existiera pues piensan que no serán bien atendidos a como en un hospital lo harían. De igual forma, aseguraron que un solo puesto médico no daría abasto para tantas personas en un solo tiempo.



**25. ¿Conoce un albergue en esta zona? ¿Dónde?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	138	100,0	100,0	100,0



A como está claramente reflejado, el 100% de los encuestados afirmaron que no conocen albergues existentes en la zona. Es decir que si en caso de una emergencia no sabrían que rumbo tomar en medio de este “monstruo económico”.

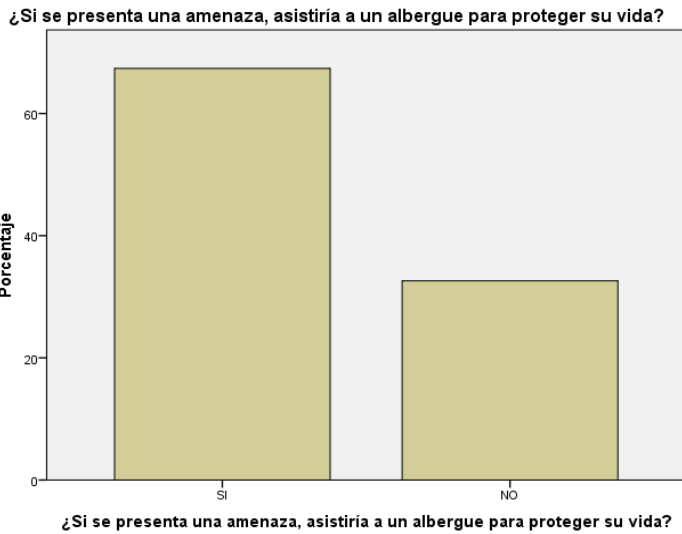
Queda claro que las autoridades correspondientes no se han enfocado en preocuparse en los que a diario visitan la zona de estudio para informarles zonas de albergues si es que realmente existen en la zona.





**26. ¿Si se presenta una amenaza, asistiría a un albergue para proteger su vida?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	93	67,4	67,4	67,4
NO	45	32,6	32,6	100,0
Total	138	100,0	100,0	

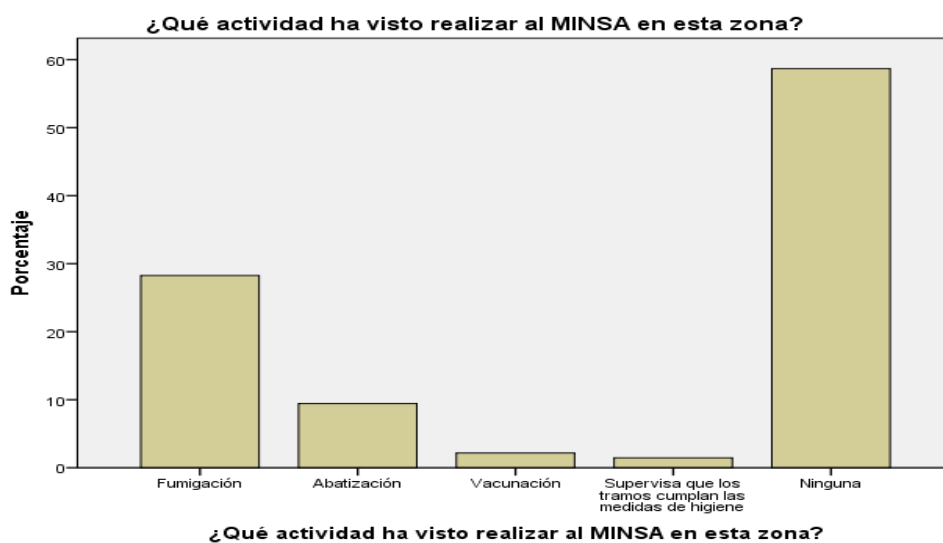


En esta parte, se preguntó a los compradores de la zona 1, si en caso de emergencia asistirían a un albergue para la preservación de su vida; el 67.4% aseguró que sí acudirían a un albergue en caso de cualquier desastre o amenaza que ponga en riesgo la misma. Queda claro, que este porcentaje está anuente a seguir las medidas que se orienten en cualquier momento si llega a desarrollarse una amenaza.

En cambio el 32.6% restante, dijo que no asistiría a ningún albergue. Algunos de ellos comentan *“prefiero irme de manera rápida del mercado así evito más estrés y sofocamiento”*. Estos informantes están dispuestos al parecer, a salir del mercado por sus propias vías en cualquier eventualidad.

**27. ¿Qué actividad ha visto realizar al MINSA en esta zona?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Fumigación	39	28,3	28,3	28,3
Abatización	13	9,4	9,4	37,7
Vacunación	3	2,2	2,2	39,9
Supervisa que los tramos cumplan las medidas de higiene	2	1,4	1,4	41,3
Ninguna	81	58,7	58,7	100,0
Total	138	100,0	100,0	



El 58.7% de los compradores, manifestó que en el tiempo que llevan realizando sus compras en ningún momento ha visto al MINSA realizar actividades para la prevención de la salud de los comerciantes y compradores.

En cambio, el 28.3% aseguró que si han visto realizar actividades en esta zona especialmente de fumigación en los diferentes sectores, en su mayoría sólo cuando se prolongan los casos de epidemias.



Del mismo modo, un 9.4% expresó que el MINSA también realiza Abatización en cada punto de la zona, sobre todo donde se produce el almacenamiento de charcas y aguas podridas en las calles y en los alrededores de los tramos.

Por otra parte, el 2.2%, argumentó que pocas veces ha visto realizar al MINSA vacunación tanto para comerciantes y compradores. Finalmente, el 1.4% dijo que han logrado observar que el MINSA supervisa que los tramos cumplan las medidas de higiene para evitar la prolongación de problemas a la salud de los compradores y comerciantes.

**28. ¿Considera importante que haya una estrategia para contrarrestar las amenazas que existen en la zona?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	132	95,7	95,7	95,7
NO	6	4,3	4,3	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Considera importante que haya una estrategia para contrarrestar las amenazas que existen en la zona



El 95.7% de los compradores consideró que es importante que haya un plan para contrarrestar las amenazas que existen en la zona, argumentando: *“deberíamos estar unidos por cualquier eventualidad”*; *“Así sabríamos que hacer en caso de peligro”*; *“Es mejor tener conocimiento de lo que se debe*



*hacer para evitar pérdidas humanas*”. Estos son algunos de los comentarios que realizaron los compradores en el momento que finalizaban la encuesta, en ellas se deja claro, que es necesario contar con una herramienta para salvaguardar la vida.

Por otra parte, el 4.3% expresó que no es necesario la existencia de dicho plan, según algunos les da lo mismo si existe o no y otros manifestaron que nada cambiaría si existiera, pues las autoridades no hacen mucho para cambiar la situación que se vive en la zona 1 de este mercado.



## CONCLUSIÓN

En general, se puede concluir que las amenazas naturales y/o antrópicas son un problema en aumento en la zona 1 del Mercado Oriental, que no solo afecta a los comerciantes del lugar, sino, también a los compradores. Cabe recalcar, que el impacto de las amenazas afecta la naturaleza, salud y sobre todo atenta con la vida de los que a diario realizan compras.

El aumento de la población, el almacenamiento de cantidades significativas de residuos sólidos y líquidos, las pocas condiciones higiénicas, sanitarias y ambientales, las tendencias en la ocupación de territorio, la poca organización y participación comunitaria e institucional son los principales factores que amenazan esta zona.

Como resultado de este estudio se presentan las siguientes conclusiones:

De acuerdo al método de observación y análisis se logró determinar que las amenazas naturales y/o antrópicas están presentes en la zona 1 del mercado oriental, pero las que más afectan a los compradores son las antrópicas, como: Aumento de robos, difícil acceso en la vía pública, focos de basura y las charcas. Dichas amenazas atentan contra la vida de las personas.

De igual forma, la **Ley Nº.40 "LEY DE MUNICIPIO"**, protege y vela por los compradores o consumidores de los diferentes centros de compras, pues expresa que el servicio de gestión de los residuos sólidos y líquidos es una actividad que corresponde ejecutar a los Gobiernos Municipales, por mandato legal, con el propósito de asegurar de forma permanente, regular las necesidades colectivas y conservar un ambiente, además de sano, agradable y estéticamente aceptable para los consumidores.

A pesar que ésta ley vele por los intereses de los compradores, ellos mismos desconocen que institución les puede garantizar respuestas inmediatas que ayuden a contrarrestar las amenazas que los afecta.

Según los compradores, las instituciones que deben de velar por el bienestar de esta zona son Policía Nacional, COMMEMA, Alcaldía de Managua y el MINSA.



## ENTREVISTA

**A: Augusto Rivera**

**Gerente General de COMMEMA**

**Lisseth Rúgame**

**Responsable de la zona 1**

### **1. ¿Cuáles son los objetivos de la institución?**

El Gerente General y la encargada de la zona, estuvieron de acuerdo que COMMEMA tiene como objetivo servir como ente regulador en los mercados municipales de Managua. También promueve y facilita las gestiones legales que garantizan el derecho de arriendo de los comerciantes.

### **2. ¿Cómo valora la misión y visión de la institución? ¿considera que corresponde a la realidad social con la que vive el mercado?**

La misión es brindar espacios óptimos para la comercialización y venta de servicios que permita a los comerciantes trabajar de manera tranquila y competitiva para lograr atender las necesidades del consumidor.

La visión, es ser efectivo en la calidad de gestión, tanto en el control del pago de los arriendos del mercado y convertirlo en un centro de compras competitivo.

### **3. ¿Cuáles son los sectores de la zona 1 que la institución está a cargo?**

Según el Gerente General de COMMEMA y la encargada de la zona, la institución es responsable por los sectores: El Águila, Electrodomésticos, Calzados, Las Piñatas, Los Vaho, Azucarera, Los Cocos, El Galillo, Ciudad Jardín, Ropa Úsame y Calvario. Argumentaron que a pesar que esta zona no es la más grande, pero es donde más cantidad de personas frecuentan.



**4. ¿Qué otras instituciones están aliadas a COMMEMA para velar por el bienestar de la zona 1?**

COMMEMA trabaja e conjunto de la Alcaldía de Managua, Ejército de Nicaragua, Dirección General de Bombero, Policía Nacional, Comisión de Salud, Comisión de Suministro, Comisión de Ambiente y Recursos Naturales, Empresa Nacional de Transmisión Eléctrica (ENATREL) y Empresa Nacional de Acueductos y Alcantarillado, para el desarrollo y seguridad en la zona.

**5. ¿Está consciente de las diferentes amenazas que afectan a la zona?**

Siempre COMMEMA se encuentra en constante trabajo para velar por el bienestar de los comerciantes y personas que realizan sus compras en la zona, pero aun hay amenazas que azotan, las conexiones ilegales, la toma de territorio y la basura de parte de las mismas personas es una problemática que a diario vemos como solucionar.

**6. ¿Cree que mantiene buena comunicación con los comerciantes de la zona?**

Siempre estamos en constante comunicación con los comerciantes de la zona, apoyándolo en todo lo que es posible y atendiendo sus sugerencias.

**7. ¿Qué plan estratégico tiene para mitigar las amenazas en la zona?**

Se creo en el 2013 un Plan Contingente ante terremotos e incendios, aprobado por la Alcaldesa de Managua Deysi Torres, para estar preparados para cualquier catástrofe.

**8. ¿A través de qué medios comunicacionales brindan información a los comerciantes?**

Por rótulos, por volantes, en algunas ocasiones por los medios de comunicación en caso de emergencia, visitas a los tramos.



**9. ¿Qué nivel de aceptación considera que tiene COMMEMA en los comerciantes de la zona?**

Total aceptación por los comerciantes, de lo contrario no estuviéramos aquí.

**10. ¿Qué han hecho para desaparecer o ubicar los vendedores espontáneos que dificultan el libre acceso a la vía pública?**

En un pasado lo reubicamos en los galerones pero ellos mismos se regresaban al lugar que estaban. Ahora desalojar a nadie porque nuestro Gobierno Socialista y Solidario ha orientado que toda persona tiene derecho al trabajo.

**11. ¿Qué tan cierto es que COMMEMA sólo está presente para realizar los cobros de impuestos a los comerciantes de puestos fijos?**

COMMEMA fue creado con el propósito de ayudar al desarrollo del mercado y lo que se cobra es para el beneficio de ellos mismos.





## ANÁLISIS COMUNICACIONAL

Los medios de comunicación televisivos, radiales o prensa escrita desempeñan una importante labor, pues son ellos quienes informan lo que sucede en el país, en especial cuando se trata de problemáticas que aquejan a la sociedad, como es el caso de las amenazas que afectan la zona 1 del Mercado Oriental; por tal razón se procedió a realizar un análisis comunicacional tomando como referencia prensa escrita, específicamente el diario HOY.

Las notas de prensa extraídas del diario HOY reflejan las quejas que tienen los comerciantes y compradores con respecto a las amenazas existentes en la zona 1. Cabe señalar que las notas recopiladas corresponden al período del segundo semestre del 2014.

### Análisis comunicacional del medio/Hoy

Medio de comunicación	Diario Hoy
Fecha	13 de Agosto de 2014
Titular	Río en Ciudad Jardín
Tema	Comerciantes se tiran agua y basura los unos a los otros.
Autor (es)	Rosmalia Ann González
<b>Tratamiento hacia la institución</b>	
Positivo	
Negativo	Totalmente Negativo
Neutro	
Síntesis de contenido	Los comerciantes del sector de ciudad Jardín se han visto afectados por las grandes charcas acompañadas de basura, lo que provoca cuantiosas pérdidas económicas y enfermedades por la creación de mosquitos que estas producen.



### Análisis comunicacional

Medio de comunicación	Diario Hoy
Fecha	18 de octubre del 2014
Titular	Basura acumulada
Tema	El Mercado Oriental ha sido uno de los puntos afectados producto a las constantes lluvias que han azotado la capital.
Autor (es)	Maynor Eliezer Salazar
<b>Tratamiento hacia la institución</b>	
Positivo	
Negativo	Negativo
Neutro	
Síntesis de contenido	Comerciantes piden limpieza inmediata en la zona, dado, que la basura que arrastran las corrientes de aguas de lluvias queda estancada en las afueras de sus tramos, ocasionando un mal aspecto.



### Análisis comunicacional

Medio de comunicación	Diario Hoy
Fecha	10 de Noviembre de 2014
Titular	Están “pegados”
Tema	La mayoría de las conexiones eléctricas en la Zona Uno son ilegales.
Autor (es)	Rosmalia Ann González
<b>Tratamiento hacia la institución</b>	
Positivo	Positivo
Negativo	
Neutro	
Síntesis de contenido	Los bomberos en conjunto con trabajadores de la Empresa Nacional de Transmisión Eléctrica realizan en la zona 1 inspecciones a las conexiones eléctricas de cada tramo, para determinar los negocios que se encuentran ilegales, aunque algunos comerciantes se reúsen.

**Análisis comunicacional**

Medio de comunicación	El Diario Hoy
Fecha	01 de Diciembre de 2014
Titular	Piden soluciones
Tema	Comerciantes afectados por basura y cierre de pasada.
Autor (es)	Autor: Hazell Flores
<b>Tratamiento hacia la institución</b>	
Positivo	
Negativo	Negativo
Neutro	
Síntesis de contenido	Comerciantes tiene más de ocho años de convivir con el problema de la basura y a pesar que han hecho llamados a COOMMEMA para la limpieza estos no hacen ningún tipo de presencia.

En el análisis comunicacional del medio/Hoy se reflejan las diferentes amenazas que afectan la zona y sobre todo las quejas e indicación de parte de los comerciantes ante la poca presencia que tiene COMMEMA en esta problemática. Asimismo, se refleja las conexiones ilegales que hay en los tramos y el rechazo de parte de algunos comerciantes a legalizarse.

Cabe recalcar, que la notas de prensa del Diario Hoy coinciden con las amenazas que apuntaron los resultados del análisis de los comerciantes y compradores que se realizó en la zona, manifestando que la basura, charcas y conexiones ilegales representan un peligro para la vida de todos.



## CONCLUSION

Después del terremoto del 23 de diciembre del año 1972, el Mercado Oriental se expande producto de la migración generalizada de las zonas rurales hacia las urbanas, iniciando así la intervención y el surgimiento de asentamientos de carácter espontáneo con el propósito de cubrir las demandas y necesidades básicas con un enfoque alternativo de empleo permanente y temporal a la población local.

Se concluye que la falta de una propuesta concreta de reordenamiento, ha generado que las actividades comerciales en crecimiento se vayan estableciendo en áreas públicas, calles y avenidas principales, ocasionando a su vez un sinnúmero de amenazas que pone en riesgo la vida de todas las personas del lugar, por ello se realizó el estudio en la zona 1.

- Se constató que las amenazas naturales tienen presencia en la zona 1 del Mercado Oriental; sin embargo las que más prevalecen son las antrópicas, como: robos, focos de basura, charcas, incendios y contaminación a la naturaleza provocadas por las personas, esto de tratarse a tiempo puede mitigarse o erradicarse. Por otra parte, las inundaciones, fallas sísmicas, terremotos y vientos son de carácter natural estas no pueden ser evitadas por el hombre, pero si mitigarse.
- Se llegó a la conclusión que las causas que generan las amenazas son provocadas por la proliferación de basura, charcas, robos, contaminación a la naturaleza, conexiones ilegales, obstaculización peatonal y falta de organización comunitaria e institucional en la zona 1.
- Por tanto, se concluye que las amenazas naturales y/o antrópicas provocan cuantiosos daños materiales, económicos, ambientales y de salud, siendo ésta una problemática con la que a diario conviven los comerciantes y compradores.



- Se determinó que existe poco grado de organización y participación comunitaria en la zona, lo cual influye mucho en la existencia de estas amenazas, dado, que es una problemática que deben de trabajar en conjunto, sin embargo es mínima la intervención de ambas partes en relación a la prevención, mitigación y atención a desastres.
  
- En relación al accionar de las instituciones locales se llegó a la conclusión que la falta de organización y comunicación con los comerciantes incrementan las amenazas ya existentes en la zona, pues no divulgan un plan de prevención, mitigación y atención de desastres en la zona 1.
  
- Las amenazas antrópicas se presentan en un mapa con sus respectivos sectores: El Águila, Electrodomésticos, Calzados, Ropa, Ciudad Jardín, Las Piñatas, El Galillo, Los Vahos, Ropa Usame y Los Cocos.
  
- Se realizó una Estrategia Comunicacional con enfoque en Gestión de Riesgo, para contrarrestar las amenazas naturales y/o antrópicas existentes en la zona.



## RECOMENDACIONES

- Se recomienda mejorar la comunicación interinstitucional entre COMMEMA, SINAPRED, Policía Nacional, MINSA para disminuir, mitigar y prevenir las amenazas antrópicas existentes en la zona 1.
- Se sugiere que las instituciones locales pongan en práctica la comunicación con los comerciantes por medio de capacitaciones o charlas, de igual forma que atiendan o prioricen en un plan contingente las medidas preventivas ante las amenazas que la misma población crea por falta de orientación.
- Se propone mejorar el nivel de comunicación comunitaria entre las instituciones locales y comerciantes mediante actividades inclusivas como actividades animadas, concursos o capacitaciones que permitan de manera creativa la prevención, mitigación y atención de desastres.
- Se invita a las instituciones locales a mejorar la organización interna para lograr poner en práctica el accionar de un plan de prevención, mitigación y atención de desastres en conjunto con los comerciantes de manera comunicativa, realizando visitas por sector en primera instancia para darse a conocer, posteriormente realizar charlas inclusivas que permitan reducir las amenazas existentes en la zona.
- Se recomienda a COMMEMA tener un mapa en donde se especifique los sectores con más vulnerabilidad ante las amenazas antrópicas, de tal manera, que deben trabajar conjuntamente con los comerciantes de cada sector en jornadas de limpieza para erradicar estas amenazas.
- Se propone a COMMEMA, Policía Nacional, MINSA, UNIÓN Fenosa, ENACAL, Bomberos y SINAPRED poner en práctica esta Estrategia Comunicacional con enfoque en Gestión de Riesgo con los comerciantes y compradores para contrarrestar las amenazas naturales y/o antrópicas presentes en la zona 1.



## **PROPUESTA**

**Propuesta de una Estrategia de Comunicación con Enfoque en Gestión de Riesgo para Mitigar o Erradicar las Diferentes Amenazas Naturales y/o Antrópicas presentes en la Zona 1 del Mercado Oriental.**





## INTRODUCCIÓN

La comunicación desempeña un papel importante en la sociedad, dado, que es uno de los pilares básicos donde se apoya cada persona para superar cualquier tipo de situación, más cuando se trata de aquellas situaciones que amenazan la vida de las mismas, por ello es fundamental poner en práctica una comunicación con enfoque en gestión de riesgo para tomar de manera consciente decisiones y desarrollar una propuesta de intervención concertada tendiente a prevenir, mitigar o reducir las amenazas existentes, para preservar la vida de los comerciantes y compradores de la zona 1 del Mercado Oriental.

En primera instancia, se procedió a realizar estrategias en base a los resultados del diagnóstico, se descubrieron un sinnúmero de amenazas que ponen en peligro la vida de todas las personas que se encuentran en la zona.

Por otra parte, el propósito de esto es que los comerciantes, compradores e instituciones vinculadas al lugar tomen la iniciativa de hacer un cambio en la zona, para preservar la vida y erradicar con todas las amenazas latentes en el lugar.

Cabe señalar, que mediante las amenazas que aquejan la zona 1 se logró conocer que no existe una buena organización y participación comunitaria e institucional, por lo cual es probable, que esto sea uno de los factores que impide el desarrollo sostenible.



### **Objetivo General:**

Diseñar una estrategia que ayude a mitigar o erradicar las diferentes amenazas naturales y/o antrópicas presentes en la zona 1 del Mercado Oriental.

### **Objetivos Específicos:**

- Proponer la difusión y ejecución de la estrategia a las diferentes instituciones que estén ligadas con la zona.
- Utilizar los diferentes medios de difusión, distribución y formatos como manta, volantes, perifoneo, entre otros para hacer consciencia e informara los comerciantes y compradores de la zona 1.
- Proponer actividades de interacción: culturales y ambientales, de concursos entre otras entre compradores y comerciantes para contribuir a un cambio de conducta en la limpieza.
- Promover la comunicación entre comerciantes, compradores y COMMEMA para el mejoramiento de las condiciones higiénico sanitarias, eléctricas y de seguridad ciudadana.



En la zona 1 del Mercado Oriental, se logró identificar amenazas naturales y/o antrópicas con más relevancia. Entre las amenazas naturales están:

### **Inundaciones**

Las inundaciones son una de las amenazas que más peligro representa para los comerciantes y compradores de la zona 1, específicamente en temporada de invierno, razón por la cual proponemos:

- ENACAL cree salidas alternas al agua servida, en los sectores del Águila, Los vahos, Las piñatas, Los cocos, es decir a todos los sectores de la zona en donde se da esta problemática.
- De igual forma, construya cajas de registro o manjoles donde el agua de las lluvias pueda correr con facilidad.
- COMMEMA, realice constante cumplimiento y supervisión en los roles de aseo de los diferentes sectores vulnerables.
- Crear brigadas de limpieza en los diferentes sectores de la zona para evitar que la basura obstaculice las corrientes de agua.
- Formar una comisión de divulgación con los comerciantes de cada sector para informar y mitigar las inundaciones.

### **Fallas sísmicas**

El riesgo sísmico en el Mercado Oriental es de gran magnitud, pues existen muchas fallas que ponen en peligro la vida de los comerciantes y compradores de la zona. Según el resultado del análisis de ambas poblaciones, señala que los sujetos en estudio no están preparados ante esta amenaza, razón por la cual se recomienda lo siguiente:

- SINAPRED brinde capacitaciones a los comerciantes por lo menos una vez al mes, en temas relacionados a qué hacer en caso de réplicas.
- COMMEMA supervisa la infraestructura de cada tramo para evitar pérdidas humanas.
- Mantener un botiquín por cada diez tramos con su respectivo sanitario y debidamente capacitado.
- Generar una campaña motivacional para instar a los comerciantes a la importancia de contar con un botiquín.



## Terremotos

La zona 1 alberga 82,128 personas entre compradores y comerciantes que necesitan ser evacuadas ante terremotos, por tal razón las personas tienen que estar preparadas, a continuación se presentan algunas propuestas.

- Fomentar la comunicación entre la responsable de zona 1 de COMMEMA y comerciantes, para difundir la estrategia Contingente Ante Terremoto, (aprobada por la Alcaldesa de Managua, Licenciada Deysi Torres).
- Divulgar por medio de carteles y afiches las diferentes rutas de evacuación de la zona.
- Transmitir medidas de prevención para preservar la vida y ubicarlas en las paradas de buses colectivos.
- Capacitar a compradores y comerciantes en temas de primeros auxilios.
- Realizar simulacros trimestralmente para que estén preparados ante terremotos.

## Vientos

Tanto los comerciantes y compradores manifestaron que los vientos son una de las amenazas que los afecta de gran manera, porque bota maniquís y algunos productos de exhibición, ocasionando pérdidas económicas. Por otro lado, porque se ven afectados por la polvareda que estos ocasionan. Como medida de mitigación es necesario:

- COMMEMA debe de difundir por medio de perifoneo el aseo y riego en los tramos de los comerciantes para evitar las enfermedades de la piel, de las vías respiratorias y epidemias
- Elaborar volantes con mensajes para preservar la vida y evitar las conexiones ilegales y sobre carga eléctrica.



- Mantenimiento y supervisión por parte de UNION Fenosa en el alambrado público con sobre carga eléctrica para prevenir incendios y pérdidas de vida.
- Crear carteles, volantes en donde se refleje los daños económicos que pueden causar los vientos y la lluvia por falta de mantenimiento en los techos.



Según el análisis de los resultados de los comerciantes y compradores las amenazas antrópicas son las que más afectan la zona 1 del Mercado Oriental, a continuación, se presentan medida para mitigarlas o erradicarlas.

### **Basura**

Los focos de basura presentes en esta zona, atentan con la salud y vida de todos los que conviven y visitan el lugar, por ello es necesario solucionar este problema, para ello se propone lo siguiente:

COMMEMA puede planificar, coordinar y organizar la limpieza en la zona para establecer un servicio más responsable y comunicativo, en base a las técnicas de recolección y disposición sanitaria de la basura e incluso promover un proyecto de reciclaje.

De igual forma, crear un sistema de vigilancia continua, permanente y práctica, sobre la entrada y salida de los residuos sólidos, esto mediante hojas de registro y control, que permitan evaluar y medir el tiempo empleado por los operarios durante el período de limpieza.

Asimismo, proporcionar a los recolectores un equipo de trabajo en buen estado y darle mantenimiento periódico. A continuación se mencionan los instrumentos que COMMEMA debe de proporcionar:

- Carretón de mano
- Escobas
- Pala o Recogedor
- Cepillos o escobillas
- Mascarillas
- Guantes
- Botas de hule

COMMEMA preste apoyo y asesoramiento a los comerciantes en materia de control y manejo de la basura.

Ubicar contenedores medianos y/o barriles para la basura en los diferentes sectores dela zona.



El MINSA realice supervisión en higiene y sanidad de la zona; asimismo llevar a cabo fumigaciones por cada tramo y charlas preventivas de enfermedades respiratorias, entre otras.

Crear una comisión de divulgación con los comerciantes de cada sector para informar y aminorar el problema de la basura.

Colocar carteles y afiches en donde se inste a los comerciantes y compradores a “No botar basura”, señalando de manera detallada las enfermedades que ésta puede causar.

Difundir por medio de volantes los daños ambientales que puede provocar el aglomeramiento de basura.

Crear y llevar a cabo actividades culturales, sociodramas y ambientales para instruir a los comerciantes y compradores sobre la importancia de colocar la basura en el lugar que corresponde, de tal manera que se haga conciencia en la población.

### **Charcas y contaminación de la naturaleza**

El verter aguas residuales sin ningún tipo de control pone en peligro la salud de la población que no cuentan con los servicios básicos necesarios para enfrentar esta situación de carácter higiénico, sanitario y ambiental. Cabe recalcar, que la mayoría de los comerciantes realizan el lavado de sus establecimientos, lo cual significa un flujo permanente de aguas grises, hacia la vía pública y cunetas, provocando a su vez una contaminación a la naturaleza y afectación a los compradores, por dicha razón se recomienda:

- ENACAL realice una conexión habilitada con el sistema de alcantarillado sanitario, con el fin que el agua servida no transite por debajo de los tramos.



- De igual forma, realizar inspecciones en las instalaciones de servicio sanitario privado, para instar a los comerciantes a poner en práctica las medidas higiénicas.
- Supervisión constante por parte de COMMEMA y MINSA, en la comiderías de la zona para instruir a estos comerciantes de la importancia de no almacenar aguas servidas.
- Presencia del MINSA en fumigación, abatización y chequeos médicos para prevenir cualquier contaminación.
- La Alcaldía de Managua realice mantenimiento a las calles en mal estado, pues muchas veces el agua se estanca producto del deterioro de las mismas.
- Elaborar volantes y carteles en donde se haga énfasis de lo que provoca el agua estancada, enfermedades producto de la creación de mosquitos y accidentes humanos.

### **Robos**

La inseguridad es otra de las amenazas que afecta a los sujetos en estudio, mayormente a los compradores, para mitigar esta situación es necesario:

- COMMEMA solicite a la Policía Nacional más presencia, vigilancias y operativos por los diferentes sectores de la zona.
- La ronda policial debe de ser de manera constante para evitar el incremento de robos.
- De igual forma, los comerciantes se organicen por sector para evitar los robos, de tal forma que logren identificar y denunciar a los ladrones.
- La Policía Nacional realice una estrategia que consista en que parte de las autoridades vistan de civil, para detectar de manera más eficaz a los grupos organizados, ejemplo de ello, las gancheras.
- La Policía investigue y elimine los puestos de drogas, existentes en la zona.
- La Policía realice proyectos de rehabilitación con jóvenes inmersos en droga, pega y alcohol, para su debida reintegración social.





### **Obstaculización peatonal**

La mayor parte de los sujetos en estudio manifestaron que la obstaculización peatonal es otra de las amenazas que atenta con la vida de todos, por ellos se propone lo siguiente:

- COMMEMA reordene e instruya a los comerciantes sobre la importancia de respetar los límites asignados al negocio.
- De igual forma, realice una mejor organización con la responsable de la zona para ejecutar una estrategia de reubicación en los vendedores ambulantes y carretoneros de la zona.
- Presencia policial (tránsito) en toda la zona, para evitar que los vehículos obstaculicen el libre desplazamiento en las vías públicas.
- COMMEMA y Policía de Tránsito establezcan un punto en el sector de Ropa Usame para los vendedores ambulantes con vehículos, a fin de evitar la obstaculización en la vía pública.
- COMMEMA promueva actividades de socio dramas en donde involucren a los comerciantes, para hacer énfasis en la obstaculización peatonal.
- Crear y divulgar volantes a los comerciantes con mensajes en donde se reflejen las pérdidas económicas y de vida que puede causar la obstaculización.



## Incendios

La zona 1 del Mercado Oriental es la que más se ha visto afectada por este tipo de siniestro y, a pesar que en el año 2008 hubo uno que dejó cuantiosas pérdidas económicas, es lamentable que aun esta situación continúe, por ello se propone lo siguiente:

- UNION Fenosa realice supervisión, mantenimiento y un plan de medida para la conexión legal de cada tramo.
- Elaborar volantes en donde se refleje las consecuencias que causa realizar mala manipulación de los sistemas y control de energía eléctrica, como legal, material y pérdida de vida.
- Repartir volantes con mensajes en donde se muestre a los comerciantes la importancia de darle mantenimiento a las estructuras del tramo, para evitar un siniestro.
- COMMEMA realice perifoneo en la zona, para instar a los comerciantes a no manipular fuego dentro del tramo.
- UNION Fenosa distribuya volantes en donde inste a los comerciantes sobre la importancia de darle mantenimiento a los electrodomésticos de uso frecuente dentro del tramo.
- COMMEMA en conjunto con los Bomberos realice capacitación sobre la importancia de mantener extinguidores en los tramos.
- Bomberos capaciten y divulguen medidas a los comerciantes en temas relacionados a prevención de incendio.
- ENACAL en conjunto con los Bomberos instalen y den mantenimiento a los hidrantes de la zona.
- ENACAL garantice instalaciones del servicio de agua potable en los diferentes sectores de la zona.



## BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional de Nicaragua, 2000. “Ley 337: Creadora del Sistema Nacional para la Prevención, Mitigación y Atención de Desastres y su Reglamento”. Segunda edición, Managua Nicaragua.
- Programa Nacional de Capacitación en Gestión de Riesgo, SINAPREP, julio 2012. Managua Nicaragua.
- Dubois, Jean. (1992). Diccionario de Lingüística, Alianza Diccionario. (p.93:127). España.
- Muriel María, Rota Gilda. (1989). Comunicación institucional, Enfoque Social de las Relaciones Públicas, (p.60). Editorial Andina. Quito.
- García, J (1998) Comunicación Interna, Madrid, Editorial Díaz de Santos.
- Garrido, Francisco Javier. (2000) “Comunicación Estratégica”, Barcelona, Gestión. Pág. 80-83.
- Rivera, Iván Antonio. (2014). Colección de Memorias de mi Barrio, Mercado Oriental
- Calero, Valinda Sequeira. (2004). Manuel de Investigación, Investigar es Fácil.
- Bomberos Unidos sin Fronteras. Curso de Primeros Auxilios.
- Jakobson, Román (1960). Circuito de la Comunicación Verbal.
- Escuela de Birmingham. (1980). Articulación de las Clases Sociales y la Práctica Cultural.
- El Nuevo Diario, (2015). “Oriental se traga 82 Manzanas”, Managua, Nicaragua.

## WEB GRAFÍA

- <http://www.hoy.com.ni/2014/12/04/piden-soluciones-2/>
- <http://www.hoy.com.ni/2014/11/10/estan-pegados/>
- <http://www.hoy.com.ni/2014/08/13/r%C3%ADo-en-ciudad-jard%C3%ADn/>



# ANEXOS



**FOTOGRAFÍAS DE LAS AMENAZAS PRESENTES EN LA ZONA 1**



Sector de la Ropa, charcas con basura debajo de los tramos.



Sector de los vahos



Anden de Ropa



Sector de Bisutería



Agua podrida con basura, sector de bisutería



Recolector trabajando con carretón en mal estado y sin su equipo obligatorio.  
Sector de los Cocos



Vendedores espontáneos utilizando su carro como "tramo". Sector de ropa Usame.





Vendedores espontáneos ubicados en Ciudad Jardín. Ignorando el letrero puesto por COMMEMA



Alcantarías en Mal estado con basura en su interior. Ciudad Jardín



Conexión eléctrica en mal estado. Ciudad Jardín



Sector de electrodomésticos. El poco espacio para transitar se ve obstaculizado por carretoneros.



Las calles del sector del calvario se convirtieron en botaderos clandestinos.



Río en Ciudad Jardín

13-08-2014 - [El Oriental](#) - [No hay comentarios](#)

Comerciantes se tiran agua y basura los unos a los otros.



Autor: Rosmalia Ann González

HOY

[Les perjudica](#)

”La esquina donde me pongo a vender nunca está seca. Todos los comerciantes estamos cansados con el problema, hasta uno de nosotros tuvo que reparar la calle, porque alguien puede resbalar y caer”. ”Lo que pasa es que los comerciantes se pasan echando el agua los unos a los otros, es un problema de nunca acabar. Por lo menos yo paso barriendo todos los días y se me ha caído parte de mi mercadería”.

De pronto, una de las zonas más famosas del Oriental será rebautizada como “Río Ciudad Jardín” por el montón de charcos, pues el agua va rodando de tramo en tramo todo el día, ya que los comerciantes la tiran con la escoba.

Según los vendedores, esto no es nuevo y les perjudica mucho, pues además que se les ha caído mercadería en el lodazal, varios clientes se han resbalado, por lo que no quieren ni asomarse por ahí.

“Ya he visto cómo dos personas se han caído. Una de ellas fue una ancianita que se hirió la pierna y la otra una muchacha embarazada de cinco meses, gracias a Dios no pasó a más”, comenta Guadalupe García, afectada.

Esta marchantita también dice que como las autoridades no hacen nada para reparar la calle, está pensando en comprar una bolsa de cemento con su vecina para arreglar el bache, porque hasta ella teme caerse y terminar en un hospital.



Además de las caídas, los comerciantes han sufrido enfermedades. Una de las afectadas es María Zeledón, vendedora de zapatos, quien comenta que el agua empozada le ha provocado hongos y comezón en los pies.

“Uno de mis compañeros del Oriental también estuvo con fuertes calenturas, seguramente fue porque había cría de mosquitos”, manifiesta Zeledón.

### EMPROBLEMADOS

El agua no es con lo único que tienen que batallar los comerciantes de Ciudad Jardín, sino también con la basura, circula desde los primeros tramos hasta los de abajo, y ahí se queda estancada.

“Lo que pasa es que esto funciona como pasamanos. Los comerciantes que están más arriba van tirando la basura, y a quien lo ven “mal parqueado” a ese es el que le cae recogerla”, expresa Martha Muñoz, comerciante.

Otra vendedora que sufre esta situación, ubicada de Ropusame dos cuerdas arriba, es María Lourdes Gómez, quien amaneció con un cerro de basura en su tramo, y no le tocó de otra que recogerla.

“Ya estamos acostumbrados a esto, uno se lo pasa al uno, y el otro al otro, menos mal que solo son empaques de comida, porque si no esto sería peor que La Chureca”, explica Gómez.



## Basura acumulada

18-10-2014 - [El Oriental](#) - No hay comentarios

Después de las constantes lluvias que han azotado la capital y parte del territorio nicaragüense, el mercado Oriental ha sido uno de los puntos afectados, aunque en menor manera.



Autor: Maynor Eliezer Salazar

HOY

Después de las constantes lluvias que han azotado la capital y parte del territorio nicaragüense, el mercado Oriental ha sido uno de los puntos afectados, aunque en menor manera.

A pesar de no tener calles en mal estado a causa de las lluvias, la basura que arrastran las corrientes, se empiezan a notar en algunas calles, por tal motivo los comerciantes de estos puntos, como en el sector contiguo al Gancho de Caminos piden a las autoridades del centro de compras, lleguen a limpiar la zona, pues da mal aspecto a sus tramos.



Están “pegados”

10-11-2014 - [El Oriental](#) - [No hay comentarios](#)

La mayoría de las conexiones eléctricas en la Zona Uno son ilegales.



Autor: Rosmalia Ann González

### Necesario

”Está muy bueno que vengan a hacer inspecciones a las conexiones eléctricas, porque así los bomberos se dan cuenta de las anomalías y les dan sugerencias a los comerciantes”. ”Me parece bien que anden inspeccionando, porque en cualquier momento puede ocurrir un siniestro por las conexiones ilegales, es un peligro para todos nosotros”.

HOY

En 40 días, tanto los Bomberos como los trabajadores de la Empresa Nacional de Transmisión Eléctrica (Enatrel) tienen la misión de inspeccionar tramo por tramo las conexiones eléctricas.

Estos empezaron por la Zona Uno del mercado, pues es la más grande. Hasta el momento llevan 60 tramos supervisados, de los cuales 50 están conectados ilegalmente, cuentan los encargados de la inspección.

Algunos comerciantes se muestran molestos cuando ven a los trabajadores y hasta ni los dejan entrar a inspeccionar las conexiones; sin embargo, otros opinan que es una labor que les servirá a todos.



“Mejor cosa no pudieron hacer, más durante estas fechas que sabemos que se venden los artículos navideños se encienden un montón de luces, esto es una bomba de tiempo”, comenta Alcides Hernández, vendedor de calzado.

Los encargados de la inspección cuentan que primero extienden una hoja detallando las recomendaciones, luego se les da seguimiento 15 días después, y en caso que no hayan cumplido serán multados.

Mejor prevenir

Mientras tanto, Jorge González, Asociación de Comerciantes de los Mercados de Nicaragua (Acmnic) expresa que este trabajo es necesario, para evitar desastres como los ocurridos en años anteriores.

“Lo que debemos procurar es una Navidad segura, por eso queremos evitar un incendio a toda costa, nosotros estamos a favor y apoyamos esta labor de los bomberos”, detalla González.

Es por ello que esta asociación tiene un proyecto donde más de 40 comerciantes serán beneficiados, pues podrán tener sus tramitos con luz eléctrica legal.

“Nos reunimos con la empresa de electricidad para que este lunes al fin los vendedores puedan tener energía legalmente, ya tenemos la carta que nos autoriza realizar este procedimiento”, expone González.

El viernes por la tarde la asociación se reunió con los comerciantes beneficiados, quienes están situados del Gancho de Caminos hacia arriba, en el sector conocido como El Bolsón.





Piden soluciones

4-12-2014 - [El Oriental](#) - [No hay comentarios](#)

Comerciantes afectados por basura y cierre de pasada.

Autor: Hazell Flores

### Preocupados

“Ya tiene varios años eso ahí, nosotros le decimos a los de Commema y dicen que ellos no pueden limpiar. Los zancudos se mantienen siempre. Cuando llueve se inunda esto, y nos vemos afectados todos”. “El problema principal que tenemos en ese callejoncito es un basurero que ponen, más cuando llueve, se inunda de pudrición y de agua sucia y nunca vienen a limpiar. Todos los años es eso, es un peligro por los virus que hay”.



HOY

Para los dueños de negocios ubicados frente al portón principal del Distrito Uno de Policía, pasar todo el día rascándose ya se volvió costumbre, puesto que en la zona los zancudos abundan.

El problema es que en la propia esquina reina la basura, y como hay un tragante taqueado, se acumula agua podrida, por lo que hay todo tipo de animales saliendo en el día y la noche, y son varias personas las afectadas.

“Nosotros mismos somos los que tenemos que pagar para que vengan a limpiar; pasan limpiando todos los días, pero solo la calle del frente y aquí siempre está sucio, se va acumulando y el hedor es molesto”, dice Dominga Maltez, comerciante afectada.

Los comerciantes que venden en la zona indican que en varias ocasiones han puesto la denuncia en las oficinas de la Corporación Municipal de Mercados de Managua (Commema), sin embargo no les han dado respuesta alguna ante sus quejas.



Temen que alguien resulte afectado por los piquetes de zancudos, ya que pasan prácticamente toda la jornada ahí y no tienen cómo protegerse, por lo que tienen miedo surja una epidemia en la zona.

Bloquearon la pasada

En este sector, desde que hace ya unos ocho años se ubicaran comerciantes frente a los tramos tradicionales había quedado una pasada, que servía sobre todo cuando el mercado estaba más lleno, pero desde hace cuatro meses está cerrada.

“Ese pedacito lo cierran unos comerciantes que dicen que ahí se mete la gente a hacer sus necesidades, está bueno que lo hagan de noche, pero en el día la gente se ve afectada, porque tienen que estarse regresando”, comenta Manuel Maltés, dueño de un negocio de la zona.

Muchos compradores no saben que ahora la pasada no está disponible, y como un equipo periodístico pudo comprobar, tienen que regresarse para buscar pasada por otro lado.

Este Diario intentó contactar a Augusto Rivera, gerente general de Commema, sin embargo este no contestó los llamados. Los comerciantes le hacen un llamado para que preste atención a sus quejas.