



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**

**UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN Y, GESTIÓN PÚBLICA Y  
MUNICIPAL**

**TEMA DE TESIS**

**SISTEMA DE GESTIÓN Y MERCADOS MUNICIPALES, CASO DE  
ESTUDIO; EMPRESA PÚBLICA DE MERCADOS MUNICIPALES  
DEL CANTON QUEVEDO, AÑO 2013 – 2014**

**Previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración  
y, Gestión Pública y Municipal**

**AUTORA:**

Sonia Rocío Rosado Montoya

**DIRECTOR DE TESIS**

Ing. Darwin Javier Zamora Mayorga Msc.

**Quevedo - Los Ríos – Ecuador**

**2015**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, **Sonia Rocío Rosado Montoya**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

La autora certifica libremente que los criterios y opiniones que constan en la Tesis son de su exclusiva responsabilidad.

---

**Sonia Rocío Rosado Montoya**

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS**

Ing. Darwin Javier Zamora Mayorga Msc, Director de Tesis Certifico. Que la Señora egresada Rosado Montoya Sonia Rocío realizó la Tesis de Grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración y, Gestión Pública y Municipal titulada: **“SISTEMA DE GESTIÓN Y MERCADOS MUNICIPALES, CASO DE ESTUDIO; EMPRESA PÚBLICA DE MERCADOS MUNICIPALES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2013 – 2014”** bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

Quevedo, 03 de abril de 2015

---

Ing. Darwin Javier Zamora Mayorga Msc.  
**DIRECTOR DE TESIS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**  
**CARRERA: ADMINISTRACIÓN Y, GESTIÓN PÚBLICA Y**  
**MUNICIPAL**

**TEMA DE TESIS**

**SISTEMA DE GESTIÓN Y MERCADOS MUNICIPALES, CASO DE**  
**ESTUDIO; EMPRESA PÚBLICA DE MERCADOS MUNICIPALES**  
**DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2013 – 2014**

Presentada a la Comisión Académica como requisito previo a la obtención del  
Título de:

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN Y, GESTIÓN PÚBLICA Y MUNICIPAL**

APROBADO:

---

Ing. Fabiola Andrea Palma León, Msc.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

Ing. Máximo Arístides Tovar Pérez, Esp  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

Eco. Luciana Vitalina Coello León  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

**Quevedo- Los Ríos- Ecuador**

2015

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios creador del cielo y la tierra y su plenitud, porque su misericordia es nueva cada día, quien me ha dado y me seguirá dando fortaleza renovando mis fuerzas cada mañana para seguir adelante.

Agradezco a mi familia, que siempre está presente ayudando con ideas, y juegan un papel importante en la toma de decisiones; su apoyo es de suma importancia en el desarrollo de esta investigación.

El más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en especial a la Directora de la Unidad de Estudios a Distancia, Ing. Mariana Reyes Bermeo Msc, al Coordinador de la Carrera, Ing. Javier Zamora Mayorga, a todos los profesores quienes con esfuerzo y esmero han estado al frente para mantener la Unidad, y por dar la oportunidad de obtener una profesión y ser persona útil a la sociedad.

Un profundo agradecimiento a mi Director de Tesis quien estuvo apoyándome el proceso de la elaboración de la misma, haciendo posible que culmine con éxito lo que alguna vez empecé.

*Sonía*

## DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a Dios todo poderoso quien a través de su amor incondicional de su hijo Jesucristo y el Espíritu Santo me han dado convicciones fortaleza y sabiduría; la gloria, la honra sean para ti Padre, el gozo es mío.

También extiendo mi agradecimiento a mi esposo Cristian Salazar Soxo, mi hija Krystie Salazar Rosado, por tomar el tiempo de la familia, mis padres y hermanas quienes me apoyaron incondicionalmente haciéndose cargo de mi hija en las horas ausentes mientras las dedicaba al estudio en la universidad.

A mis amigas con quienes compartí trabajos grupales, a los profesores los cuales ayudaron con su apoyo a engrandecer mis conocimientos y estar más cerca de mi meta profesional.

*Sonía*

# ÍNDICE

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
MIEMBROS DE TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Introducción.....	2
1.1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.1.2. Formulación del problema.....	4
1.1.3. Delimitación del problema.....	4
1.1.4. Justificación.....	4
1.2. Objetivos.....	5
1.2.1. General.....	5
1.2.2. Específicos.....	5
1.3. Hipótesis.....	5

## **CAPÍTULO II**

<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>6</b>
2.1. Fundamentación teórica.....	7
2.1.1. Las Empresas Públicas.....	7
2.1.2. Las Organizaciones .....	8
2.1.2.1. Organizaciones según sus fines .....	8
2.1.3. Productos y servicios .....	8
2.1.4. Sistema de gestión .....	9
2.1.5. Diseño funcional .....	9
2.1.6. Mercado alimentario.....	10
2.1.7. Componentes del modelo de gestión .....	10
2.1.7.1. Gestión administrativa .....	10
2.1.7.2. Gestión técnica .....	11
2.1.7.3. Gestión del talento humano .....	11
2.1.7.4. Gestión operativa .....	12
2.1.8. Cantón Quevedo .....	13
2.1.9. Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo .....	14
2.2. Fundamentación legal.....	15
2.2.1. Constitución de la República del Ecuador (2008) .....	15
2.2.2. Constitución, denominación, objeto, domicilio, principios y fines .....	17
2.2.3. Órgano de administración del sistema del talento humano.....	18
2.2.4. De los arrendatarios, derechos, obligaciones, prohibiciones y Sanciones.....	27

## **CAPÍTULO III**

<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Materiales y métodos .....	35
3.1.1. Localización y duración de la investigación .....	35
3.1.1.1. Localización .....	35
3.1.1.2. Duración.....	35
3.2. Materiales y Equipos.....	36
3.2.1. Materiales.....	36
3.3 Tipos de Investigación .....	36
3.3.1. De campo.....	36

3.3.2.	Bibliográfica – documental .....	37
3.4.	Métodos de investigación.....	37
3.4.1.	Inductivo.....	37
3.4.2.	Deductivo .....	37
3.4.3.	Analítico .....	37
3.4.3.1.	FODA .....	38
3.5.	Fuentes .....	38
3.5.1.	Primarias.....	38
3.5.2.	Secundarias .....	38
3.5.2.1.	Bibliográfica .....	38
3.5.2.2.	Observación documental .....	38
3.6.	Técnicas e instrumentos de evaluación .....	39
3.6.1.	Encuestas .....	39
3.6.2.	Entrevistas .....	39
3.7.	Población y muestra.....	39
3.7.1.	Población .....	39
3.7.2.	Muestra .....	40
3.8.	Procedimiento metodológico.....	42

## **CAPÍTULO IV**

<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>43</b>	
4.1.	Resultados .....	44
4.1.1.	Diagnóstico situacional de los mercados municipales de la ciudad de Quevedo.....	44
4.1.1.1.	Resultados de la encuesta aplicada a los comerciantes de los mercados municipales.....	44
4.1.1.2.	Análisis e interpretación de resultados de la encuesta aplicada a los usuarios de los mercados municipales .....	51
4.1.1.3.	Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios que laboran en la EPUMEM-Q.....	58
4.1.1.4.	Entrevista al Gerente de la EPUMEM-Q .....	64
4.1.2.	Sistema de Gestión Operativa en los mercados de la ciudad de Quevedo.....	67
4.1.3.	Diseño de modelo de gestión operativa que posibilite calidad	

	de gestión administrativa en EPUMEM-Q .....	70
4.2.	Discusión .....	70

## **CAPÍTULO V**

	<b>PROPUESTA.....</b>	<b>73</b>
5.1	Título de la propuesta .....	74
5.2.	Presentación .....	74
5.3.	Justificación .....	74
5.4.	Objetivos .....	75
5.4.1.	General .....	75
5.4.2.	Específico.....	75
5.5	Misión .....	75
5.6	Visión .....	75
5.7.	Desarrollo del Modelo de Gestión Operativa .....	76

## **CAPÍTULO VI**

	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>84</b>
6.1.	Conclusiones .....	85
6.2.	Recomendaciones .....	85

## **CAPÍTULO VII**

	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>87</b>
7.1	Bibliografía .....	88

## **CAPÍTULO VIII**

	<b>ANEXOS.....</b>	<b>90</b>
--	--------------------	-----------

## ÍNDICE DE CUADROS

Contenido	Página
1. Materiales y equipos .....	36
2. Población a utilizarse en el estudio de campo. ....	40
3. Población total económicamente activa de Quevedo.....	41
4. Muestra obtenida de la población económicamente activa de Quevedo.....	41
5. Población a encuestar .....	42
6. Comunicación entre la empresa y comerciantes.....	44
7. Satisfacción de los comerciantes .....	45
8. Requerimientos de los comerciantes .....	45
9. Higiene y presentación en los productos.....	46
10. Control higiene y presentación de los productos .....	47
11. Sectorización y clasificación de los locales .....	47
12. Seguimiento y control del pago del canon de arrendamiento.....	48
13. Capacitación a los comerciantes.....	49
14. Publicidad de los productos que se expenden .....	49
15. Servicios en un mercado moderno .....	50
16. Ubicación de la oficina de la empresa de mercados .....	51
17. Gerente de la Empresa Pública de Mercados.....	51
18. Confianza al usuarios en los mercados.....	52
19. Trato al usuario .....	53
20. Lista de precios .....	53
21. Higiene y presentación en los productos.....	54
22. Control de peso y medida en los productos .....	55
23. Seguridad en los mercados municipales.....	55
24. Direccionamiento de reclamo o queja .....	56
25. Servicio en los mercados municipales .....	57
26. Compromiso en mejorar los servicios en los mercados municipales ...	58
27. Supervisión del desempeño y cumplimiento de los funcionarios del área operativa .....	58
28. modelo de gestión operativa para un óptimo control.....	59

29.	Formatos control .....	59
30.	Compromiso en solucionar los problemas que se presenten en los mercados municipales .....	60
31.	Capacidad para formular estrategias de control.....	61
32.	Pago de obligaciones .....	61
33.	Calificar la gestión operativa .....	62
34.	Relación entre empresa y comerciante .....	63
35.	Seguridad en los mercados municipales.....	63
36.	Resultados de la entrevista al Gerente .....	64
36A.	Resultados de la entrevista al Gerente .....	65
36B.	Resultados de la entrevista al Gerente .....	66
37.	Tabulación de encuestas a comerciantes mercado nro. 2 y 3 .....	67
38.	Tabulación porcentual de encuestas a usuarios de los mercados municipales.....	68
39.	Tabulación porcentual de encuestas a los funcionarios EPUMEM-Q .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
1. Edificio Quevedo Shopping Center, oficinas de la EPUMEM-Q.....	14
2. Mapa situacional de la EPUMEM-Q.....	35

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
1. Encuestas dirigida a los comerciantes de los mercados municipales.....	91
2. Encuestas dirigida a los usuarios o consumidores de los mercados.....	93
3. Encuestas dirigida a los funcionarios de la EPUMEM-Q.....	95
4. Entrevista dirigida al Gerente de la EPUMEM-Q.....	97
5. Análisis FODA realizado a la EPUMEM-Q.....	98
6. Petición para trabajo investigativo M.I. Municipalidad de Guayaquil .....	99
7. Pago de tasa municipal al M.I. Municipalidad de Guayaquil.....	100
8. Respuesta para trabajo investigativo M.I. Municipalidad de Guayaquil.	101
9. Entrega de Modelo de Gestión Operativa a la EPUMEM-Q.....	102
10. Fotos tomadas durante el desarrollo de la investigación .....	103

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente Tesis de Investigación, tuvo como tema: “Sistema de gestión y mercados municipales, caso de estudio; empresa pública de mercados municipales del cantón Quevedo, año 2013 – 2014”. En donde se emplearon cuestionarios de preguntas para realizar las encuestas que sirvieron para validar la Hipótesis del trabajo, indicando la incidencia en la administración de los mercados al aplicarse el modelo de gestión operativa, como alternativa de solución al problema de la inexistencia de control operativo.

Por lo que, se dispuso de la elaboración de un marco contextual, presentando el problema de investigación, se elaboró un modelo de control operativo, que servirá como guía del desempeño de los funcionarios de esa área. Se formula la problematización con la siguiente interrogante: ¿De qué forma la Empresa Pública de Mercados Municipales incide en la gestión operativa de los mercados municipales, de la ciudad de Quevedo, provincia Los Ríos?

La respuesta a esta interrogante se la midió a través de la metodología de investigación, en sus métodos inductivo, analítico, observación y técnica de encuesta. Para la población de estudio, se dirigió hacia todos los funcionarios, el administrativo y operativo, y la entrevista al gerente de la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo.

Para identificar la situación interna, se les realizó una encuesta a los usuarios y comerciantes, quienes con cuyas respuestas indicaron sus preferencias y rechazos. Lo que permitió elaborar una propuesta adecuada a esas exigencias.

Además, se indica que el impacto de incidencia permite el cumplimiento de la hipótesis, “Al aplicar un eficiente modelo de gestión operativa en la Empresa Pública de Mercados Municipales, incide en mejorar el control de la calidad de los servicios en los mercados municipales del Cantón Quevedo.”

## **ABSTRACT**

This thesis research, had as its theme: "Management system and municipal markets, case study; municipal public company markets Quevedo Canton, year 2013 - 2014 ". Questions where questionnaires were used to conduct the surveys that were used to validate the hypothesis of work, indicating the impact on the management of markets by applying the model of Operational Management, as an alternative solution to the problem of the lack of operational control.

So, he set out to develop a contextual framework, presenting the research problem, a model of operational control, which will guide the performance of officials of the area was developed. Problematization in question is formulated as follows: How the Public Utility Municipal Markets affects the operational management of the Municipal Market, the city of Quevedo, Los Rios province?

The answer to this question is measured by the research methodology in their inductive, analytical, monitoring and survey technique methods. For the study population, she went to all staff, administrative and operational, and interview the Manager of the Public Enterprise of Municipal Markets Quevedo.

To identify the internal situation, they were surveyed users and traders, who with whose responses indicated their likes and dislikes. Allowing an appropriate proposal to develop these requirements.

Also indicated that the impact of incidence enables compliance hypothesis, "By applying an efficient model of operational management in the Public Enterprise of Municipal Markets, will have an impact on improving the quality control of services in the municipal markets of the Canton Quevedo".

**CAPÍTULO I**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1. Introducción**

Cuando aparece la globalización, gracias a la tecnología, se crearon muchos tipos de empresas comercializadoras, que han ofrecido servicios, como la distribución de productos. Las empresas pueden ser de economía privada, mixta y pública. A nivel mundial, es preocupación de los gobernantes dar satisfacción a los contribuyentes, cubriendo las necesidades de ellos con la formación de una organización empresarial que se dedique a hacer papel de centro de distribución.

En Latinoamérica, uno de los exponentes referente de mayor relevancia en la creación de mercados municipales es México, donde crear una empresa de mercado municipal se constituyó en una obligación de la autoridad, por el compromiso social del Estado para con los ciudadanos. En el Ecuador, bajo la norma constitucional se dio paso a la creación mediante ordenanzas las empresas públicas municipales, y estas como tales marcaron un aporte significativo en términos de desarrollo dentro de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

De este marco legal, parte la iniciativa de la creación de la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo, misma que tiene como propósito administrar los mercados municipales, controlando y regulando el manejo y expendio de productos para el consumo público, así como las condiciones sanitarias, lo que les facilita implementar sistemas de gestión para el servicio y control de la administración pública involucrando a cada uno de los funcionarios a servir con eficiencia eficacia y calidez a la población.

La prestación de este servicio público permite a las autoridades municipales participar en el control de los mercados a nivel local, donde exista compromiso entre la administración y comerciantes. Es por ello, que se ha considerado a la Empresa Pública de Mercados Municipales y se le ha dado el tema a la presente tesis: "Sistema de gestión y mercados municipales, caso de estudio;

Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo, año 2013 – 2014”.

### **1.1.1. Planteamiento del problema**

En los países no desarrollados como el Ecuador, la mayoría de los mercados municipales, donde se expende productos de la cadena alimenticia, como cárnicos, lácteos, vegetales, frutas, alimentos elaborados, muestran un inadecuado almacenamiento, presentación, manipulación de los productos, y el deficiente servicio al cliente, todo esto lleva a una incorrecta gestión operativa por parte de la administración de mercados municipales.

La insalubridad, la falta de una campaña eficiente de marketing y publicidad, la recaudación deficiente de los valores por concepto de cobro del alquiler de los locales, total descuido del mantenimiento de las estructuras de los mercados provisionales; descuido del área exterior, ausencia de capacitación a los comerciantes, así como también existe en la ciudad un mercado que aún no empieza a funcionar, ese abandono administrativo se da por falta de gestión.

La Empresa Pública de Mercados Municipales del cantón Quevedo, no tiene definido un plan de acción que permita un mejor control en los mercados municipales para que los comerciantes adjudicatarios de los locales, modernicen la presentación de los productos de primera calidad, y el servicio al público.

El desconocimiento de los factores e indicadores de una buena gestión por parte de la administración de la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo, es el principal problema que se evidencia en el mismo. Además, se puede observar que no existe comunicación entre los funcionarios y los usuarios internos y externos, por lo que se aprecia un servicio deficiente.

Existen deficientes niveles operativos en la administración de la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo, esto origina que no exista la planificación estratégica para la coordinación de los funcionarios del área

operativa que supervisan, los productos que se expenden en los mercados, ferias y, el control de los problemas presentados en las edificaciones de dichos mercados municipales del cantón Quevedo.

### **1.1.2. Formulación del problema**

Por lo anteriormente expuesto se plantea como pregunta general de investigación lo siguiente: ¿De qué forma la Empresa Pública de Mercados Municipales incide en la gestión operativa de los mercados municipales, de la ciudad de Quevedo, provincia Los Ríos?

### **1.1.3. Delimitación del problema**

<b>Área:</b>	Gestión operativa
<b>Objeto de estudio:</b>	Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo
<b>Espacio:</b>	Mercados municipales de Quevedo
<b>Temporal:</b>	Primer cuatrimestre del año 2015

### **1.1.4. Justificación**

La administración pública está al servicio de los ciudadanos y se fundamenta en los principios de la honestidad, participación, eficiencia y transparencia, rendición de cuentas y responsabilidad, con sometimiento pleno a la ley y al derecho, cuyo fin es prestar servicios eficientes y eficaces para satisfacer necesidades y lograr el desarrollo económico, social y cultural de la comunidad.

La relevancia de la gestión pública tiene como sustento que se relaciona con las capacidades que las instituciones tienen para asegurar la calidad de vida y el bienestar continuo. Su relevancia permite situar que sin resultados favorables de la acción, no es posible que los ciudadanos tengan confianza en el mismo.

El modelo de gestión operativa de mercados municipales de Quevedo, tiene por objeto regular, monitorear de forma constante el orden, permitiendo el mejoramiento continuo en salubridad, que los productos se expendan en buen estado, y de esta manera los mercados funcionen bajo una perspectiva profesional.

La propuesta permitirá el crecimiento y desarrollo, con esto se lograra renovar los procesos operativos y en consecuencia mejorar la atención a usuarios internos y externos, y calidad en el servicio de venta, con la ventaja que los mercados municipales están ubicados en el núcleo urbano de Quevedo.

Con el modelo de gestión operativa se espera posicionar a la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo, en innovación y servicio, ser reconocida como una empresa eficiente.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. General**

Analizar el sistema de gestión de la Empresa Pública de Mercados Municipales y su incidencia en la eficiencia operativa de los mercados municipales del cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos.

### **1.2.2. Específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional de los mercados municipales de la ciudad de Quevedo.
- Definir el sistema de gestión operativa en los mercados municipales de la ciudad de Quevedo.
- Diseñar un modelo de gestión operativa que posibilite generar eficiencia y calidad de gestión administrativa en la Empresa Pública de Mercados Municipales del cantón de Quevedo, como alternativa de solución.

## **1.3. Hipótesis**

La aplicación de un eficiente modelo de gestión operativa en la Empresa Pública de Mercados Municipales, incide en mejorar el control de la calidad de los servicios en los mercados municipales del cantón Quevedo.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

## **2.1. Fundamentación teórica**

### **2.1.1. Las empresas públicas**

Empresa cuyo capital, en su totalidad o en su mayoría, es propiedad del Estado, de una Comunidad Autónoma o de una Corporación Local. Tienen también la consideración de empresas públicas las sociedades mercantiles con mayoría de capital privado cuya dirección y control es responsabilidad de los poderes públicos que tienen la facultad legal de nombrar la mayoría de los miembros de su Consejo de Administración (economía48.com, 2015).

Por razones de interés general o bienestar social, la creación de empresas públicas en los diferentes países ha respondido a motivaciones diversas: provisión de bienes y servicios básicos para la sociedad, reforzar o suplir la falta de iniciativa privada en determinados sectores productivos, frenar la entrada de capital extranjero, desarrollar actividades capital-intensivas de elevado contenido tecnológico, resolver problemas a corto plazo no susceptibles de ser resueltos de otro modo, motivaciones ideológicas, etcétera. En la empresa pública se entremezclan dos preocupaciones fundamentales (economía48.com, 2015).

La consecución de los objetivos o propósitos públicos para los que fue creada, y el logro de unos objetivos financieros o de mercado, como correspondería a cualquier empresa privada, y que precisamente por ello a la empresa pública se le dota generalmente de la forma jurídica mercantil (economía48.com, 2015).

La obtención del máximo beneficio o lucro no es, ni nunca lo ha sido, el principal objetivo de la empresa pública. Los fines u objetivos de la empresa

pública se identifican con los del sector público: eficiencia asignatura, estabilidad y pleno empleo, crecimiento económico y redistribución de la renta. La administración de la empresa pública no debe desligarse nunca, sin embargo, del principio del máximo beneficio o lucro, dual del principio de economicidad, que no significa sino la consecución de unos determinados objetivos con el menor sacrificio o coste y que es consustancial con todo quehacer económico-empresarial. En la empresa pública el objetivo del máximo beneficio es un objetivo intermedio, supeditado siempre a la consecución de objetivos superiores (economía48.com, 2015).

### **2.1.2. Las organizaciones**

Las organizaciones son extremadamente heterogéneas y diversas, por tanto, dan lugar a una amplia variedad de tipos de organizaciones. Sin embargo, y luego de revisar literatura especializada en administración y negocios, los principales tipos de organizaciones, clasificados según sus objetivos, estructura y características principales se dividen en: 1) organizaciones según sus fines, 2) organizaciones según su formalidad y 3) organizaciones según su grado de centralización (Chiavenato, 2009) .

#### **2.1.2.1. Organizaciones según sus fines**

Es decir, según el principal motivo que tienen para realizar sus actividades. Estas se dividen en:

- Organizaciones con fines de lucro: Llamadas empresas, tienen como uno de sus principales fines (si no es el único) generar una determinada ganancia o utilidad para su(s) propietario(s) y/o accionistas.
- Organizaciones sin fines de lucro: Se caracterizan por tener como fin cumplir un determinado rol o función en la sociedad sin pretender una ganancia o utilidad (Chiavenato, 2009).

#### **2.1.3. Productos y servicios**

Implica la necesidad de distinguir los productos y servicios ofrecidos, en términos de calidad y atención. Los productos y servicios se parecen cada vez más, gracias a la Tecnología y el conocimiento. La ventaja competitiva consiste en agregar elementos (por ejemplo, calidad y atención) que los diferencien de los productos y servicios de los competidores. La industria automovilística es un buen ejemplo de este tema (Chiavenato, 2009).

#### **2.1.4. Sistema de gestión**

Al sistema de gestión se lo puede definir como un conjunto de etapas unidas en un proceso continuo, que permite trabajar ordenadamente una idea hasta lograr mejoras logrando su continuidad. Comprende cuatro etapas en este proceso, que hacen de este sistema, un ciclo denominado de mejora continua, pues en la medida que el ciclo se repita recurrente y recursivamente, se logrará en cada ciclo, obtener una mejora que hará más eficiente el Sistema. El sistema de gestión es una estructura probada para la gestión y mejora continua de las políticas, los procedimientos y procesos de cualquier organización. Se debe tener en cuenta que las mejores empresas funcionan como unidades completas con una visión compartida. Ello engloba la información compartida, evaluaciones comparativas, trabajo en equipo y un funcionamiento acorde con los más rigurosos principios de calidad, medio ambiente y seguridad (Norma-OHSAS 18001).

#### **2.1.5. Diseño funcional**

Incluye la creación de puestos, equipos y departamentos con base en las actividades especializadas. El agrupamiento funcional de los empleados es la forma de más amplio uso y aceptación de dividir por departamentos. Este diseño presenta ventajas y desventajas. En el lado positivo permite la identificación y asignación clara de responsabilidades y los empleados lo comprenden con facilidad. Las personas que realizan tareas similares y se enfrentan a problemas parecidos trabajan juntas, con lo que incrementan las posibilidades de interacción y respaldo correspondido. Una desventaja es que

el diseño funcional fomenta un punto de vista limitado que centra la atención en un grupo de tareas más estrecho (Hellriegel, 2009).

### **2.1.6. Mercado alimentario**

El mercado alimentario siempre ha sido una pieza estratégica para cualquier economía. La oferta se identifica con una fuente de creación de valor añadido, generación de puestos de trabajo, redistribución de renta y, al mismo tiempo, armazón de actividades que se vinculan con la agricultura, la industria y el sector servicios. Por otra parte, la demanda de este mercado asocia el consumo de alimentos y bebidas con una necesidad básica que se cubre atendiendo a distintos modelos que cuentan con sus correspondientes oportunidades y restricciones ([www.mercadosmunicipales.es](http://www.mercadosmunicipales.es)).

### **2.1.7. Componentes del modelo de gestión**

Existen cuatro macro elementos principales del modelo de gestión:

#### **2.1.7.1. Gestión administrativa**

Tiene como objetivo controlar los fallos administrativos, a través de la implantación de una política apropiada a la actividad y riesgos que deberá ser implementada, documentada y conocida por todos. La política incluirá el compromiso de al menos cumplir la legislación vigente (Alonso, J., 2009).

La organización se hará asignando responsabilidades y creando una estructura en función del tamaño de la empresa que se encargará de mantener y actualizar el sistema de gestión y de su sistema de documentación con profesionales calificados reconocidos por la autoridad competente (Alonso, J., 2009).

Como parte de la planificación se hará un diagnóstico inicial de la gestión administrativa y gestión del talento humano. Los planes tendrán objetivos y metas relevantes, con cronogramas, asignación de recursos económicos, humanos y tecnológicos, estableciendo los procedimientos administrativos, técnicos y de gestión del talento humano. Previo a la implantación del sistema se deberá realizar la respectiva capacitación (Alonso, J., 2009).

La verificación de los estándares del plan y su cumplimiento se realizarán a través de auditorías internas y externas que serán cuantificadas dando atención por igual a los medios y a los resultados con el fin de corregir, ratificar y mejorar si es necesario la planificación dentro del concepto de mejoramiento continuo (Alonso, J., 2009).

#### **2.1.7.2. Gestión técnica**

Tiene como objetivo, prevenir y controlar las fallas técnicas iniciando por la identificación de los factores de riesgo con participación de los trabajadores y, midiendo esos factores por métodos válidos y reconocidos. Los factores de riesgo serán evaluados integralmente considerando valores límites ambientales o biológicos. A los riesgos considerados críticos les serán aplicados controles, a través de actuaciones en cuanto al diseño, fuente, medio de transmisión, receptor (Acosta F., 2009).

Los controles técnicos actuarán sobre el diseño, fuente, transmisión y receptor, y la vigilancia de los riesgos será realizada a través de programas de vigilancia ambiental y biológica de los factores de riesgo que puedan afectar a los trabajadores, incluyendo exámenes médicos de control de carácter específico en función de los factores de riesgo. Una vigilancia especial deberá ser implementada para los trabajadores vulnerables (Acosta F., 2009).

#### **2.1.7.3. Gestión del talento humano**

Tiene como objetivo desarrollar competencias en Seguridad y Salud Ocupacional en todos los niveles de la organización y potenciar el compromiso como requisito para el éxito de la gestión. Esta gestión se basa en atender

aspectos específicos como la selección de personal, la misma que se hará en base a evaluaciones individuales que incluyan los factores de riesgo a los que se expondrá el trabajador. Esta selección deberá garantizar la competencia física y mental del trabajador (David F., 2009).

Igualmente, se debe desarrollar un sistema de información interna y externa que permita dar a conocer al trabajador sus propios factores de riesgo en el trabajo y los de la organización y, hacia el exterior, la gestión de salud y seguridad que desarrolla la empresa (David F., 2009).

La capacitación debe ser prioritaria con énfasis en los riesgos del puesto de trabajo y riesgos generales de la organización, debiendo identificarse su necesidad y efectuar planes y programas que, finalmente deberán evaluarse en cuanto a su eficacia y eficiencia. Para trabajadores de alto riesgo como brigadistas y, otros, deberán ser implementados programas de adiestramiento que deben seguir el mismo esquema citado anteriormente respecto de la capacitación (David F., 2009).

#### **2.1.7.4. Gestión operativa**

El en nivel operativo la principal función es realizar de forma eficaz las tareas que se realizan en la organización. Se realizan tareas rutinarias programadas previamente por el nivel medio o táctico (gestionoperativa.com, 2015).

Los objetivos operativos se derivan directamente de los objetivos tácticos el nivel operativo involucra a cada una de las actividades de la cadena de valor interna, tanto primarias como de apoyo, por lo tanto es posible hablar de gestión de aprovisionamiento gestión de la producción gestión de distribución, gestión de servicios. La gestión operativa es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido (gestionoperativa.com, 2015).

### **2.1.8. Cantón Quevedo**

Quevedo es una ciudad ecuatoriana ubicada al centro del país, su actividad económica principal es la agropecuaria. Es la cabecera cantonal y la ciudad más grande y poblada de la Provincia de Los Ríos, entregando divisas por la exportación de sus productos agrícolas como: Banano, café, cacao, palo de balsa, caucho, palma africana, frutales, soya, maíz, entre otros (viajando.com, 2015).

Su población está formada por gente de distintos lugares del país predominando también una alta población de ciudadanos chinos que se afincaron en el lugar a principios del siglo XX lo que le da una característica especial por sus vistosos almacenes y restaurantes de la colonia del país asiático (detalles.ec, 2015).

Fecha de cantonización: el 7 de Octubre de 1943

Población: 173.575 hab.

Área: 302,8 km<sup>2</sup>

Localización: Se encuentra ubicada a 1°20'30'' de latitud sur y los 79°28'30'' de longitud occidental, en una zona subtropical.

Está limitada al norte por los cantones: Buena Fe y Valencia; al sur el cantón Mocache; al este los cantones Ventanas y Quinsaloma; al oeste el cantón El Empalme (provincia del Guayas). Se encuentra en el centro de la región Litoral a 74 metros sobre el nivel del mar, pertenece a la provincia de Los Ríos y es catalogada como la quinta ciudad en importancia del país, presenta un clima tropical húmedo, con una temperatura media de 24° C (lahora.com.ec, 2015).

Tiene nueve parroquias urbanas: San José, San Camilo, San Cristóbal, Venus del río Quevedo, Nicolás Infante Díaz, Guayacán, Siete de Octubre, 24 de Mayo y Viva Alfaro; y dos parroquias rurales: San Carlos y La Esperanza (lahora.com.ec, 2015).

### **2.1.9. Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo**

**Empresa:** EMPRESA PUBLICA DE MERCADOS MUNICIPALES DEL CANTÓN QUEVEDO

**Siglas:** EPUMEM-Q

**Provincia:** Los Ríos

**Cantón:** Quevedo

**Parroquia:** Quevedo

**Teléfono:** 05-2761331

**RUC:** 126004567001

**Dirección:** Av. 7 de Octubre y Séptima, altos del Quevedo Shopping Center

**Creación base legal:** Fue creada mediante Ordenanza de Constitución, discutida y aprobada por el I. Concejo Cantonal de Quevedo en Sesiones Ordinarias celebradas el tres de abril del dos mil trece; y diecisiete de mayo del dos mil trece, en primero y segundo debate, respectivamente, de conformidad con lo que establece el Art. 322 del Código Orgánico Territorial, Autonomía y Descentralización (Ordenanza Constitución, 2013).

Sancionada y promulgada LA ORDENANZA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE MERCADOS MUNICIPALES DEL CANTÓN QUEVEDO el veintitrés de mayo del dos mil trece (Ordenanza Constitución, 2013).

**Figura 1.** Edificio Quevedo Shopping Center, oficinas de la EPUMEM-Q.



**Fuente:** Mapa.net (google)  
**Elaborada por:** La Autora

## **2.2. Fundamentación legal**

### **2.2.1. Constitución de la República del Ecuador (2008)**

Según la constitución política del Ecuador vigente del año 2008 en su Sección novena, Personas usuarias y consumidoras, artículos 52, 53, 54, 55 y el 85 del Capítulo Segundo expresan los derechos:

Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.
2. Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de las políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, la política o prestación deberá reformularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflicto.
3. El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos.

En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Las empresas públicas son entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la República, personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria,

financiera, económica, administrativa y de gestión. Estarán destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y en general al desarrollo de actividades económicas que corresponden al Estado.

Las empresas subsidiarias son sociedades mercantiles de economía mixta creadas por la empresa pública, en las que el Estado o sus instituciones tengan la mayoría accionaria. Las empresas filiales son sucursales de la empresa pública matriz que estarán administradas; por un gerente, creadas para desarrollar actividades o prestar servicios de manera descentralizada y desconcentrada (Ley Orgánica de Empresas Públicas, 2009).

Las Agencias y Unidades de Negocio son áreas administrativo -operativas de la empresa pública, dirigidas por un administrador con poder especial para el cumplimiento de las atribuciones que le sean conferidas por el representante legal de la referida empresa, que no gozan de personería jurídica propia y que se establecen para desarrollar actividades o prestar servicios de manera descentralizada y desconcentrada (Ley Orgánica de Empresas Públicas, 2009).

### **2.2.2. Constitución, denominación, objeto, domicilio, principios y fines**

**Art. 1.- Constitución.-** Crease la Empresa Pública de Mercados Municipales del cantón Quevedo “EPUMEM-Q” con personería jurídica de derecho público, patrimonio propio, autonomía administrativa, financiera y de gestión. La Empresa se regirá por la Constitución de la República, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, la Ley Orgánica de Empresas Públicas, por esta Ordenanza, su Reglamento y demás formas del régimen administrativo, financiero público que le fuere aplicable.

La Empresa Pública de Mercados Municipales del cantón Quevedo, tiene como objetivo regular y controlar la calidad, elaboración, manejo y expendio de productos no procesados y procesados alimenticios para el consumo público, así como el funcionamiento y condiciones sanitarias del establecimiento y locales destinados a procesarlos y expendierlos. Se encargará además de

impulsar la prestación de servicios de ferias libres y afines o complementarias con actividades de la Empresa.

También tiene como objetivo construir o edificar en los terrenos asignados para estos fines y que forman parte del patrimonio de esta Empresa: mercados, mini bahías, etc. con recursos propios o mediante financiamiento; para la consecución de este objetivo se asociará o realizará convenios o contratos con empresas o asociaciones de carácter privado o público, que persigan estos mismos fines y que no conlleven fines de lucro. Pero, por sobre todo tiene como objetivo garantizar la prestación de los servicios de cada uno de los mercados remodelados, recién construidos, bajo los niveles de eficiencia, operativos, comerciales, organizacionales y financieros, que permitan su sostenibilidad y el fiel cumplimiento de sus obligaciones financieras respecto a las inversiones realizadas para la construcción de la infraestructura. (Ordenanza Constitución, 2013).

### **2.2.3. Órgano de administración del sistema del talento humano**

En la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo EPUMEM-Q., de conformidad a lo establecido en el artículo 16 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, la administración del talento humano le corresponde al Gerente General o a quién éste delegue expresamente (Orgánico Funcional, 2013).

**Integración del directorio.-** El directorio de la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo EPUMEM-Q., estará integrado por:

1. Alcalde, quien presidirá el directorio o su delegado, el cual deberá ser un Concejal o Concejala en funciones del GAD Municipal del cantón Quevedo;
2. Un Concejal o Concejala principal, nombrado por el Concejo municipal, quien subrogará al presidente del directorio en su ausencia;
3. Un Concejal o Concejala que presida la Comisión de vía pública;
4. Un Concejal o Concejala que presida la Comisión de control general de precios pesas y medidas;

5. Un o una representante de los arrendatarios de los mercados municipales y ferias libres designados dentro de las asociaciones o gremios de los arrendatarios. El mismo que será nombrado en asamblea de los arrendatarios, quien para ocupar o desempeñar ese cargo deberá estar al día en el pago de los cánones de arrendamiento, en el servicio de energía eléctrica y no adeudar ningún valor por los servicios que presta el GAD Municipal de Quevedo.

➤ **Gerente**

Asegurar una gestión empresarial, administrativa, económica, financiera, técnica y operativa eficiente y eficaz mediante la aplicación de políticas, normas y estrategias que permitan el logro de la misión y objetivos de la empresa.

**Atribuciones y responsabilidades.-**

Las establecidas en el Art. 11 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas.

1. Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa pública.
2. Cumplir y hacer cumplir la ley, reglamentos y demás normativas aplicables, incluidas las resoluciones emitidas por el directorio.
3. Suscribir alianzas estratégicas aprobadas por el directorio.
4. Administrar la empresa pública, velar por su eficiencia empresarial e informar al directorio trimestralmente o cuando sea solicitado por este, sobre los resultados de la gestión, de aplicación de las políticas y de los resultados de los planes, proyectos y presupuesto, en ejecución o ya ejecutados.
5. Presentar al directorio las memorias anuales de la empresa pública y los estados financieros.
6. Preparar para conocimiento y aprobación del directorio el plan general de negocio, expansión e inversión y el presupuesto general de la empresa pública.

7. Aprobar el plan anual de contrataciones (PAC) en los plazos y formas previstos en la ley.
8. Aprobar y modificar los reglamentos internos que requiera la empresa, excepto el señalado en el número 8 del artículo 9 de esta ley.
9. Iniciar, continuar, decidir y transigir en procesos judiciales y en los procedimientos alternativos de solución de conflictos, de conformidad con la ley y los montos establecidos por el directorio. El gerente procurará utilizar dichos procedimientos alternativos antes de iniciar un proceso judicial, en todo lo que sea materia transigible.
10. Designar a un gerente general subrogante.
11. Resolver sobre la creación de agencias y unidades de negocio.
12. Designar y sustituir a los gerentes de sucursales, agencias, filiales o unidades de negocio.
13. Nombrar, contratar y sustituir al talento humano no señalado en el numeral que antecede, respetando la normativa aplicable.
14. Otorgar poderes especiales para el cumplimiento de las atribuciones de los administradores de agencias o unidades de negocios, observando para el efecto las disposiciones de su reglamentación interna.
15. Promover e impulsar proyectos de mejora e innovación institucional;
16. Promover, implementar y articular políticas sobre administración de los recursos.
17. Adoptar e implementar las decisiones comerciales que permitan la venta de productos o servicios para atender las necesidades de los usuarios y del mercado en general, para lo cual podrá establecer condiciones comerciales específicas y estrategias de negocios competitivas.
18. Validar los proyectos de políticas, normas e instrumentos para el levantamiento, diseño y mejoramiento de procesos institucionales, definición y medición de indicadores de gestión;
19. Ejercer la jurisdicción coactiva en forma directa o a través de su delegado.
20. Actuar como secretario del directorio.
21. Asesorar al directorio y asistir a sus sesiones con voz informativa.
22. Coordinar con la alcaldía de Quevedo para el seguimiento y aplicación de las políticas de mejora de eficiencia, eficacia, calidad, de la gestión de cambio e innovación de la empresa;

23. Las demás que le asigne esta ley, su reglamento general, ordenanza de creación y las normas internas de la empresa.

➤ **Contador**

Responsabilizarse por el registro apropiado de las transacciones que realiza la empresa, llevando las cuentas de acuerdo a estándares aprobados y buenas prácticas; y brindar información contable mediante registros y estados financieros que reflejen la situación financiera de EPUMEM-Q.

**Atribuciones y responsabilidades**

1. Registros contables;
2. Estados financieros y notas aclaratorias;
3. Inventario de bienes muebles e inmuebles valorados;
4. Liquidación de dietas;
5. Informe de liquidaciones de cuentas por pagar;
6. Pago de remuneraciones;
7. Preparar la proforma presupuestaria para cada ejercicio económico;
8. Responder solidariamente con el tesorero del manejo de los fondos, ante el organismo que le designó;
9. Elaborar pagos para obligaciones tributarias ante el SRI.
10. Elaborar el flujo de caja y administrar caja chica.
11. Realizar el control de las transferencias por recaudaciones y movimientos de las cuentas corrientes asignadas a la empresa.
12. Elaborar los balances e informes trimestrales de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados y presentar al organismo que le designo cuando sean requeridos;
13. Mantener actualizado el inventario de los bienes muebles y los registros de los inmuebles de propiedad de EPUMEM-Q, y de sus unidades de negocios;
14. Realizar la custodia de la documentación negociable.
15. Determinar los valores a cancelarse en concepto de impuestos, tasas, contribuciones y otros, observando la normativa legal; y,

16. Cumplir con las demás funciones que le fueren señaladas por la gerencia general o coordinador de área y las que establezca los organismos de control correspondiente.

➤ **Tesorero y recaudación**

Propender al cumplimiento de la normativa vigente emitida por los diferentes organismos de control, relacionados con los recursos, precautelando el correcto uso de los mismos.

**Atribuciones y responsabilidades**

1. Programación de caja;
2. Registro de gastos de la ejecución presupuestaria para pagos;
3. Gestión de pagos;
4. Rendición y liquidación de fondos;
5. Declaración de impuestos y anexos;
6. Efectuar los egresos y recibir los ingresos, debidamente justificados, sea facturas o comprobantes y recaudar con la debida diligencia los fondos asignados;
7. Registrar y controlar los pagos, para la aplicación del PPC (Programa Periódico de Caja)
8. Realizar el registro y la contabilización de manera oportuna y documentada de los depósitos realizados por los estudiante, y/o usuarios en la cuenta de la empresa y llevar un registro diario de dichos depósitos;
9. Llevar el registro de creación, reposición y liquidación del fondo fijo de caja chica;
10. Controlar y realizar recaudaciones y control del personal que realiza esta actividad y elaborar informe mensuales;
11. Efectuar los egresos y suscribir los comprobantes de pago y cheques conjuntamente con los funcionarios mandados a intervenir de EPUMEM-Q, enmarcado en las normas legales;
12. Presentar mensualmente al contador de EPUMEM-Q, los informes del movimiento económico financiero;

13. Controlar los recaudadores de la empresa;
14. Cumplir con las demás funciones que le fueren emanadas por el gerente o el coordinador de la unidad.

➤ **Técnico compras públicas**

Coordinar y supervisar los procesos y las actividades de compras de enseres, consultorías, servicios, suministros de oficinas y equipos de oficina de buena calidad a costos favorables para la empresa, y con estricta sujeción a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

**Atribuciones y responsabilidades**

1. Plan anual de compras;
2. Compras por catálogo de bienes y servicios;
3. Subasta inversa electrónica;
4. Licitación;
5. Cotización en línea y/o físicas que requiera según las necesidades de la empresa;
6. Compras de menor cuantía bienes y/o servicios;
7. Compras de menor cuantía obras;
8. Manejo de portal de compras públicas;
9. Requerimientos de suministros y demás necesidades;
10. Informe de compras y;
11. Demás que delegue el gerente.

➤ **Técnico administrativo**

Controlar los procesos administrativos relacionados con el apoyo logístico y la dotación de recursos materiales y otros servicios generales, demandados por los clientes internos de la empresa para la generación de productos y servicios públicos.

**Atribuciones y responsabilidades**

1. Salvoconductos;
2. Control y distribución de actividades administrativos y secretarias;
3. Ingreso y control de documentación y archivo;
4. Organización, conservación, transferencia y custodia de documentos;
5. Responsable del archivo en general en forma física y/o digital de la empresa;
6. Programar y controlar limpieza oficinas
7. Elaborar listado de suministros de limpieza;
8. Administrar los contratos de servicios de alimentación y guardianías elaborar informes mensuales para pago;
9. Controlar los guardias en los diferentes establecimientos;
10. Controlar el parque automotor y elaborar informe de novedades;
11. Plan de mantenimiento del parque automotor;
12. Matriculación del parque automotor y;
13. Gestionar los pagos de servicios básicos
14. Las que designe el coordinador de la unidad.

➤ **Supervisión de operación y mantenimiento de establecimiento y locales**

Responsabilizarse de la planificación, supervisión y control de los procesos de mantenimiento correctivo, preventivo y predictivo de los mercados y centro comerciales; velando por el buen estado, de los equipos, instalaciones y sistemas. Supervisar, controlar y ejecutar la operación técnica de los establecimientos, a fin de garantizar, al público en general una óptima, y confiable seguridad, en los mercados y centros comerciales, dentro de los parámetros y metas establecidas.

**Atribuciones y responsabilidades**

1. Elaborar el plan operativo anual del área;
2. Elaborar plan de mantenimiento eléctrico en cada uno de los establecimientos;

3. Elaborar plan de mantenimiento de climatización en cada uno de los establecimientos;
4. Elaborar cronogramas de mantenimiento;
5. Elaborar plan de mantenimiento de sistemas contra incendios en cada uno del establecimiento;
6. Plan de mantenimiento del sistema de agua potable en cada uno de los establecimientos;
7. Elaborar plan de mantenimiento sanitario en cada uno de los establecimientos;
8. Supervisar la operatividad de los establecimientos y elaborar informes;
9. Elaborar y plantear proyectos de mejoras a los establecimientos;
10. Plan de pintura a los establecimientos;
11. Elaborar proyectos de videos cámaras para establecimientos;
12. Plan de mantenimientos de ascensores;
13. Llevar un control de los activos a su cargo;
14. Participar en la selección y propuesta de proveedores;
15. Supervisar los trabajos de mantenimiento y elaborar informes para pagos;
16. Proyectos de señalización de los establecimientos;
17. Elaborar simulacros en cada uno de los establecimientos;
18. Elaborar términos de referencias para mantenimientos;
19. Las demás atribuciones y deberes contemplados en las leyes y reglamentos y ordenanzas pertinentes.

➤ **Inspector**

**Atribuciones y responsabilidades**

1. Cumplir y hacer cumplir el reglamento y ordenanza respectiva.
2. Controlar que los comerciantes se encuentran al día en los pagos por la utilización de los locales adjudicados.
3. Vigilar que los locales de los mercados expendan únicamente los productos, con el cual está registrado.
4. Controlar que los locales de los mercados se conserven en perfecto estado de servicio, manteniendo el aseo y las normas de control sanitario.

5. Verificar que los locales de los mercados no permanezcan abandonados.
6. Controlar que se utilicen pesas y medidas exactas de acuerdo con las disposiciones legales y que las mantengan visibles al público. Además controlará que se exhiban los precios de los artículos de acuerdo al reglamento establecido.
7. Controlar que los arrendatarios atiendan al público de manera cortés y adecuado.
8. Verificar que los comerciantes tengan los permisos de funcionamiento municipal y sanitario actualizados.
9. Comunicar al supervisor del mercado cualquier irregularidad que observe en el comportamiento de los arrendatarios y sus dependientes.
10. Presentar al supervisor informes diarios de sus gestiones y mensualmente de todas sus actividades desarrolladas al gerente de la EPUMEM-Q.

➤ **Auxiliar de servicios generales**

Mantener en condiciones adecuadas las diferentes áreas de trabajo, en lo relacionado a las actividades de limpieza, orden seguridad y mantenimiento de edificios y sus instalaciones; y ejecutar actividades de mensajería.

**Atribuciones y responsabilidades**

1. Realizar la limpieza, mantenimiento y cuidado de las instalaciones asignadas, mediante la utilización de las herramientas y equipos propios de esta actividad.
2. Receptar, ordena y distribuye correspondencia en general en las diferentes unidades administrativas y oficinas de la empresa.
3. Realizar compras menores de suministros y materiales de oficina.
4. Guiar e informar al público en asuntos relacionados con el horario de atención.
5. Apoyar en el traslado y buen uso de bienes muebles, materiales de oficina y equipos en general.
6. Apoyar en el traslado y buen uso de bienes muebles, materiales de oficina y equipos en general.

7. Realizar actividades de mensajerías.
8. Realizar recaudaciones y entrega de citaciones a los comerciantes.
9. Mantener las áreas verdes de las instalaciones.

#### **2.2.4. De los arrendatarios, derechos, obligaciones, prohibiciones y sanciones.**

Denomínese arrendatario al vendedor que ocupa un área determinada de los mercados municipales y que se localizará de acuerdo al plano existente para el efecto.

La persona que aspire a ocupar un local disponible, deberá cumplir lo que se establece para el efecto de la ordenanza que regula los mercados.

La persona solicitante no podrá usar más de un local de venta en los mercados municipales, lo cual será verificado por la gerencia de EPUMEM-Q.

**De los derechos.-** Los arrendatarios tienen los siguientes derechos:

1. Ejercer sus actividades comerciales con absoluta libertad, con sujeción a las leyes y ordenanza municipal.
2. Ser tomados en cuenta en los actos cívicos y culturales;
3. Ser atendidos oportunamente en los requerimientos que sean factibles.
4. Recibir cursos de capacitación, inherentes a su actividad.
5. Ser informados oportunamente con cualquier resolución que a ellos le compete, a través de la EPUMEM-Q;
6. Denuncian por escrito ante el Alcalde, cualquier irregularidad y abuso cometido por el personal encargado de la administración de los mercados municipales.

**De las obligaciones de los arrendatarios:**

1. Exender en sus puestos exclusivamente la clase de productos que fueron reportados en la solicitud para la concesión del local y aprobados por EPUMEM-Q.
2. Permanecer en el local durante el horario establecido de funcionamiento del mercado; salvo el caso de calamidad doméstica o fuerza mayor comprobado, previo conocimiento del supervisor.
3. Notificar al gerente la entrega del local en caso de ausencia definitiva o en caso de enfermedad y calamidad doméstica.
4. Permitir a funcionarios legalmente autorizados, la inspección de actividades, el control de calidades, pesas o medidas y el control sanitario en cualquier momento que fuese necesario.
5. Mantener con el público y sus compañeros de trabajo la debida atención y cortesía usando buenos modales y lenguaje apropiado.
6. Comunicar al supervisor de los mercados municipales cualquier irregularidad que observe entre los arrendatarios o en el comportamiento de los colaboradores municipales o de los usuarios.
7. Exhibir en un lugar visible, copia legible del contrato de arrendamiento.
8. Mantener claramente visible e identificables para el público los precios de los artículos, en rotulación que se colocará frente a cada producto de acuerdo con el modelo aprobado por la administración.
9. Exender su producto de tal manera que durante su jornada, no existan en la zona de circulación y fuera de los límites de los puestos asignados, cualquier mueble, objeto o implemento inherente a la actividad comercial que realicen.
10. Utilizar únicamente el mobiliario autorizado para cada puesto, según el giro de producto.
11. Pagar el canon arrendaticio y/o tasa mensual, según corresponda, conforme queda ya señalado en el contrato respectiva, en forma anticipada hasta los primeros diez días de cada mes.
12. Mantener buena presentación en sus locales, una esmerada limpieza en los frentes y techos de los mismos y las alimentaciones, con las debidas condiciones de higiene y salubridad.

- 13.** Utilizar las pesas y medidas exactas, de acuerdo a las disposiciones legales y municipales que serán debidamente controladas por la Comisaría Municipal competente.
- 14.** Ingresar las mercancías a través de los lugares y corredores habilitados en los horarios establecidos para aquello;
- 15.** Permitir a las autoridades municipales, de salud y/o policía municipal o nacional, la inspección de sus locales o puestos de trabajo, en el momento que así lo creyeren conveniente y sin que exista previo aviso.
- 16.** Moderar el volumen de los aparatos musicales instalados en el interior de sus locales, cuando los utilicen.
- 17.** Cubrir los gastos por daños y deterioros causados en el local arrendado;
- 18.** Tener un recipiente en su sitio de trabajo en el que se coloque la basura generada por la actividad que allí realiza y, al final del día de trabajo, dejar totalmente limpio el sitio interior, así como también el respectivo frente de los locales.
- 19.** Informar a la gerencia de EPUMEM-Q por lo menos con quince días de anticipación, su deseo de dar por terminado el contrato de arrendamiento;
- 20.** Asistir a las reuniones de trabajo, mingas de limpieza, cursos de capacitación y otras actividades convocadas por el EPUMEM-Q.
- 21.** Responder por las acciones u omisiones de sus colaboradores;
- 22.** No propiciar la especulación de precios de los productos.
- 23.** Pagar oportunamente la patente municipal.
- 24.** Sujetarse a los precios autorizados para el expendio de sus productos y exhibir la respectiva tabla de precios determinados por las autoridades municipales o de la policía;
- 25.** Actualizar anualmente los requisitos y certificados para la ocupación de locales en los mercados.
- 26.** Realizar su actividad debidamente uniformado(a), es decir utilizando una capelo y/o delantal, en los casos que así lo ameriten.
- 27.** Cada arrendatario tendrá la obligación de colocar en su local un extinguidor portable; para casos de incendio; el mismo que deberá ser recargado periódicamente.

28. La seguridad total y la limpieza de los mercados municipales, serán auto gestionadas y financiadas por los arrendatarios, para lo cual se suscribirán los correspondientes convenios.
29. Instalar una báscula y una balanza, en un lugar visible; a fin de comprobar los proceso de los productos que se venden en los mercados.
30. Los arrendatarios pagarán mensualmente el consumo de la energía eléctrica de los locales que arrendaren.
31. El horario de atención al público en general, será de lunes a domingo de 7:00 a 18:00 horas ininterrumpidamente.

### **Del uso de uniformes**

El arrendatario(a) deberán asistir diariamente, a sus locales, correctamente uniformados, en perfecto estado de limpieza e higiene, utilizando el vestuario determinado por la EPUMEM-Q, de la siguiente forma:

Para el área destinada a comercializar productos de primera necesidad tales como: productos cárnicos, lácteos, legumbres, frutas, hortalizas y abarrotes en general:

1. Uniforme del color que se hubiere establecido de mutuo acuerdo por su giro comercial, con inscripción, según el modelo proporcionado por la EPUMEM-Q;
2. Zapatos negros tipo mocasín o de cordón
3. Cabello totalmente recogido.
4. No se permitirá cambio de colores y modelos sin previa autorización de la EPUMEM-Q.

### **De los horarios**

1. El horario de atención al público en general, para el área donde comercializan productos de primera necesidad tales como: productos cárnicos, lácteos, legumbres, frutas, hortalizas y abarrotes en general será de lunes a domingo de 7:00 a 18:00 horas ininterrumpidamente, incluyendo

días festivos y feriados, excepto el día domingo en que el que se procederá a cerrar a las 17:00 horas.

2. El horario de atención en general, para el área donde comercializan todo tipo de mercaderías como son los de bisutería, cosméticos, telas, artesanías; servicios de peluquería, gabinetes de belleza, joyería, etc., será de lunes a domingo de 8:00 a 19:00 horas ininterrumpidamente, incluyendo días festivos y feriados, excepto el día domingo en el que procederá a cerrar a las 18:00 horas.
3. Las actividades de carga y descarga de productos para el abastecimiento de los puestos se realizarán desde las 4:00 horas hasta las 7:00 horas, periodo dentro del cual los usuarios o arrendatarios prepararán sus productos y ordenarán sus locales de venta.
4. Queda terminantemente prohibido cerrar las puertas del mercado arbitrariamente e impedir el desenvolvimiento normal de sus actividades.
5. Durante las horas destinadas para los procesos de carga y descarga se permitirá, en las zonas aledañas a las puertas principales del mercado, debiendo retirarse tan pronto hayan concluido su acción en un plazo máximo de 30 minutos.
6. Las zonas en las que se deposite mercancías deberán quedar desocupadas con la mayor rapidez posible

### **De las prohibiciones**

#### **Los arrendatarios están prohibidos de:**

1. Conservar temporal o permanentemente cualquier tipo de explosivos, materiales inflamables o quemar desechos y/o basura en el interior del edificio.
2. Sobornar a los empleados de la EPUMEM-Q hacerles rebajas o beneficios especiales para inclinarlos a su favor.
3. Instalar cocinetas, reverberos o braceros en puestos que no requieren de este equipo dado la naturaleza del negocio.
4. Protagonizar actos escandalosos y agredir física y verbalmente a los compañeros de trabajo, funcionario del mercado, proveedores y usuarios.

5. Utilizar para fines publicitarios, aparatos y equipos que produzcan sonidos estridentes, así como también hacer uso de gritos o cualquier otro mecanismo que atente contra el usuario.
6. Exhibir propaganda o carteles con fines publicitarios o políticos en las instalaciones de los mercados.
7. Estación vehículos más de 30 minutos en los alrededores de los mercados, ya que solo es de carga y descarga de los productos.
8. Provocar algarazas, griteríos y escándalos que alteren el orden público;
9. Ingerir, introducir o vender bebidas alcohólicas para su consumo o de terceros dentro del mercado;
10. Instalar toldos, rótulos, tarimas, cajones, canastos y cualquier otro objeto que deforme los puestos, obstruya puertas y pasillos, obstaculice el tránsito del público o impida la visibilidad.
11. Lavar y preparar los productos y utensilios de uso común
12. Realizar o introducir mejoras en los almacenes sin previa autorización del departamento municipal competente,
13. Utilizar los puestos y locales para fin distinto al autorizado
14. Arrojar basura fuera de los depósitos destinado para este propósito;
15. Portar cualquier tipo de armas y materiales explosivos dentro de los locales, sin el permiso respectivo.
16. Usar pesas y medidas que no están aferidas oficialmente.
17. Criar o mantener en el local animales domésticos o cualquier tipo de mascotas;
18. Ejercer el comercio en estado de ebriedad;
19. La presencia permanente de niños lactantes y de corta edad en los locales y áreas comunales;
20. Obstaculizar con cualquier objeto las zonas destinadas para pasillos;
21. Mantener un comportamiento hostil con los demás arrendatarios o clientes que visiten sus negocios;
22. Vender de una manera ambulante en los mercados;
23. Mantener cerrado el local sin justificativo alguno;
24. Tomarse a la fuerza las instalaciones del mercado e impedir el libre ingreso a los usuarios.
25. Pernoctar en el lugar de trabajo.

26. Vender mercadería productos que no estén autorizados por la EPUMEM-Q, salubridad y la Comisaría Municipal, además aquella que no están permitidos por la ley.
27. Deteriorar el local asignado y/o colocar anuncios que no sean autorizados.
28. Vender, poseer o conservar artículos o mercaderías que sean producto de acción ilícita.
29. Subarrendar o transferir el local.
30. Abandonar el local o puesto de trabajo sin la notificación a la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo, caso de hacerlo quedará insubsistente la adjudicación, o se dará por terminado el contrato de arrendamiento según corresponda el caso.
31. Arrojar basura o agua en pasillos, zonas de circulación y comunitarias, para lo cual se debe mantener la basura en recipientes tapados con funda plástica y clasificada por separado en degradables y depositarlos en tachos negros para los degradables y depositarlos en tachos negros para los degradables y verde para los no degradables
32. Descuidar el área utilizada en ejercicio de labores, una vez finalizada su jornada de actividades quede en estado insalubre.
33. Instalar máquinas de juegos o similares.
34. Queda terminantemente prohibido en los mercados municipales la extorsión y usura. De encontrarse esta infracción la EPUMEM-Q solicitará al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, proceda a suspender el permiso de funcionamiento.

### **De la conservación de los alimentos.-**

Según el riesgo epidemiológico los alimentos se dividen en alto, mediano y bajo riesgo, por lo que deberán ser manejados, expuestos y expendidos adecuadamente y debe mostrar una imagen permanente de higiene, orden y limpieza.

Los alimentos que se expenderán en el mercado serán aptos para el consumo humano y deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Serán limpios
- Organolépticamente agradables (olor, sabor y textura)
- Libre de sustancias químicas, físicas, extrañas y microorganismos patógenos y sus toxinas.
- Exhibir registro sanitario actualizado.

En los casos comprobados de que los alimentos no reúnan los requisitos establecidos en este capítulo y sean nocivos para la salud pública, éstos serán decomisados y destruidos (EPUMEM-Q).

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

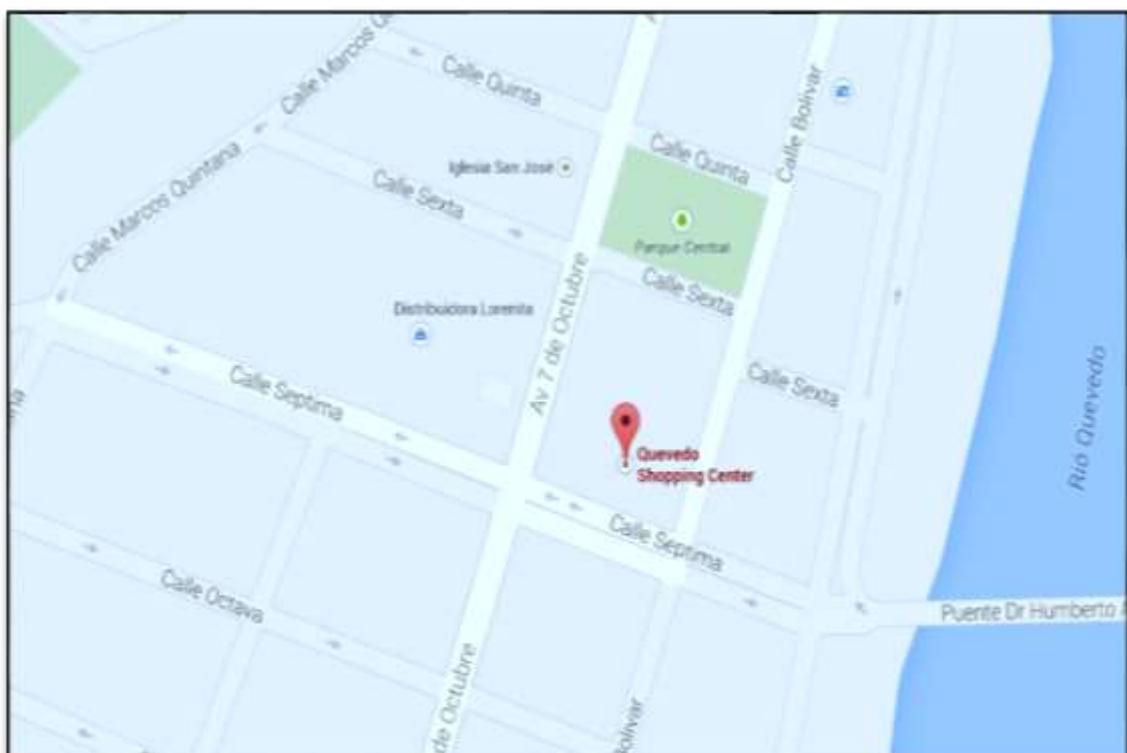
## 3.1. Materiales y métodos

### 3.1.1. Localización y duración de la investigación

#### 3.1.1.1. Localización

El presente trabajo se realizó en la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, cuya situación geográfica es de 2°3'18" de latitud sur y 88°25'24" de longitud oeste, a una altura de 198 msnm.

**Figura 2:** Mapa situacional de la EPUMEM-Q



**Fuente:** Mapa.net (google)  
**Elaborado por:** La Autora

### 3.1.1.2. Duración

La investigación de la presente tesis tuvo una duración de 120 días. Durante los cuales se obtuvo la suficiente información para llegar a la ejecución de los objetivos específicos, y a su vez para la elaboración de la propuesta.

## 3.2. Materiales y equipos

### 3.2.1. Materiales

Para el proceso de investigación se utilizaron los siguientes materiales:

Cuadro 1. Materiales y equipos

Ítems	Cantidad	Material y Equipo
<b>Materiales</b>		
1	10	Resma de hojas
2	1	Agenda
3	50	Esferos
4	50	Lápiz
5	505	Xerocopias
<b>Equipos</b>		
6	1	Equipo de computación
7	1	Impresora
8	1	Cámara fotográfica
9	50	Horas de internet
10	1	Calculadora
11	5	CD`s
12	2	USB

**Fuente:** Trabajo Investigativo  
**Elaborado por:** La Autora

### **3.3 Tipos de investigación**

#### **3.3.1. De campo**

Este tipo de investigación se lo realizó en las instalaciones de la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo, implementando encuestas y entrevistas a funcionario de la misma, además se relocalizaron encuestas a los comerciantes en las instalaciones de los mercados municipales Nro. 2 y 3, así como a usuarios de los mercados con el fin de responder los objetivos del presente estudio.

#### **3.3.2. Bibliográfica – documental**

Con la aplicación de este tipo de investigación permitió extraer información teórica referente al objeto de estudio, a través de libros, módulo, folletos, manuales, guías, internet, y otros documentos, considerando la aplicación de las normas APA.

### **3.4. Métodos de investigación**

Para plasmar el desarrollo de la investigación se utilizó los siguientes métodos:

#### **3.4.1. Inductivo**

Se utilizó con el fin de observar las causas y efectos particulares y llegar a sacar una conclusión, sobre la manera que influye un modelo de gestión en la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo.

#### **3.4.2. Deductivo**

Este permitió identificar y alcanzar los objetivos del presente estudio, como el diagnóstico previo de la situación actual de la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo.

### **3.4.3. Analítico**

Este método permitió analizar la información primaria y secundaria, recopilada con el fin de alcanzar los objetivos planteados y comprobar la hipótesis. El análisis de los resultados obtenidos a través del estudio de campo, determinar la deficiente gestión operativa en la Empresa de Mercados Municipales del Cantón Quevedo.

#### **3.4.3.1. FODA**

También se realizó el análisis FODA, mismo que fue de gran utilidad para poder entender la situación interna y externa de la empresa.

## **3.5. Fuentes**

### **3.5.1. Primarias**

**Observación directa:** En el proceso investigativo permitió estar en contacto con funcionarios de la Empresa Pública de Mercados, comerciantes y usuarios de los mercados municipales, tomando como referencia la visita al mercado de Sauces IX de la ciudad de Guayaquil.

**Entrevista:** La información que se obtuvo a través del diálogo con el Ing. Yaco Verduga León, Gerente de la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo.

**Encuesta:** Realizada a los funcionarios de la EPUMEM-Q, comerciantes y usuarios de los mercados municipales, permitió establecer la demanda por la necesidad de un modelo de gestión operativa por parte de la población objeto de estudio.

### **3.5.2. Secundarias**

#### **3.5.2.1. Bibliográfica**

Se acudió a libros, revistas, páginas web, tesis de grado, para realizar las consultas necesarias como fuentes de información.

### **3.5.2.2. Observación documental**

Se analizaron documentos referentes a información específica de la empresa de mercados e información solicitada al departamento de Aseo Central, Mercados y Servicios Especiales de la M.I. Municipalidad de Guayaquil.

## **3.6. Técnicas e instrumentos de evaluación**

### **3.6.1. Encuestas**

Fue dirigida a los funcionarios de la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo, comerciantes y usuarios de mercados. Se utilizó como instrumento el cuestionario de preguntas cerradas.

### **3.6.2. Entrevistas**

Dirigida al gerente de la Empresa Pública de Mercados Municipales del cantón Quevedo. Se utilizó como instrumento el cuestionario de preguntas abiertas.

## **3.7. Población y muestra**

### **3.7.1. Población**

La presente investigación se realizó considerando la población económicamente activa (PEA), que habita en el cantón Quevedo de 50.583, (INEC, 2010), con una tasa de crecimiento del 2.41% anual hasta el año 2014, error admisible del 5% y un nivel de confianza del 95%.

Para los comerciantes de mercados se trabajó con una población finita de 98 comerciantes.

Mientras que para la Empresa Pública de Mercados Municipales del cantón Quevedo se consideró con una población finita de 9 funcionarios, mismos que se detallan a continuación:

**Cuadro 2.** Población a utilizarse en el estudio de campo.

Ítems	Detalle	Muestra
1	Contador	1
2	Técnico Administrativo	1
3	Secretaria Recepcionista	1
4	Supervisor	1
5	Inspector	1
6	Recaudadores	3
7	Servicio generales	1
<b>Total</b>		<b>9</b>

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** La autora

### 3.7.2. Muestra

Para obtener la muestra se recurrió al uso de técnicas de extracción de la misma. La técnica que se implementó fue: Muestreo aleatorio simple.

Para obtenerla, se enumeraron los elementos de la población y se seleccionaron al azar los elementos que contiene la muestra. La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot PQ \cdot N}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot PQ}$$

N= total de la población = 55.638

Z= nivel de confianza = 0,95

p= probabilidad del evento que ocurra = 0,50

q= probabilidad del evento que no ocurra =0,50

e= error de estimación = 0,05

**Cuadro 3.** Proyección de la población económicamente activa de Quevedo.

Años	Tasa de crecimiento (2.41%)	Población
2010	0.0241	50.583
2011	0.0241	51.802
2012	0.0241	53.050
2013	0.0241	54.329
2014	0.0241	55.638
		<b>Total</b>

**Fuente:** Censo Población y Vivienda 2010 INEC

**Elaborado por:** La autora

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,50 \times 0,50) \times 55.638}{(0,05)^2 (55.638 - 1) + (1,96)^2 \times (0,50 \times 0,50)}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,25 \times 55.638}{0,0025 \times 55.637 + 0,96}$$

$$n = \frac{53,412,48}{140,05}$$

$$n = 381$$

El resultado de la muestra total basándonos en los datos anteriormente nombrados es:

**Cuadro 4.** Muestra obtenida de la población económicamente activa de Quevedo.

<b>Detalle</b>	<b>Población</b>	<b>Muestra</b>
Población económicamente activa	55.638	381
<b>Total</b>	<b>55.638</b>	<b>381</b>

**Fuente:** Censo población y vivienda 2010 INEC

**Elaborado por:** La autora

### **3.8. Procedimiento metodológico**

Los procesos metodológicos aplicados en el trabajo investigativo, se basan en el análisis del rediseño de la gestión operativa de la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo, que conlleva al mejoramiento de la atención que se les brinda a los usuarios de los mercados municipales de Quevedo.

Se identificó el lugar de investigación mercados 2 y 3, para aplicar técnicas investigativas: entrevistas y encuestas, las cuales fueron dirigidas a las personas que forman parte de la muestra de los habitantes (PEA), del cantón Quevedo, también se consideró a los funcionarios y empleados administrativos para las encuestas, se utilizó el software Word para el registro de la recolección de datos, que permitió formular una idea general sobre la necesidad de aplicar un modelo de gestión operativa en los mercados municipales de Quevedo, como alternativa estratégica de solución.

El uso de Excel se aplicó en la tabulación de las respuestas que dieron los usuarios para identificar la gestión óptima.

**Cuadro 5:** Población a encuestar

<b>Población</b>	<b>Muestra</b>
------------------	----------------

---

Usuarios	381
Comerciantes	98
Empleados	9
<b>Total</b>	<b>488</b>

---

**Fuente:** La investigación  
**Elaborado por:** La autora

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## 4.1. Resultados

### 4.1.1. Diagnóstico situacional de los mercados municipales de Quevedo

#### 4.1.1.1. Resultados de la encuesta aplicada a los comerciantes de los mercados municipales

**Pregunta 1:** ¿Cree usted que existe comunicación entre la administración de la Empresa Pública de Mercados Municipales y los comerciantes?

**Cuadro 6.** Comunicación entre la empresa y comerciantes

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	28	28,57%
Rara vez	9	9,18%
Nunca	61	62,24%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a comerciantes de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

Para determinar la situación operativa se realizó la pregunta a los comerciantes, si ellos creen existe comunicación entre la administración de la Empresa Pública de Mercados Municipales y los comerciantes, a la cual

respondieron, el 62,24% del total del porcentaje es decir 61 comerciantes encuestados, respondieron nunca, seguido de 28 comerciantes representados en el 28.57% contestaron siempre, y el 9.18% manifiesta rara vez.

Según la respuesta de la comunicación entre empresa y comerciantes, la mayor frecuencia la tuvo la opción nunca con el 62.24%, con relación a las demás opciones, por lo que la Empresa Pública de Mercados debe empezar a trabajar con este indicador para mejorar la comunicación que es lo uno de los elementos fundamentales para el desarrollo y crecimiento de la tanto de la empresa como de los mercados municipales.

**Pregunta 2:** ¿La gestión que realiza el área operativa de la empresa de Mercados se orienta a la satisfacción de los comerciantes?

**Cuadro 7.** Satisfacción de los comerciantes

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	26	26,53%
Rara vez	21	21.43%
Nunca	51	52.04%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a comerciantes de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

Según el Cuadro 7, 26 comerciantes encuestados representado en el 52.04% contestaron nunca, que la gestión operativa se orienta a la satisfacción de los comerciantes, el 26.53 % del total del porcentaje contesta siempre, y el 21.43% manifestaron rara vez.

La satisfacción de los comerciantes en la encuesta el mayor porcentaje lo tuvo el indicador nunca con el 52.04%, nos demuestra que la gestión operativa debe poner empeño en vincularse al servicio y compromiso para que los comerciantes perciban la atención y se sientan satisfechos.

**Pregunta 3:** ¿Cuándo ha habido quejas por parte de los comerciantes la administración del mercados pone atención y repara el inconveniente?

**Cuadro 8.** Requerimientos de los comerciantes

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	44	44,90%
Rara vez	28	28,57%
Nunca	26	26,53%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a comerciantes de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

En el Cuadro 8, según la pregunta. Cuando ha habido quejas por parte de los comerciantes la administración de mercados repara los inconvenientes, el 44.90% del total de porcentaje, es decir 44 encuestados respondieron siempre, seguido de la respuesta rara vez, con 28 comerciantes representados en el 28.57%, y el 26.53% del total de porcentaje respondió negativamente.

Cuando ha habido quejas por parte de los comerciantes la administración del mercados pone atención, la respuesta es favorable con 44.90%, sin embargo existe una estrecha diferencia ente la frecuencia de las opciones, rara vez y nunca, si sumamos estos dos porcentajes el resultado es mayor en referencia al obtenido en la respuesta siempre, por lo que se considera que deben hacer revisión en los requerimientos de los comerciantes.

**Pregunta 4:** ¿Se rige usted bajo una normativa de higiene y presentación en los productos que expende?

**Cuadro 9.** Higiene y presentación en los productos

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	51	52,04%
No	47	47,96%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a comerciantes de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

En el Cuadro 9, se aprecia que el 52.04% es decir 51 comerciantes contestaron que si se rigen a una normativa de higiene y presentación de los productos que expenden, el 47.96% del total del porcentaje responde que no.

En la respuesta de las normas de higiene, el indicador si alcanzó el 52.04%, pero es una tema que debe ser tratado constantemente en capacitaciones con la finalidad de retroalimentar al comerciante permanente como a los recientes que llegan a ocupar un local en los mercados municipales.

**Pregunta 5:** ¿La administración de mercados se preocupa por el seguimiento y control de higiene y presentación de los productos que usted expende?

**Cuadro 10.** Control higiene y presentación de los productos

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	24	24,49%
No	57	58,16%
Tal vez	17	17,35%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a comerciantes de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo a la pregunta planteada ¿Se preocupa por el seguimiento y control de higiene y presentación de los productos que usted expende? el 58.16% del porcentaje total de los encuestados indican que no hay control para que se dé cumplimiento a la normativa de expendio de los productos, el 24.49% es decir 24 comerciantes dan una respuesta positiva y el 17.35% indica que tal vez se da un seguimiento de control. Es notable que el seguimiento, control de higiene y presentación de los productos no se está realizando por la negatividad representada en el porcentaje alcanzado de 58.16%, la administración debe buscar mecanismos de control para beneficio de los clientes internos y externos.

**Pregunta 6:** ¿Cómo considera la sectorización y clasificación de los locales en el mercado?

**Cuadro 11.** Sectorización y clasificación de los locales

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Buena	47	47,96%
Regular	19	19,39%
Mala	32	32,65%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a comerciante de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

El 47.96% del total de porcentaje que corresponde a 47 comerciantes encuestados respondieron que la sectorización y clasificación de los locales es buena, el 32.64% indicaron que es mala, y la diferencia de 19 comerciantes es decir el 19.39%, manifestaron regular.

La sectorización y clasificación de los locales en el mercado, es evidente que la respuesta obtenida en esta pregunta es positiva con un porcentaje del 47.96%, pero si hacemos un análisis de las dos respuestas de regular y mala se podría decir que el porcentaje es mayor al indicados buena, por lo que es necesario que los funcionarios del área operativa de mercados identifiquen los casos de comerciantes que respondieron regular y mala, con la finalidad solucionar la inconformidad.

**Pregunta 7:** ¿Se aplica seguimiento y control por parte de la administración de mercados para que se cumpla con el pago del canon de arrendamiento del local municipal?

**Cuadro 12.** Seguimiento y control del pago del canon de arrendamiento

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	50	51,02%
No	47	47,96%
Tal vez	1	1,02%

<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>
--------------	-----------	----------------

**Fuente:** Encuestas a comerciante de los mercados municipales  
**Elaborado por:** La Autora

Cuadro 12. Según el 51.02% de los encuestados creen que si, se aplica seguimiento y control por parte de la administración de mercados para que se cumpla con el pago del canon de arrendamiento del local municipal, el 47,96% respondieron, no y, el 1,02% considera tal vez.

Con el porcentaje del 51.02% alcanzado podemos analizar que el área operativa si realiza el control para que los usuarios de los mercados paguen a tiempo el canon de arrendamiento.

**Pregunta 8:** ¿La administración de mercados municipales se preocupa de acciones de interés, como capacitación a comerciantes?

**Cuadro 13.** Capacitación a los comerciantes

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	10	10,20%
Rara vez	22	22.45%
Nunca	66	67.35%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a comerciante de los mercados municipales  
**Elaborado por:** La Autora

Cuadro 13. Las respuestas a esta pregunta dio como resultado que el 67.35% es decir 66 comerciantes manifestaron nunca la administración de mercados municipales se preocupa de capacitación a comerciantes, seguida del 22.45% del total de porcentaje con 22 encuestados respondió rara vez, y el 10.20% respondieron siempre. En relación la aplicación de capacitaciones a los comerciantes la respuesta nunca alcanzo el 67.35%, por lo que es necesario que la empresa de mercados planifique capaciones a fin de que los comerciantes de los mercados municipales reciban conocimientos periódicamente y se sientan involucrados en los planes y programas de la EPUMEM-Q.

**Pregunta 9:** ¿La administración de mercados municipales se preocupa por la publicidad de los productos que se expenden en los mercados municipales?

**Cuadro 14.** Publicidad de los productos que se expenden

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	33	33,67%
Rara vez	24	24,49%
Nunca	41	41,84%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a comerciante de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

Cuadro 14. Según las respuestas el 41.84% del total de porcentaje es decir 41 encuestados, escogieron la respuesta nunca, 33 comerciantes representados en el 33.67% respondieron siempre, el 24,49% indicaron rara vez.

Los comerciantes encuestados manifestaron nunca la administración de mercados se preocupa por publicitar los productos que expenden en los mercados corresponde al 41.84%, la publicidad en la actualidad es imprescindible para el crecimiento del mercado y la competitividad por lo que la EPUMEM-Q debe considerar para ofrecer los productos y servicios de los mercados.

**Pregunta 10:** ¿De los siguientes servicios cuál cree usted debería tener un mercado para considerarlo moderno?

**Cuadro 15.** Servicios en un mercado moderno

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sistema de extracción de aire	0	0,00%
Servicio de movilización (coches)	12	12,24%
Cámaras de seguridad	18	18,37%
Guardianía	20	20,41%
Todos	48	48,98%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a los comerciantes de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

Cuadro 15. De acuerdo a la pregunta planteada ¿de los siguientes servicios cuál cree usted debería tener un mercado para considerarlo moderno?; la opción de servicio de movilización obtuvo el 12.24%, seguido cámara de seguridad con el 18.37%, la opción guardianía obtuvo el 20.41%, y el mayor porcentaje, fue el 48.98% es decir 48 comerciantes.

Para considerar un mercado moderno, es evidente que los comerciantes estuvieron de acuerdo que se debería tener todas las opciones reflejando con el 48.98%, por lo tanto la administración de mercados debe considerar las respuestas obtenidas en esta pregunta como una sugerencia que debería proyectar dentro del plan operativo y consolidarla a corto plazo.

#### **4.1.1.2. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta aplicada a los usuarios de los mercados municipales**

**Pregunta 1:** ¿Conoce usted donde está ubicada la oficina administrativa de la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo?

**Cuadro 16.** Ubicación de la oficina de la empresa de Mercados

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	82	21,52%
No	298	78,48%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a usuarios de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

El 78.48%, 298 usuarios respondió de forma negativa a la pregunta planteada, solo 28 de los usuarios encuestados, representados en el 21.52% conoce la ubicación.

La mayoría de los encuestados es decir el 78.48%, 298 usuarios no conoce donde está ubicada la oficina de la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo, con este referente la empresa debe emprender campañas que

fortalezca su imagen ante la ciudadanía a través de los medios de comunicación.

**Pregunta 2:** ¿Sabe usted quien es el gerente de la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo?

**Cuadro 17.** Gerente de la Empresa Pública de Mercados

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	91	23,88%
No	290	76,12%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a usuarios de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

Según el Cuadro 17, pregunta dirigida a los usuarios el 76.12% del total del porcentaje, 290 de los usuarios encuestados no sabe quién es el gerente de la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo, el 23.88% contestó que si conoce quien es el gerente de la Empresa Pública de Mercados de Quevedo.

El porcentaje mayor del 76.12% señaló no conocer al gerente, la administración de la empresa de mercados a través de los medios de comunicación, televisión, diario local debe difundir la información, para que la ciudadanía como principal mandante conozca quienes son los funcionarios que están al frente de la EPUMEM-Q.

**Pregunta 3:** ¿Considera usted que los comerciantes de los mercados transmiten confianza al usuario, para que regresen a comprar sus productos?

**Cuadro 18.** Confianza al usuarios en los mercados

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	196	51,44%
No	119	31,23%
Tal vez	66	17,32%

<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>
--------------	------------	----------------

**Fuente:** Encuestas a usuarios de los mercados municipales  
**Elaborado por:** La Autora

Cuadro 18. El 51.44% del total del porcentaje, es decir 196 encuestados creen que los comerciantes de los mercados si transmiten confianza, seguido del 31.23%, 119 usuarios, respondió negativo y, 66 usuarios es decir el 17.32% manifestó tal vez transmiten confianza.

En esta pregunta planteada demuestra que los comerciantes de los mercados municipales transmiten confianza a los usuario para que regresen a comprar sus productos, como lo podemos apreciar el indicador si con el porcentaje alcanzado del 51.44%, Esta respuesta facilita el incremento de compradores en el momento que la empresa aplique un modelo de gestión en los mercados municipales.

**Pregunta 4:** ¿Considera usted que los comerciantes de los mercados municipales tratan a los usuarios de forma amable y cortés?

**Cuadro 19.** Trato al usuario

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	188	49,34%
No	122	32,02%
A veces	71	18,64%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a usuarios de los mercados municipales  
**Elaborado por:** La Autora

Cuadro 19. Para ubicar la calidad de la atención a usuarios de parte de los comerciantes se obtuvo los siguientes resultados, según el 49,34%, 188 encuestados manifestaron positivamente, el 32,02% del total del porcentaje, es decir 122 usuarios respondieron de forma negativa y, 71 encuestados, es decir el 18,64% indicó a veces.

Como podemos apreciar el porcentaje 49.34% de los usuarios encuestados consideraron que los comerciantes de los mercados tratan a los usuarios de forma amable y cortés, pero haciendo un análisis a los porcentajes de las respuestas no y a veces, se convierte en un tema que la EPUMEM-Q debe considerar.

**Pregunta 5:** ¿Existe lista de precios de los productos que expenden en los mercados municipales?

**Cuadro 20.** Lista de precios

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	29	7,61%
No	286	75,07%
A veces	66	17,32%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a usuarios de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

Cuadro 20. El 75.07%, del total del porcentaje, es decir 286 encuestados, respondieron no, 66 usuarios con un 17.32% respondieron a veces y solo un 7.61%, 29 encuestados expresaron sí.

De acuerdo a la pregunta planteada, se aprecia que no existe lista de precios de los productos que se expenden en los mercados municipales, dado que la mayoría de las respuestas con el 75.07% la obtuvo la opción no. Por lo que es necesario que en los mercados municipales existan listas de precios, es vital para normar los costos de los productos funciones de competencia de la EPUMEM-Q.

**Pregunta 6:** ¿Usted cree que existe higiene y presentación en los productos que se expenden en los mercados municipales?

**Cuadro 21.** Higiene y presentación en los productos

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	74	19,42%

No	227	59,58%
Tal vez	80	21,00%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a usuarios de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

Como se observa en el Cuadro 21, de acuerdo a la pregunta planteada el 59.58% del total del porcentaje, 227 usuarios encuestados respondieron que no, el 21.00%, de los encuestados manifestaron tal vez, que corresponde a 80 usuarios, y solo el 19.42% respondió que sí, es decir 74 usuarios.

Este control, si existe higiene y presentación en los productos que se expenden en los mercados municipales es uno de los propósitos que la empresa Pública de Mercados a través de los funcionarios del área operativa debe controlar, debido que 59.58% respondió negativamente.

**Pregunta 7:** ¿Considera usted que se controla peso y medida en los mercados municipales?

**Cuadro 22.** Control de peso y medida en los productos

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	29	7,61%
No	287	75,33%
A veces	65	17,06%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a usuarios de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

Según Cuadro 22. Referente a la pregunta control de peso y medidas en los mercados municipales, el 75.33% del total del porcentaje, 287 encuestados respondieron no, 65 usuarios representados con el 17.06% manifestaron a veces, y solo un 7.61%, 29 usuarios expresaron sí.

Referente a la pregunta de control de peso y medida, la respuesta no, alcanzó el 75.33% lo que nos demuestra que el área operativa de la empresa de mercados debe empezar a tomar el control urgente ya que es una atribución expresada en la Ordenanza de Constitución de la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo.

**Pregunta 8:** ¿Usted considera que en los mercados municipales existe seguridad tanto para los comerciantes como para los usuarios?

**Cuadro 23.** Seguridad en los mercados municipales

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	88	23,10%
No	293	76,90%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a usuarios de los mercados municipales

**Elaborado por:** La Autora

Cuadro 23. Mediante la pregunta planteada si considera que en los mercados municipales existe seguridad tanto para los comerciantes como para los usuarios 293 usuarios representados con el 76.90% respondieron que no existe seguridad, el 23.10% del total del porcentaje, 88 usuarios manifestaron que sí.

Podemos apreciar el mayor porcentaje el 76.90%, respondió que no existe seguridad en los mercados; aunque la inseguridad es un problema social latente, la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo, debe trabajar en función de garantizar el bienestar de los usuarios; la seguridad es elemento primordial para que los usuarios acudan con confianza a los mercados municipales.

**Pregunta 9:** ¿Cómo consumidor si tuviera un reclamo que hacer, sabe adónde debe dirigirse con la queja?

**Cuadro 24.** Direccionamiento de reclamo o queja

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
--------------------	-------------------	-------------------

Si	136	35,70%
No	156	40,94%
Tal vez	89	23,36%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a usuarios de los mercados municipales  
**Elaborado por:** La Autora

Cuadro 24. Según la pregunta planteada, 156 usuarios representados en el 40.94% del total del porcentaje, respondieron que no saben dónde direccionar la queja o reclamo, seguido del 35.70% escogió la respuesta si, y el 23.36% representado en 89 usuarios, manifestaron tal vez.

Con respecto a la pregunta de direccionamiento de reclamo o queja que los consumidores de los mercados necesiten realizar, el mayor porcentaje lo alcanzó el indicador no, con el 40.94%, por lo que es necesario que la empresa Pública de Mercados difunda la información de los servicios que ofrece a la ciudadanía en general.

**Pregunta 10:** ¿De los siguientes servicios cuál cree usted debería tener un mercado para considerarlo moderno?

**Cuadro 25.** Servicio en los mercados municipales

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sistema de extracción de aire	6	1,57%
Servicio de movilización (coches)	16	4,20%
Cámaras de seguridad	77	20,21%
Guardianía	118	30,97%
Todos	164	43,04%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a usuarios de los mercados municipales  
**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo a la pregunta, de los siguientes servicios cuál cree usted debería tener un mercado para considerarlo moderno, el cuadro, 164 encuestados con el 43.04%, respondieron el indicador todos, seguido de 118 usuarios representados con el 30.87% manifestaron guardianía, el 20.21% es decir 77 consumidores, señalaron cámara de seguridad, 16 encuestados con el

4.20% consideraron el indicador servicio de movilización (coches), y por ultimo 6 usuarios figurados con el 1.57%, respondieron sistema de extracción de aire.

Para considerar un mercado municipal moderno, los usuarios encuestados según el porcentaje mayoritario alcanzado el 43.04% creen que se debe de incluir todos los servicios detallado en el cuadro, es decir guardianía, cámara de seguridad, servicio de movilización (coches), sistema de extracción de aire, cabe señalar que los indicadores más relevantes son los de seguridad.

La empresa Pública de Mercados a través de los funcionarios del área operativa debe estar pendiente de las prioridades que los usuarios o consumidores sugieren, por cuanto es de mucha relevancia para propiciar la captación de clientes en los mercados municipales.

#### **4.1.1.3. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios que laboran en la EPUMEM-Q**

**Pregunta 1:** ¿Cree usted que la administración de mercados está comprometida en mejorar los servicios en los mercados municipales?

**Cuadro 26.** Compromiso en mejorar los servicios en los mercados municipales

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	8	88.89%
No	1	11.11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a funcionarios de la EPUMEM-Q

**Elaborado por:** La Autora

Para determinar la situación de la empresa se realizó una pregunta a los funcionarios, si ellos creen que la administración de mercados está comprometida en mejorar los servicios en los mercados municipales, a la cual respondieron que si el 88.89%, que es igual a ocho encuestados, y el restante

11.11% que representa una persona encuestada, manifestó que no. Es decir, que el mayor porcentaje 88.89% lo obtuvo la opción sí, con respecto al compromiso de mejoramiento de los servicios en los mercados.

**Pregunta 2:** ¿Considera usted que la gerencia de la Empresa Pública de mercados supervisa el desempeño y cumplimiento de los funcionarios del área operativa?

**Cuadro 27.** Supervisión del desempeño y cumplimiento de los funcionarios del área operativa.

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	7	77.78%
Rara vez	2	22.22%
Nunca	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a funcionarios de la EPUMEM-Q

**Elaborado por:** La Autora

De los encuestados el 77,78%, es decir siete funcionarios respondieron Siempre; mientras que el 22.22% manifestaron rara vez, en tanto que la opción nunca obtuvo el 0%. Es evidente que la gerencia siempre supervisa el cumplimiento del área operativa alcanzando el 77,78%.

**Pregunta 3:** ¿La EPUMEM-Q cuenta con un modelo de gestión operativa para óptimo control en los mercados?

**Cuadro 28.** Modelo de Gestión Operativa

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	0	0,00%
No	8	89,89%
No sabe	1	11,11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuestas a funcionarios de la EPUMEM-Q

**Elaborado por:** La Autora

En el Cuadro 28. Según la pregunta que se les realizó a los funcionarios para conocer si la empresa cuenta con un modelo de gestión operativa, el 89.89%

de los encuestados respondieron no, en el caso de las respuestas si el 0.00% y no sabe obtuvo el 11,11% respectivamente. La mayoría de los funcionarios con un porcentaje del 89.89% señalaron que la empresa no cuenta con un modelo de gestión operativa.

**Pregunta 4:** ¿Los funcionarios del área operativa aplican algún formato para controlar, infraestructura y el estado de los productos que se expenden en los mercados municipales?

**Cuadro 29.** Formato de control

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,00%
No	7	77,78%
No sabe	2	22,22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuestas a funcionarios de la EPUMEM-Q

**Elaborado por:** La Autora

Según el Cuadro 29. El 77,78% la totalidad de la población encuestada representando en siete funcionarios encuestados, manifestaron no, mientras que el 22,22% respondieron no saber.

Se observa que mediante la pregunta planteada, para analizar si los funcionarios del área operativa aplican algún formato para controlar, infraestructura y el estado de los productos que se expenden en los mercados municipales el 77,78% manifestó que no. Esta pregunta ha sido muy importante como información necesaria y útil en la investigación de campo, porque ha facilitado el análisis al sistema de gestión operativa planteada en el objetivo específico dos.

**Pregunta 5:** ¿Cree usted que el área operativa de la EPUMEM-Q, está comprometida en solucionar los problemas que se presenten en los mercados municipales?

**Cuadro 30.** Compromiso en solucionar los problemas que se presenten en los mercados municipales

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	2	22,22%
No	6	66,67%
Tal vez	1	11,11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a funcionarios de la EPUMEM-Q  
**Elaborado por:** La Autora

Según el 66,67% de los encuestados, que es igual a cinco funcionarios, manifestaron que no hay compromiso en solucionar los problemas que se presentan en los mercados, dos funcionarios respondieron positivamente con el 22,22% seguido del 11,11% del total del porcentaje, representado en un encuestado respondió tal vez.

Esto demuestra que la mayoría de los encuestados un 66.67%, indicaron que les falta compromiso a los integrantes del área operativa.

**Pregunta 6:** ¿Considera usted que los funcionarios del área operativa poseen capacidad para formular estrategias de control?

**Cuadro 31.** Capacidad para formular estrategias de control

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	1	11,11%
No	7	77,78%
Tal vez	1	11,11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a funcionarios de la EPUMEM-Q  
**Elaborado por:** La Autora

El Cuadro 31, seis personas de las encuestadas con el 77,78%, manifestaron no, mientras que el 11,11% representado en un funcionario respondió tal vez y, al igual la respuesta sí obtuvo el mismo porcentaje. Mediante la pregunta planteada los funcionarios del área operativa poseen capacidad para formular estrategias de control el porcentaje mayoritario lo obtuvo el indicador no, con el

77.78%, la EPUMEM-Q deberá tomar acciones correctivas de valoración de cargos con la finalidad de mejorar el servicio en dicha área.

**Pregunta 7:** ¿Cree usted que los comerciantes de los mercados municipales pagan sus obligaciones (arriendo, servicios básicos) a tiempo?

**Cuadro 32.** Pago de obligaciones

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	0	0,00%
No	7	77,78%
A veces	2	22,22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a funcionarios de la EPUMEM-Q

**Elaborado por:** La Autora

Mediante la pregunta planteada en el cuestionario de la encuesta, para continuar con el análisis al sistema de gestión operativa, sobre si los comerciantes de los mercados municipales pagan sus obligaciones (arriendo, servicios básicos) a tiempo, el 22.22% que representan a dos del total de los encuestados respondieron a veces; mientras que el 77.78% del total del porcentaje, es decir los siete funcionarios restantes, indicaron que no, y la opción si obtuvo 0%, según se muestra en el Cuadro 12.

El mayor porcentaje lo alcanzo el indicador no con el 77.78%, es necesario que la administración tome los correctivos necesarios para que los pagos sean registrados de manera oportuna concientizando a los comerciantes que pagando sus impuestos a tiempo serán retribuidos a beneficio del mercado.

**Pregunta 8:** ¿Cómo podría calificar la gestión que realizan los funcionarios del área operativa en la visita de supervisión a los mercados?

**Cuadro 33.** Calificar la gestión operativa

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Excelente	0	0.00%

Buena	3	33,33%
Mala	6	66,67%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a funcionarios de la EPUMEM-Q

**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo al Cuadro 33, se observa con relación a la pregunta planteada el 66.67% del porcentaje total que equivale a cinco de las personas encuestadas quienes calificaron la gestión operativa como mala, mientras que el 33.33% que son los cuatro funcionarios restantes, manifestaron que es buena, nadie respondió excelente por lo que obtuvo 0% esta opción.

Considerando la respuesta mala alcanzo el porcentaje 66.67%, la gestión operativa es la parte fundamental de la empresa, porque a través de ella se brinda los servicios en los mercados por lo que de acuerdo a la respuesta negativa obtenida en esta pregunta, la EPUMEM-Q debe tomar los correctivos necesarios para mejorar la calidad del servicio.

**Pregunta 9:** ¿Cómo considera usted la relación entre la empresa y los comerciantes?

**Cuadro 34.** Relación entre empresa y comerciantes

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Buena	5	55,56%
Regular	1	11,11%
Mala	3	33,33%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a funcionarios de la EPUMEM-Q

**Elaborado por:** La Autora

Se observa en el Cuadro 34 que el 55.56% de los funcionarios encuestados, respondieron buena, mientras que el 11.11% restante del porcentaje total, que es regular; la opción mala obtuvo el 33,33%. De acuerdo al mayor porcentaje es decir el 55.56%, podemos analizar que la relación entre la empresa y los comerciantes es positiva.

**Pregunta 10:** ¿Usted cree que en los mercados municipales existe seguridad interna tanto para los comerciantes como para los usuarios?

**Cuadro 35.** Seguridad en los mercados municipales

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0.00%
No	8	88.89%
Tal vez	1	11.11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a funcionarios de la EPUMEM-Q  
**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo al Cuadro 35, el 88.89% de los encuestados señalaron no, el 11.11% respondió que tal vez, y ninguno respondió si, por lo tanto a esta opción le tocó el 0% del porcentaje total. El 88.89% manifestó no existe seguridad en los mercados municipales, la EPUMEM-Q debe ejecutar un plan de acción solicitando apoyo a través de otro órgano municipal.

#### 4.1.1.4. Entrevista al Gerente de la EPUMEM-Q

**Cuadro 36.** Resultados de la entrevista al Gerente

Pregunta	Respuesta	Análisis
<b>1. ¿Considera usted que el desarrollo de la gestión emprendida dentro de la empresa depende de la capacitación y experiencia de los funcionarios?</b>	Considero que si se les debería dar capacitaciones permanentes a los funcionarios, ya que esta es la fase más importante de la gestión pública.	Con esta respuesta es evidente que la gerencia considera que los funcionarios deben ser capacitados para el buen desempeño de las funciones de cada uno.
<b>2. ¿Diga usted si los funcionarios del área</b>	Actualmente, existe falencia en el área	Como análisis se puede decir que: la gerencia

**operativa poseen la capacidad para formular estrategias de control cuando realizan supervisión en los mercados?** operativa, justamente acepta con por la falta de capacidad responsabilidad que en la formulación de actualmente están estrategias, sin atravesando con embargo, se está inconvenientes en el área operativa, por cuanto no trabajando en un programa para aportan con la solucionar esa formulación de debilidad. estrategias los funcionarios del área.

**Fuente:** Entrevista a gerente de la EPUMEM-Q  
**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro 36A.** Resultados de la entrevista al Gerente

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Análisis</b>
<b>3.- ¿Considera que la empresa de mercados, que acertadamente usted dirige, motiva a los comerciantes para realizar en equipo los trabajos de cooperación?</b>	En la actualidad, la buena gestión pública direcciona y genera cambios positivos tanto para la administración como para los comerciantes, sin descuidar que toda acción produce reacción. Es decir, que ellos son favorecidos por su cooperación, tanto en limpieza, el	Esta aseveración del gerente de la Empresa pública de Mercados Municipales de Quevedo, permite realizar un adecuado diagnostico a los procesos, que generalmente están vinculados entre la administración y los comerciantes.

orden, los precios justos, etc.

**4.- ¿Existen planes de mejoramiento continuos en los mercados municipales para el control de calidad del servicio ofrecido por los comerciantes?** En el tiempo que estoy a cargo de la administración, programaron capacitaciones y ya se realizó una, con la ayuda de estudiantes de la UTEQ, de la carrera de Ingeniería Comercial, de la UED. La gerencia tiene programado realizar capacitaciones para los comerciantes de los mercados por cuanto está consiente que se debe fortalecer a los comerciantes por medio de las capacitaciones.

**Fuente:** Entrevista a gerente de la EPUMEM-Q  
**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro 36B.** Resultados de la entrevista al Gerente

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Análisis</b>
<b>5. ¿Actualmente se aplica algún modelo de gestión operativa en los mercados municipales?</b>	Como modelo de gestión operativa propiamente dicho, no se cuenta, sin embargo, tenemos un Plan de acción que conlleva el acondicionamiento y mantenimiento continuo de las instalaciones de los mercados, también están las capacitaciones, que se realizarán de forma	En el corto tiempo que se encuentra frente a la Administración de esta empresa, el ing. Yaco Verduga, considera que la prioridad está en obtener un modelo de gestión operativa, que le permita cumplir con un trabajo productivo y moderno, por lo tanto, está trabajando provisionalmente con un

permanente a los plan de acción.  
comerciantes.

**6. ¿Cómo calificaría usted la relación que existe entre la administración de mercados y los comerciantes?** Bueno, la calificaría De acuerdo a la respuesta del Ing. Verduga, se analiza que el impacto que produce la relación EPUMEM-Q y los comerciantes, lo ubica en el desarrollo socio económico.

**Fuente:** Entrevista a gerente de la EPUMEM-Q

**Elaborado por:** La Autora

VARIABLE	INDICADOR	SATISFACTORIO (SI, SIEMPRE, BUENO)	NO SATISFACTORIO (NO, MALO, NUNCA)
----------	-----------	--	---

#### 4.1.2. Sistema de gestión operativa en los mercados de la ciudad de Quevedo.

Para tener un mejor conocimiento y posterior análisis de cómo se encuentra la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo, en lo que respecta al control operativo en los mercados; se desarrollaron encuestas a los comerciantes de los mercados municipales 2 y 3, a los usuarios considerando la población económicamente activa, así como a los funcionarios que laboran en la EPUMEM-Q y, entrevista al gerente de la misma; dicha información fue necesaria para la propuesta de diseñar un Modelo de Gestión Operativa que genere eficiencia y calidad de gestión administrativa en la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo; como resultado de las encuestas se obtuvo los siguientes datos.

**Cuadro 37.** Tabulación de encuestas a comerciantes mercados Nro. 2 y 3.

Comunicación administración y comerciantes.	28,57%	71,42%
La gestión operativa satisface a los comerciantes.	47,96%	52,04%
Atención a las quejas de los comerciantes.	73,47%	26,53%
Normativa de higiene y presentación de los productos.	52,04%	47,96%
Control de higiene y presentación de productos.	41,84%	58,16%
Sectorización y clasificación de los locales.	47,96%	52,04%
Control pago del canon de arrendamiento.	52,04%	47,96%
Capacitación a comerciantes.	32,65%	67,35%
<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>NO SATISFACTORIO (NO, MALO, NUNCA)</b>
	<b>SATISFACTORIO (SI, SIEMPRE, BUENO)</b>	<b>SATISFACTORIO (NO, MALO, NUNCA)</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a comerciantes de mercados

**Elaborado por:** La Autora

Al objetivo dos se le elaboró con las siguientes variables para poder identificar si se cumple; promediando las preferencias o rechazos con los indicadores: satisfactorio y no satisfactorio.

Analizando el resultado del promedio porcentual que obtuvieron las variables, relacionadas con la gestión operativa, planteada su investigación en el objetivo dos, demuestran que el mayor porcentaje lo obtuvo el indicador no satisfactorio, alcanzando el 63.23%, es necesario que la gerencia de la Empresa de Mercados, tome medidas de acción emergentes en cuanto al trabajo operativo que realiza dicha área.

**Cuadro 38.** Tabulación porcentual encuestas realizadas a los usuarios de los mercados municipales.

Ubicación de la oficina de la empresa de Mercados	21,52%	78,48%	
Conocen al gerente de EPUMEM-Q	23,88%	76,12%	
Comerciantes transmiten confianza	68,75%	31,23%	
Trato amable y cortes al usuario.	67,98%	32,02%	
Lista de precios en los mercados	24,93%	75,07%	
<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>SATISFACTORIO (SI, SIEMPRE, BUENO)</b>	<b>NO SATISFACTORIO (NO, MALO, NUNCA)</b>
Control de peso y medidas.		24,67%	75,33%
Compromiso en mejorar los servicios en los mercados		88,89%	11,11%
Seguridad en los mercados.		23,10%	76,90%
Supervisión del desempeño de funcionarios del área operativa		77,78%	22,22%
Direccionamiento de reclamo o queja.		35,70%	64,30%
<b>Promedio porcentual</b>		<b>35,70%</b>	<b>63,23%</b>

**Fuente:** Promedio encuestas usuarios

**Elaborado por:** La Autora

Los resultado del promedio porcentual que alcanzaron las variables, de las encuestas realizadas a los usuarios, demuestran que el mayor porcentaje lo obtuvo el indicador no satisfactorio, con una diferencia de 27.53% del indicador satisfactorio, por los que es necesario que la Empresa Pública de Mercados necesita tomar posicionamiento en la ciudad a través de la gestión operativa que es la imagen de la empresa.

**Cuadro 39.** Tabulación porcentual encuestas a los funcionarios de EPUMEM-Q

Modelo de gestión operativa	0,00%	100,00%
Formato de control.	0,00%	100,00%
Compromiso del área operativa	33,33%	66,67%
Funcionarios operativos poseen capacidad de estrategias para control	22,22%	77,78%
Comerciantes cumplen con los pagos a tiempo	22,22%	77,78%
Calificación de la gestión operativa.	33,33%	66,67%
Relación empresa y comerciantes	55,56%	44,44%
Seguridad en los mercados.	11,11%	88,89%
<b>Promedio porcentual</b>	<b>34,44%</b>	<b>65,56%</b>

**Fuente:** Promedio encuestas usuarios  
**Elaborado por:** La Autora

Como se muestra en el Cuadro 39, la respuesta no satisfactorio alcanza una diferencia de 31.12% sobre la respuesta satisfactorio, es un porcentaje significativo con el que los funcionarios manifestaron la inconformidad de la gestión operativa que se está realizando en los mercados municipales, de ahí la importancia de diseñar un modelo de gestión operativa que contribuya en mejorar la calidad de los servicios en los mercados.

#### **4.1.3. Diseño del modelo de gestión operativa que posibilite calidad de gestión administrativa en la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo.**

Revisadas y analizadas varias alternativas sobre el modelo de gestión operativa que posibilite generar eficiencia y calidad de gestión administrativa en la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo, se tomó como base

el la información obtenida en la M.I.Municipalidad de Guayaquil para su aplicación, y cuyo modelo se lo integra como propuesta en el capítulo V de la presente investigación.

## **4.2. Discusión**

Consultando a J. Heizer, (2012), en su libro Administración de Operaciones, “La administración de operaciones es el conjunto de actividades que crean valor en forma de bienes y servicios al transformar los insumos en productos terminados. En una organización que no crea un bien tangible, la función de producción puede ser menos evidente, a menudo estas actividades son llamadas servicios. Todos los buenos administradores de operaciones realizan las funciones básicas del proceso que consiste en planear, organizar, asignar personal, dirigir y controlar”; esta aseveración va de acuerdo con los requerimientos en la EPUMEM-Q, aplicar control para darle más operatividad a los mercados municipales, los servicios tienen una gran interacción con el cliente o en este caso el usuario, buscando mejorar las condiciones saludables creando un entorno innovador mediante enlaces de cooperación, tomando en cuenta que la ciudad se encuentra en un momento de desarrollo territorial local. La administración de operaciones servirá para el control que se va a ejercer en cada atención a los comerciantes tanto en el mercado como en las oficinas: en el cobro de las tarifas de alquiler, multas por infracciones, y serán retribuidos en los servicios operativos que proporcione la empresa de mercados a través del Modelo de Gestión Operativa, como es la supervisión constante de las condiciones de la infraestructura en los mercados, control fitosanitario, plan de acción de riesgos, así como también, publicidad de los productos que se expenden en los mercados y programar capacitaciones a los comerciantes.

Para considerar la gestión operativa, como optimización de los servicios en los mercados municipales, se menciona la siguiente expresión tomada del autor Heizer donde indica que:

“Los servicios tienen una fuerte interacción con el cliente. Con frecuencia los servicios son difíciles de estandarizar, automatizar o hacerlos tan eficientes como se desearía, debido a que la interacción con el cliente exige unicidad. De hecho, en muchos casos esta unicidad es lo que el cliente paga; por consiguiente, el administrador de operaciones debe asegurarse que el producto se diseñe de forma que pueda entregarse de manera única” (Heizer, 2012).

Es decir, la calidad en la atención que se busca brindar en los mercados municipales será personalizada, por las diferentes características que tienen los usuarios tanto internos como externos.

Para realizar una buena gestión operativa de parte de los funcionarios municipales, integrantes de la empresa pública de mercados, tomando como referencia las Ordenanzas de la M.I. Municipalidad de Guayaquil. Capítulo I)- De los mercados municipales, Art. 32.- Valor de los permisos de ocupación.- “El valor anual de los permisos de ocupación dentro de un mercado municipal será el siguiente: Art. 32.1 Espacios ubicados en mercados del grupo A: un equivalente a tres salarios mínimos vitales; 32.2.- Espacios ubicados en mercados del grupo B: un equivalente a dos salarios mínimos vitales; estos artículos permiten avizorar la gestión operativa que se debe aplicar, para darle una buena capacidad administrativa a la EPUMEM-Q, con el fin de incrementar sus ingresos y cubrir sus gastos operativos.

Se deberá categorizar en la ciudad a los mercados en estos tipos de grupos, por su ubicación, los del centro serán grupo A y los de las parroquias urbanas constituirían el grupo B.

En las tabulaciones de las encuestas realizadas a la población escogida, se pudo constatar que la gestión operativa que realiza la Empresa Pública de Mercados Municipales del Cantón Quevedo es deficiente, por lo que se acepta la hipótesis del trabajo, al aplicar un eficiente modelo de gestión operativa va a mejorar el control de la calidad de los servicios en los mercados municipales del cantón Quevedo.



# **CAPÍTULO V**

## **PROPUESTA**

### **5.1. Título de la Propuesta**

Modelo de gestión operativa que genere eficiencia y calidad en la gestión administrativa de la Empresa Pública de Mercados Municipales del cantón Quevedo.

### **5.2. Presentación**

La gestión administrativa de la EPUMEM-Q, necesita ampliar sus capacidades administrativas para lograr ser eficiente, y con calidad sus operaciones. Este modelo de gestión operativa permitirá una mayor recaudación, y recuperación de valores vencidos, por el alquiler de locales en los mercados 2 y 3.

El resultado de la investigación permitió que se diagnosticara la elaboración de un fortalecimiento en cada gestión pública interna, la misma que llegará a cada uno de los usuarios.

El desarrollo territorial local, en el ámbito socio económico, tendrá impacto con la ejecución del modelo de gestión operativa, tiene la posibilidad de captar recursos y que la administración del gerente pueda retribuirles en obras y servicios de calidad y calidez.

### **5.3. Justificación**

Este modelo de gestión operativa, se justifica por su importancia en la labor de analizar la exhibición de los productos, los servicios, para que se dé el incremento de la capacidad gerencial administrativa, la misma que ejercerá el gerente, con la ejecución de las obras y servicios necesarios en los mercados municipales de la ciudad de Quevedo. Además, es importante que los comerciantes reciban capitaciones perennes permitiendo el mejoramiento continuo en el servicio de atención con calidad y calidez, al usuario interno como al externo para que los mercados municipales funcionen bajo una perspectiva profesional.

También, se justifica esta Propuesta por el impacto social en las familias, porque la Empresa Pública de Mercados Municipales, generará desarrollo local, gracias a la dinamización de la economía, concentrando en cada uno de los mercados productos variados de consumo masivo, posicionando a la empresa en la aceptación ciudadana del cantón.

### **5.4. Objetivos**

#### **5.4.1. General**

Diseñar un modelo de gestión operativa que genere eficiencia y calidad de gestión administrativa en la Empresa Pública de Mercados Municipales de la ciudad de Quevedo.

#### 5.4.2. Específicos

- Aplicar métodos que permitan mejorar los niveles operativos dentro de los mercados municipales.
- Proporcionar un instrumento de consulta a través de un modelo de gestión que garanticen el desempeño de los funcionarios del área operativa en los mercados municipales.

#### 5.5. Misión

Asegurar el incremento de los recursos, necesarios para ejercer obras de mantenimiento y ampliación en los mercados municipales, garantizando la calidad en la venta de víveres y artículos en general, para la satisfacción de los clientes.

#### 5.6. Visión

Llegar al 2020 con mercados de primera categoría, y construyendo uno en cada parroquia urbana de la ciudad, según la demanda.

#### 5.7. Desarrollo del modelo de gestión operativa

El cumplimiento del presente modelo de gestión operativa, permitirá ejecutar todas las funciones operadoras a los integrantes del área, formando una cadena de resultados laborales con eficiencia.

<b>EMPRESA PÚBLICA DE MERCADO MUNICIPALES DEL CANTÓN QUEVEDO</b> <b>EPUMEM-Q</b>
<b>Proceso</b>
Se necesitará realizar paso a paso la actividad descrita según las funciones de cada uno de los funcionarios de la EPUMEM-Q.

- Condición de la estructura disponible (Indicador de las condiciones actuales de la infraestructura de los mercados)  
Realizar una matriz de condiciones de la infraestructura con los Indicadores: Mesones, piso, paredes, entradas, puertas, techado, ventanales, aguas lluvias y aguas servidas, las baterías higiénicas. (Ver formato 1).
- Control de locales comerciales operativos y libres  
Promover la adjudicación mensualmente de locales vacíos cumpliendo con los requisitos y llenar formulario de adjudicación. (Ver formato 2).
- Control Fitosanitario  
Realizar la supervisión diaria de higiene de (balanzas, mesones, perchas entre otros.  
Realizar controles fitosanitario de frutas, legumbres, cárnicos y lácteos.  
Supervisar la calidad, de presentación de los productos y su fecha de vencimiento. (Ver formato 3)  
Realizar un plan básico de identificación y control de plagas. (Ver formato 4).

**EMPRESA PÚBLICA DE MERCADO MUNICIPALES DEL CANTÓN QUEVEDO  
EPUMEM-Q**

- Estado de servicios básicos. (Luz, agua, teléfono).  
Informar mensualmente el valor de las planillas a la gerencia, como a los comerciantes para promediar el reembolso.
- Ocupación de la vía pública.  
Controlar diariamente que no se realicen actividades de comercio informal alrededor de los mercados municipales.

- Revisión de las tarifas por canon de arrendamiento por contrato. Cobro de los arriendos mensualmente, y se cobrará de acuerdo a la dimensión del local municipal.

### **Prevención**

- Plan de acción de riesgo. Para cuando existan imprevistos (incendios, movimientos telúricos, inundaciones, explosiones, etc.)
- Los cambios de las tarifas se deben socializar representante de comerciantes con la gerencia previamente a su ejecución.
- Las novedades según su dimensión o emergencia deben ser solucionadas en el mismo sitio del acontecimiento, previo informe al gerente pidiendo permiso de acción.
- Capacitación de los comerciantes y el personal de la empresa en. Seguridad ambiental, manejo y usos de alimentos, comercialización y atención al público entre otros.
- Cuidar de la logística para el ejercicio de las funciones.
- No abandonar el puesto de trabajo, esperar que llegue el reemplazo.

## **EMPRESA PÚBLICA DE MERCADO MUNICIPALES DEL CANTÓN QUEVEDO EPUMEM-Q**

### **Empleo de recursos**

- Utilizar los recursos de una forma sostenible.
- Destinar planificadamente la inversión en las obras de mantenimiento y embellecimiento de los mercados 2 y 3.
- Tener un aprovisionamiento adecuado de los materiales y equipos de limpieza.
- Realizar el estudio técnico para la instalación de una central de aire

acondicionado.

- Invertir en automatización del cierre de puertas y encendido de luces.
- Instalar botones de alarmas, sirenas
- Instalar cámaras de seguridad
- Recarga anual de extintores

#### **Esfuerzos de talento humano**

- Capacitar en servicio de calidad al talento humano, como capital primordial en la gestión operativa.
- Implementar un inspector fitosanitario de frutas, legumbres, cárnicos y lácteos.
- Comprometer al personal a la ejecución del presente modelo.

#### **Evaluación**

- La evaluación de recaudación se la realizará el 10 de cada mes
- El desempeño laboral se lo realizará quimestralmente. (en mayo y en octubre).

#### **FORMULARIO 1**

### **EVALUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA EXTERNA-INTERNA DE MERCADOS MUNICIPALES**

**MERCADO:**

**SECTOR:**

**FECHA:**

**RESPONSABLE:**

**Nota:** Marque con una X el casillero que corresponda

		BUEN ESTADO	MAL ESTADO	ESTADO REGULAR	OBSERVACIÓN
1	TECHADO				
2	PAREDES				
3	PISO				
4	PUERTAS/ENTRADAS				
5	VENTANALES				
6	LUMINARIAS				
7	MESONES				
8	TUBERÍAS				
9	AGUAS LLUVIAS				
10	AGUAS SERVIDAS				
11	BATERÍAS HIGIÉNICAS				
FIRMA DE RESPONSABILIDAD _____					

<b>FORMULARIO 2</b>	
FORMULARIO ADJUDICACIÓN DE LOCALES COMERCIALES MUNICIPALES	
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	
APELLIDOS Y NOMBRES _____	FOTO
CÉDULA Nro. _____	
DIRECCIÓN _____	

REFERENCIA	_____
TELÉFONO Nro.	_____
E_mail	_____

**INFORMACIÓN LABORAL**

PRODUCTO DE EXPENDIO	_____
ASOCIACION	_____
DIRECCIÓN	_____

**INFORMACIÓN REFERENCIA**

1- NOMBRES	_____
PARENTESCO	_____
TELÉFONO	_____
2- NOMBRES	_____
PARENTESCO	_____
TELÉFONO	_____
_____	_____
<b>LUGAR Y FECHA</b>	<b>FIRMA</b>

Declaro que todos los datos suministrados a la EPUMEM-Q, son correctos y autorizo hacer los trámites necesarios para la comprobación.

**FORMULARIO 3**

**CONTROL FITOSANITARIO EN MERCADOS MUNICIPALES**

**MERCADO:**

**FECHA:**

**LOCAL Nro.:**

**RESPONSABLE:**

**Nota:** Marque con una X el casillero que corresponda

		<b>BUEN ESTADO</b>	<b>MAL ESTADO</b>	<b>ESTADO REGULAR</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
1	<b>MESONES</b>				
2	<b>PERCHAS</b>				
3	<b>BALANZAS</b>				
4	<b>FRUTAS</b>				
5	<b>LEGUMBRES</b>				
6	<b>CARNICOS</b>				
7	<b>LACTEOS</b>				
8	<b>VENCIMIENTO PROD.</b>				
9	<b>PLAGAS</b>				
FIRMA DE RESPONSABILIDAD					

**FORMULARIO 4**

**CONTROL DE PLAGAS EN MERCADOS MUNICIPALES**

**MERCADO:**

**FECHA:**

**SECTOR:**

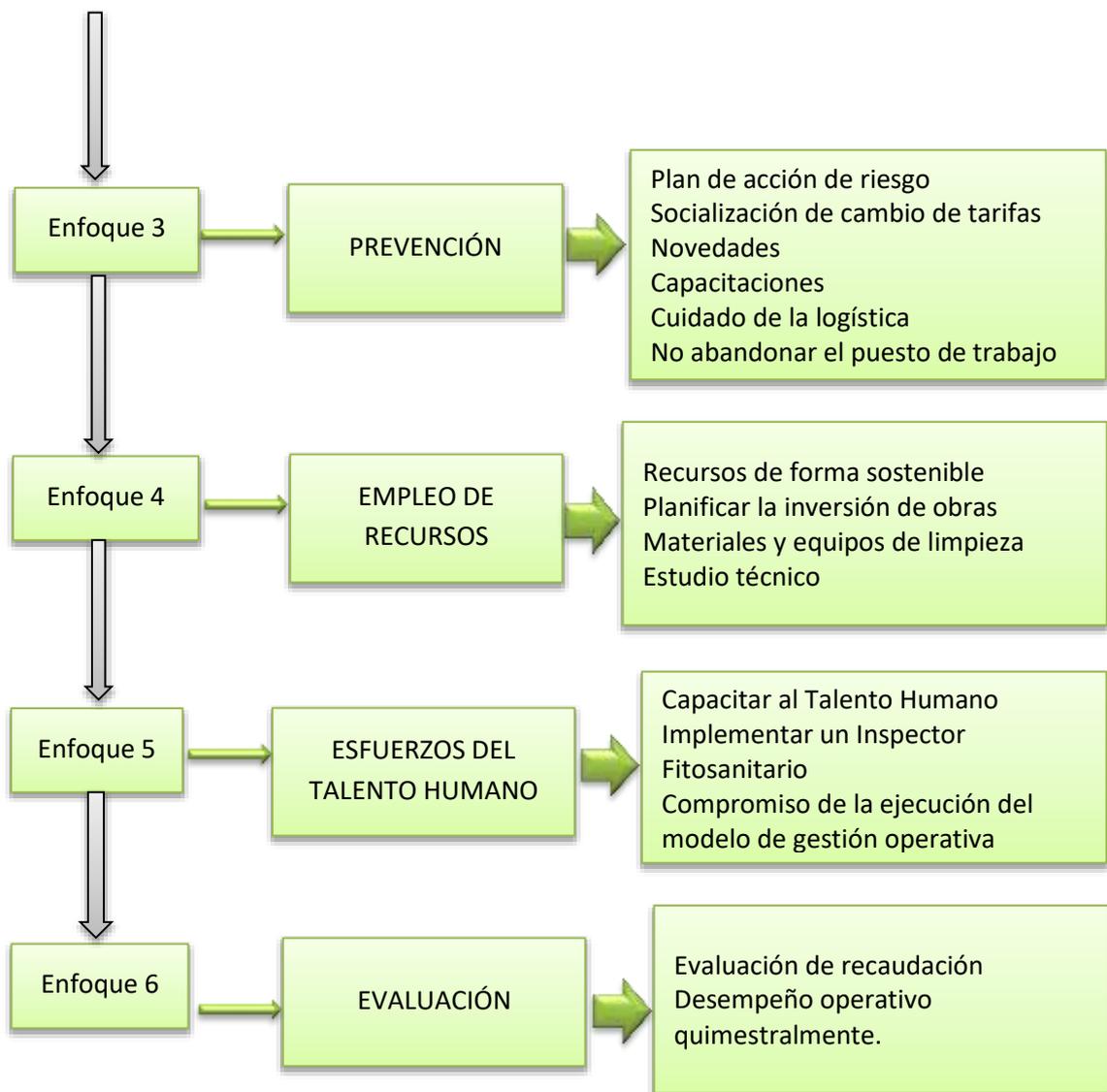
**LOCAL Nro.:**

**RESPONSABLE:**

**Nota:** Marque con una X el casillero que corresponda

		BUEN ESTADO	MAL ESTADO	ESTADO REGULAR	OBSERVACIÓN
1	AGUAS ESTANCADAS				
2	ALIMENTOS EN ENVASES HERMETICOS				
3	BOTES DE BASURA TIENEN FUNDA				
4	BOTES DE BASURA TIENEN TAPAS				
5	TIPO DE PLAGAS	ARAÑAS	MOSCAS	HORMIGAS	CUCARACHAS
6	OTROS	MOSCOS	PULGAS	RATAS	RATONES
FIRMA DE RESPONSABILIDAD					





## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1. Conclusiones**

- En los resultados obtenidos de las encuestas, a los funcionarios de EPUMEM-Q, representado un 65% se pudo evidenciar que la administración de la EPUMEM-Q necesita realizar un cambio en el que se pueda dirigir con eficiencia y eficacia los servicios a los mercados municipales y al público.

- Se llegó a diagnosticar que la situación en que se encuentran los mercados municipales, 2 y 3 del cantón Quevedo de acuerdo a las respuestas de las preguntas dirigidas a los comerciantes y usuarios, estos con un promedio del 57% indicaron su inconformidad con la administración.
- Los funcionarios del área operativa deberán ser estrategas, tener predisposición para poder coordinar los trabajos con la gerencia y tener claro con la ejecución del modelo de gestión operativo proyectarse a los resultados esperados
- Al entregar el presente modelo de gestión operativa a la administración de la EPUMEM-Q, servirá para facilitar a los funcionarios del área inmersa un modelo de trabajo para que lo realicen en cada visita a los mercados municipales.

## **6.2. Recomendaciones**

- Realizar evaluaciones periódicas, en cuanto el modelo de gestión operativa entre en vigencia, a fin de corregir la mala práctica de operatividad y definir nuevas estrategias de acuerdo a la realidad de los mercados municipales
- Es necesario que el área operativa realice un control semanal de la higiene y presentación de los productos que se expende en los mercados municipales con el fin de brindar un buen servicio a los usuarios.
- Asegurar las capacitaciones continuas para el crecimiento de liderazgo y responsabilidad con la finalidad de alcanzar el bien común tanto para el usuario interno como externo.

- Se recomienda la ejecución de la propuesta a la administración de la EPUMEM-Q, considerando la incidencia que tendrá la gestión operativa en los mercados municipales.

## **CAPÍTULO VII**

### **BIBLIOGRAFÍA**



## 7.1 Bibliografía

- ACOSTA F. (2009).** El Poder Público Municipal. Caracas: Editorial Vadell Hermanos,.
- ALONSO, J. (2009).** Un enfoque de Gestión Pública Municipal: San Diego, Valencia y Libertador del Estado Carabobo.
- CHIAVENATO, A. (2009).** Gestion de Talento Humano. Mexico: Mc Graw Hill.
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.** (2008). Montecristi, Manabí.
- DAVID F. (2009).** La gerencia Estratégica. (Tercera reimpresión ed.). Bogotá, Colombia.: Fondo Editorial Legis.
- DETALLES.EC.** (19 de 03 de 2015). Obtenido de <http://www.detalles.ec/2012/10/presentarnotiobras.php?id=121225114807820c4>
- ECONOMÍA48.COM.** (19 de 03 de 2015). Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/empresa-publica/empresa-publica.htm>
- GESTIONOPERATIVA.COM.** (17 de 02 de 2015). Obtenido de <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/>
- HEIZER, J. (2012).** Principios De Administracion De Operaciones. (pág. 10). Mexico: PEARSON Educacion.
- HELLRIEGEL, D. (2009).** Comportamiento Organizacional. Colombia: Thomson 10ma Edicion.
- LAHORA.COM.EC.** (19 de 03 de 2015). Obtenido de [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101572396/-1/Quevedo%3A\\_Su\\_historia,\\_\\_producci%C3%B3n\\_y\\_\\_crecimiento\\_comercial.html#.VZ80XPIHOa8](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101572396/-1/Quevedo%3A_Su_historia,__producci%C3%B3n_y__crecimiento_comercial.html#.VZ80XPIHOa8)

**LEY ORGÁNICA DE EMPRESAS PÚBLICAS**, Asamblea Nacional. (29 de 09 de 2009). <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/>. Recuperado el 26 de 01 de 2015, de [http://www.telecomunicaciones.gob.ec/ley organica de empresas publicas](http://www.telecomunicaciones.gob.ec/ley-organica-de-empresas-publicas)

**NORMA-OHSAS 18001**. (s.f.). Recuperado el 08 de 09 de 2014, de <http://norma-ohsas18001.blogspot.com/2012/10/sistema-de-gestion-en-seguridad-y-salud.html>

**ORDENANZA CONSTITUCIÓN**. (23 de 05 de 2013).

**ORGÁNICO FUNCIONAL**. (05 de 09 de 2013).

**VIAJANDOX.COM**. (19 de 03 de 2015). Obtenido de <http://www.viajandox.com/losrios/quevedo-canton.htm>

**MERCADOSMUNICIPALES.ES**. (s.f.). Recuperado el 14 de 09 de 2014, de <http://www.mercadosmunicipales.es/index.html>

**CAPÍTULO VIII**  
**ANEXOS**

## Anexo N° 1. Encuestas dirigida a los comerciantes de los mercados municipales



### ENCUESTAS PARA LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE QUEVEDO

Según su criterio marque con una X la respuesta

- ¿Cree usted que existe comunicación entre la administración de la empresa pública mercados y comerciante?  
SIEMPRE   
RARA VEZ   
NUNCA
- ¿La gestión que realiza el área operativa del mercado se orienta a la satisfacción de los comerciantes?  
SIEMPRE   
RARA VEZ   
NUNCA
- ¿Cuándo ha habido quejas por parte de los comerciantes la administración del mercado pone atención y repara el inconveniente?  
SIEMPRE   
RARA VEZ   
NUNCA
- ¿Se rige usted bajo una normativa de higiene y presentación en los productos que expende?  
SI   
NO
- ¿La administración de Mercados se preocupa por el seguimiento y control de higiene y presentación de los productos que usted expende?  
SI   
NO   
TAL VEZ

6. ¿Cómo considera la sectorización y clasificación de los locales en el mercado?
- BUENA
- REGULAR
- MALA
7. ¿Se aplica seguimiento y control por parte de la administración de mercados para que se cumpla con el pago del canon de arrendamiento del local municipal?
- SI
- NO
- TAL VEZ
8. ¿La administración de mercados municipales se preocupa de acciones de interés, como capacitación a comerciantes?
- SIEMPRE
- RARA VEZ
- NUNCA
9. ¿La administración de mercados municipales se preocupa por la publicidad de los productos que se expenden en los mercados municipales?
- SIEMPRE
- RARA VEZ
- NUNCA
10. ¿De los siguientes servicios cuál cree usted debería tener un mercado para considerarlo moderno?
- SISTEMA DE EXTRACCIÓN DE AIRE
- SERVICIO DE MOVILIZACIÓN INTERNA (COCHES)
- CÁMARAS DE SEGURIDAD
- GUARDIANÍA
- TODOS

**Anexo N° 2.** Encuestas dirigida a los usuarios o consumidores de los mercados municipales.



**ENCUESTAS PARA LOS USUARIOS O CONSUMIDORES DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE QUEVEDO**

**Según su criterio marque con una X la respuesta.**

1. ¿Conoce usted donde está ubicada la oficina administrativa de la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo?  
SI   
NO
2. ¿Sabe usted quien es el gerente de la Empresa Pública de Mercados Municipales de Quevedo?  
SI   
NO
3. ¿Considera usted que los comerciantes de los mercados transmiten confianza al usuario, para que regresen a comprar?  
SI   
NO   
TAL VEZ
4. ¿Considera usted que los comerciantes de los mercados municipales tratan a los usuarios de forma amable y cortés?  
SI   
NO   
A VECES

5. ¿Existe lista precio de los productos que expenden en los mercados municipales?

SI

NO

A VECES

6. ¿usted cree que existe higiene y presentación en los productos que se expenden en los mercados municipales?

SI

NO

TAL VEZ

7. ¿Considera usted que se controla el peso y medida en los mercados municipales?

SI

NO

A VECES

8. ¿Usted considera que en los mercados municipales existe seguridad tanto para los comerciantes como para los usuarios?

SI

NO

9. ¿Si tuviera un reclamo sabe adónde dirigirse con la queja?

SI

NO

TAL VEZ

10. De los siguientes servicios cuál cree usted debería tener un mercado para considerarlo moderno?

SISTEMA DE EXTRACCIÓN DE AIRE

SERVICIO DE MOVILIZACIÓN INTERNA (COCHES)

CÁMARAS DE SEGURIDAD

GUARDIANÍA

TODOS

### Anexo N° 3. Encuestas dirigida a los funcionarios de la EPUMEM-Q.



#### ENCUESTAS PARA LOS FUNCIONARIOS DE LA EMPRESA PÚBLICA DE MERCADOS MUNICIPALES DE QUEVEDO

Según su criterio marque con una X la respuesta

1. ¿Cree usted que existe compromiso por parte de la administración de Mercados para mejorar los servicios en los mercados municipales?

SI

NO

2. ¿Considera usted que la gerencia de la Empresa Pública de Mercados supervisa el desempeño y cumplimiento de los funcionarios del área operativa a la satisfacción de los comerciantes?

SIEMPRE

RARA VEZ

NUNCA

3. ¿La EPUMEM-Q cuenta con un Modelo de Gestión Operativa para óptimo control en los mercados?

SI

NO

NO SABE

4. ¿Los funcionarios del área operativa aplican algún formato para controlar, infraestructura y el estado de los productos que se expenden en los mercados municipales?

SI

NO

NO SABE

5. ¿Cree usted que el área operativa de la EPUMEM-Q, está comprometida en solucionar los problemas que se presenten en los mercados municipales?
- SI
- NO
- TALVEZ
6. ¿Considera usted que los funcionarios del área operativa posee capacidad para formular estrategias de control?
- SI
- NO
- TALVEZ
7. ¿Cree usted que los comerciantes de los mercados municipales pagan sus obligaciones (arriendo, servicios básicos) a tiempo?
- SI
- NO
- A VECES
8. ¿Cómo podría calificar la gestión operativa en los mercados?
- EXCELENTE
- BUENA
- MALA
9. ¿Cómo considera usted la relación entre la empresa y los comerciantes?
- BUENA
- REGULAR
- MALA
10. ¿Usted considera que en los mercados municipales existe seguridad tanto para los comerciantes como para los usuarios?
- SI
- NO
- TAL VEZ

## **Anexo N° 4. Entrevista dirigida al gerente de la EPUMEM-Q.**



### **ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE LA EPUMEM-Q Ing. Yaco Verduga León.**

1. ¿Considera usted que el desarrollo de la gestión emprendida dentro de la empresa depende de la capacitación y motivación y experiencia de los funcionarios?
2. ¿Diga usted si los funcionarios del área operativa poseen la capacidad para formular estrategias de control cuando realizan supervisión en los mercados?
3. ¿Considera que la administración de mercados motiva a los comerciantes para realizar trabajos de cooperación en equipo?
4. ¿Existen planes de mejoramiento continuos en los mercados municipales para el control de calidad del servicio ofrecido por los comerciantes?
5. ¿Actualmente se aplica algún modelo de gestión operativa en los mercados municipales?
6. ¿Cómo calificaría usted la relación que existe entre administración de mercados y los comerciantes?

**Anexo N° 5.** Análisis FODA realizada a la EPUMEM-Q.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa creada mediante Ordenanza Municipal.</li> <li>• Apoyo del Directorio en ejecución de obras</li> <li>• Cuenta con Reglamento Orgánico y Funcional.</li> <li>• Poseen valores empresariales con los que se desarrolla su servicio autofinanciándolos.</li> <li>• Agilización de los trámites para brindar un servicio de calidad</li> <li>• Las instalaciones de la empresa son fácilmente localizables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa en vías de crecimiento.</li> <li>• Reforma de la Ordenanza constitutiva de la empresa</li> <li>• Financiamiento futuro con las instituciones financieras del estado para la futura edificación propia: la CFN y el BEDE.</li> <li>• Selección del personal por Mérito y Oposición. Fortalecimiento del perfil laboral del personal administrativo y operativo mediante actualización de conocimientos.</li> <li>• Modernización de los mercados existentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromisos políticos en la ubicación laboral.</li> <li>• Falta de atribuciones de competencia en la Ordenanza de la constitución de la EPUMEM-Q.</li> <li>• No cuentan con un plan estratégico.</li> <li>• Reglamento de Mercados no ha sido actualizado</li> <li>• Falta de compromiso de los funcionarios del área operativa</li> <li>• Ambiente de trabajo hostil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inestabilidad política y jurídica, por la libre remoción de los cargos.</li> <li>• Desacuerdo con los comerciantes en las Ordenanzas.</li> <li>• Rechazo de los comerciantes a su instalación en la nueva edificación del Mercado del Rio.</li> </ul>

**Fuente:** La investigación

**Elaboración:** La autora

**Anexo N° 6. Petición para trabajo investigativo M.I. Municipalidad de Guayaquil.**

Guayaquil, 17 de marzo 2015

Ingeniero  
Gustavo Zúñiga  
DIRECTOR ASEO CENTRAL, MERCADOS Y SERVICIOS ESPECIALES  
Presente.-



De mis consideraciones:

Yo, Sonia Rocío Rosado Montoya, Portadora de de la cedula de ciudadanía 120359390-8, como estudiante egresada de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, UED de la carrera ADMINISTRACION Y GESTION PUBLICA Y MUNICIPAL, actualmente me encuentro realizando mi trabajo de Tesis, misma que está enfocada a la administración de Mercados Municipales, y conedores de pla buena administración de Mercados Municipales que se tiene en esta ciudad, solicito a usted me proporcione Modelo de Gestión de Mercados Municipales, información, relacionada a:

- Ordenanzas de Mercados Municipales
- Modelo de Gestión de Mercados
- Reglamento de Mercados Municipales
- Organigrama de Mercados Municipales

Para efectos de tramite adjunto Tasa de tramite Municipal, copia de cedula, así como también detallo mi dirección de correo electrónico, [soniarosadom@hotmail.com](mailto:soniarosadom@hotmail.com)

Segura de contar con su valiosa ayuda, quedo de usted agradecida.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Sonia Rosado Montoya', written over a circular stamp or seal.

Sonia Rosado Montoya  
Telif cel. 0980724372

Anexo N° 7. Pago de tasa municipal al M.I. Municipalidad de Guayaquil.

**MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL**  
**COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA**

	MES <b>MAR</b>	DIA <b>17</b>	AÑO <b>2015</b>	CAJA No. <b>4</b>	No. <b>20269359</b>
--	-------------------	------------------	--------------------	----------------------	------------------------

CONTRIBUYENTE  
**SONIA ROCIO ROSADO MONTOYA**

CEBULA - R.U.C. - CÓDIGO CATASTRAL  
**1203593908**

CODIGO TRANSACC.  
**TAS**

CONCEPTO  
**PAGO DE TASA DE TRAMITE MUNICIPAL**  
**TASA UNICA DE TRAMITE**  
**TASA UNICA MUNICIPAL #: 21654767**

*ESTE RECIBO ES SOLO EL INICIO DE UN TRAMITE*

VALOR RECIBIDO	
EFFECTIVO	\$.*****2.00
CHEQUES	\$.*****0.00
MC y/o TRANSFER	\$.*****0.00
<b>TOTAL RECIBIDO</b>	<b>\$.*****2.00</b>

20269359



<i>[Signature]</i> DIRECTOR FINANCIERO	<i>[Signature]</i> TESORERO MUNICIPAL	<i>[Signature]</i> REPRESENTANTE
---	--	-------------------------------------

PAPELET  
CONTRIBUYENTE  
TESORERIA MUNICIPAL  
CAJA  
**19 MAR 2015**  
**1203593908**  
SELLO Y FIRMA DE  
**PAGADO**

CONTRIBUYENTE

**Anexo N° 8. Respuesta para trabajo investigativo M.I. Municipalidad de Guayaquil.**

**DACMSE-CTBM-2015-1596**

Guayaquil,

Señora (ita):

**SONIA ROCIO ROSADO MONTOYA,**

**Facultad de Administración y Gestión Pública y Municipal**

**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL QUEVEDO**

Ciudad.-

Asunto: **INFORMACIÓN RED DE MERCADOS PARA TRABAJO DE TESIS**

Ref: oficio sin # del 17/marzo/2015

De mis consideraciones:

En atención al oficio de la referencia el cual requiere que la Dirección a mi cargo proporcione información relacionado al funcionamiento, estructura, normativa y memoria relacionada al modelo de gestión y conformación de la Red de Mercados en el cantón Guayaquil, sirvase encontrar adjunto lo solicitado (medio digital), cualquier dato adicional o ampliatorio sirvase comunicarse con el Dpto. Técnico de Bahías y Mercados mediante el conmutador de la Institución Municipal de número telefónico 2-594800 (Ext. 3347) a cargo de la Arq. Susana Salazar, COORDINADORA TÉCNICA de la DACMSE.

Atentamente,



**DIRECTOR DE ASEO CANTONAL,**

**MERCADOS Y SERVICIOS ESPECIALES**

Cc. Arq. Susana Salazar R. **COORDINADORA TECNICA DACMSE** Archivo. SSR

*RECIBIDO  
EJECUTIVO  
UNA FLASH ALUMNO  
17/03/2015*

**Anexo N° 9.** Entrega de Modelo de Gestión Operativa a la EPUMEM-Q.

Quevedo, 04 de mayo de 2015

Ingeniero  
Yaco Verduga León  
**GERENTE EPUMEM-Q**  
Presente.-

De mis consideraciones:

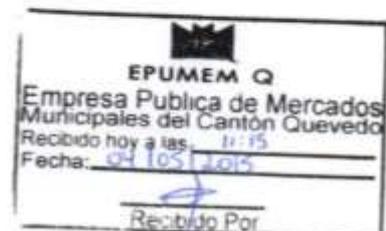
Reciba cordiales saludos, deseándole éxito en sus delicadas funciones. El fin del presente es poner a su consideración un Modelo de Gestión Operativa, mismo que tiene como propósito ser una guía de control, evaluación y estandarizar procesos que facilite la labor eficiente en los mercados municipales que usted acertadamente dirige a través de la EPUMEM-Q.

Estoy segura que el presente Modelo de Gestión Operativa desarrollado en la elaboración de mi Tesis previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración y, Gestión Pública y Municipal, contribuirá en solucionar problemas en el marco de la gestión pública.

Expreso la oportunidad de permitir la iniciativa, quedo de usted.

Atentamente,

  
Egda. Sonia Rosado Montoya.



**Anexo N°10.** Fotos tomadas durante el desarrollo de la investigación.



**Foto1:** Entrada mercado municipal Saucés IX



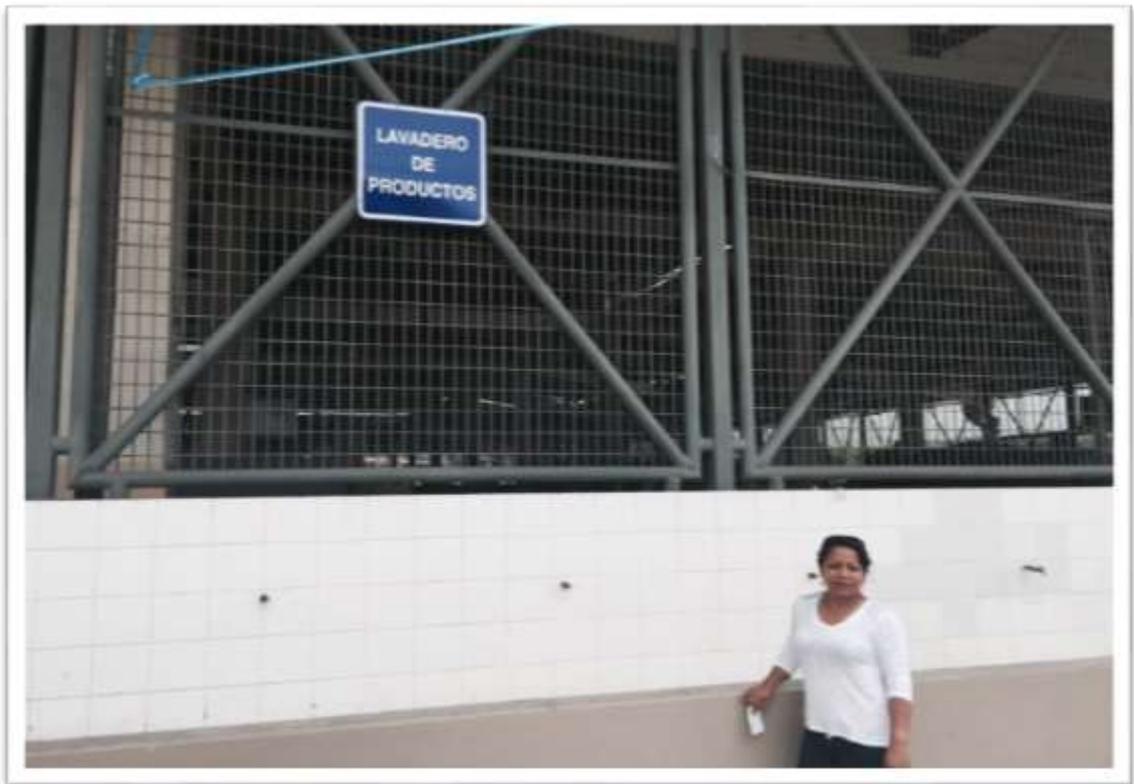
**Foto 2:** Sector mercado municipal Saucés IX



**Foto 3:** Presentación lista de precios en mercado municipal Saucres IX



**Foto 4:** Servicio de coche en mercado municipal Saucres IX



**Foto 5:** Lavadero de productos en mercado municipal Sauces IX



**Foto 6:** Oficina operativa en mercado municipal Sauces IX



**Foto 7:** Entrada principal del mercado municipal Nro.2



**Foto 8:** Encuestas a los comerciantes del mercado municipal Nro.3



**Foto 9:** Encuestas a los comerciantes del mercado municipal Nro.2



**Foto 10:** Encuestas a los comerciantes del mercado municipal Nro.3



**Foto 11:** Locales vacíos en el mercado municipal Nro.2



**Foto 12:** Encuestas a usuarios de mercados municipales



**Foto 13:** Encuestas a usuarios de mercados municipales



**Foto 14:** Encuestas a usuarios de mercados municipales



**Foto 15:** Encuestas a usuarios de mercados municipales



**Foto 16:** Encuestas a los funcionarios de la EPUMEM-Q



**Foto 17:** Entrevista al gerente de la EPUMEM-Q



**Foto 18:** Entrega del Modelo de Gestión Operativa al gerente de la EPUMEM-Q