UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

TÍTULO DE TESIS:

ANÁLISIS DEL MODELO DE GESTIÓN - ADMINISTRATIVO DEL MERCADO MUNICIPAL DE FRUTAS, HORTALIZAS, GRANOS Y CEREALES DEL CANTÓN JIPIJAPA

AUTOR:

MANUEL GENARO CAICEDO VARGAS

TUTOR:

ECON. CARLOS ZEA BARAHONA

Jipijapa – Manabí – Ecuador

2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERRA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

Econ. Carlos Zea Barahona, docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí "UNESUM" en calidad de Tutor de la Unidad de Titulación, de la Administración de Empresas Agropecuarias, sobre el tema: **" Análisis del modelo de gestión - administrativo del mercado municipal de frutas, hortalizas, granos y cereales del Cantón Jipijapa".**

CERTIFICA:

Que el mencionado trabajo está concluido en su totalidad y ha sido realizado bajo mi tutoría, con vigilancia periódica en su desarrollo y elaborado con entera responsabilidad por el egresado de la Carrera de Administración de Empresas Agropecuaria: **Manuel Genaro Caicedo Vargas, C.I. 092033689-8**, con el fin de obtener el título de Ingeniero en Administración de Empresas Agropecuarias de conformidad con las disposiciones reglamentarias, establecida para el efecto

Jipijapa, 14 de Septiembre de 2018

Econ. Carlos Zea Barahona
TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERRA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

"Análisis del modelo de gestión - administrativo del mercado municipal de frutas, hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa"

Autor: Manuel Genaro Caicedo Vargas

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Sometida a consideración del Tribunal de Revisión, Sustentación y Legalización de la Unidad de Titulación de la Carrera de Administración de Empresas Agropecuarias. Facultad de Ciencias Económicas, como requisito previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas Agropecuarias.

Presidente del Tribunal de Sustentación
Ing. Miguel Baque Cantos

.....

Miembro del Tribunal de Sustentación
Dr. Freddy Marcillo Merino

.....

Miembro del Tribunal de Sustentación
Ing. Sandra Toala Bozada

.....

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

La responsabilidad de la investigación, teorías, ideas, análisis, resultados, conclusiones, recomendaciones y propuesta planteados en el presente proyecto de tesis son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Yo, Manuel Genaro Caicedo Vargas; Egresado de la Carrera de Administración de Empresas Agropecuarias declaro que el trabajo descrito es de mi autoría; exclusivamente y los derechos patrimoniales de la misma a la Universidad Estatal del Sur de Manabí, puede hacer uso de los derechos correspondiente a este trabajo según lo establecido por la ley de propiedad intelectual por la normativa institucional vigente.

AUTOR

Manuel Genaro Caicedo Vargas
C.I. 092033689-8

DEDICATORIA

Cada noche sin dormir, cada esfuerzo, cada gota de sudor, cada uno de mis logros se los dedico a mi familia, la familia que me vio nacer y la familia que adquirir con el paso del tiempo, a los amigos que se convirtieron en familia también, de manera especial a la señora Grace Cecilia Morán Gutiérrez, a quien tuve el honor de conocer y tener como si suegra, le rindo un homenaje póstumo a su calidad humana y gran corazón, a todas las veces que me incentivo a ser mejor, a todos los sabios consejos que me supo compartir y a todo el cariño que me brindó como una madre sin llevar su sangre.

Para ustedes vivo, para ustedes soy y seré siempre.

AGRADECIMIENTO

Mi profundo y eterno agradecimiento a Dios, por regalarme un soplo de vida y por poner en mi camino valiosos seres humanos que día a día contribuyen en el aprendizaje y enriquecimiento de mi ser. Entre ellos destaco a mis padres, cuyo ejemplo de superación me ha convertido en un hombre con metas y ambiciones; a mi segunda madre que fue mi señora suegra, sé que en lo alto me bendice y está orgullosa de cada uno de mis logros. A mis hijos y a mi esposa que son el motor que me impulsa a ser una mejor versión de mí mismo para entregarme a ellos; y, de manera especial a mis maestros, por regalarme sus conocimientos y formarme como profesional. Como olvidarme de mis compañeros, quienes compartieron momentos de tensión y de esparcimiento también, haciendo que la jornada sea más llevadera y productiva para todos.

A todos ustedes, mi cariño, respeto y admiración por siempre. Muchas gracias.

INDICE

AGRADECIMIENTO VI
RESUMEN IX
SUMARY X
I. TITULO DEL PROYECTO 1
II. INTRODUCCIÓN 2
III. MARCO TEÓRICO 8
CAPÍTULO I 8
1.1. Antecedentes de gestión administrativa 8
1.2. Definiciones 10
1.2.1. Gestión 10
1.2.2. Administración 11
1.2.3. Gestión Administrativa 12
1.2.4. Gestión administrativa de mercados 13
1.2.5. Modelo de gestión administrativa de mercados 16
1.2.6. Modelo de gestión del Gad Municipal del cantón Jipijapa 18
1. PROCESOS GOBERNANTES (1) 23
1.1. Órgano de Legislación y Fiscalización (Concejo) 23
1.2. Primera Autoridad del Ejecutivo (Alcalde) 23
1.3. Participación Ciudadana 23
2. PROCESOS HABILITANTES DE ASESORÍA (2) 23
2.1. Auditoría Interna 23
2.2. Asesoría Legal 23
2.3. Comunicación Social 23
3. PROCESOS HABILITANTES DE APOYO (3) 23
3.1. Dirección de Gestión Administrativa 23
3.1.1. Área de informática 23
3.1.2. Departamento de Talento Humano 23
3.1.2.1. Bienestar Social y Seguridad Laboral 23
3.1.2.2. Roles 23

3.1.3. Departamento de Tesorería 23
3.1.4. Departamento de Rentas 23
3.1.5. Departamento de Avalúos y Catastros 23
2. Antecedentes 25
2.1 Mercado Municipal 25
2.2 Definiciones 25
2.2.1 Mercados 25
2.2.2 Mercados Municipales 27
2.2.3 Caracterización de los mercados municipales 28
2.2.4 Mercado municipal del Cantón Jipijapa 28
IV. DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO 31
V. CONCLUSIONES 39
VI. RECOMENDACIONES 39
VII. DISEÑO DE LA PROPUESTA 40
7.1.- Título 40
7.2.- Introducción 40
7.3.- Justificación 42
7.4. Objetivos: 43
7.4.1. Objetivo general: 43
7.4.2. Objetivos específicos: 43
7.5.- Actividades 44
VIII. BIBLIOGRAFÍA 52
IX. ANEXOS 57
ANEXOS I 57

RESUMEN

El presente proyecto de investigación está enfocado al mercado municipal del cantón Jipijapa, además de constituirse en centros de intercambio de bienes de consumo de frutas, hortalizas y legumbres que brindan para el ahorro economía a la familia, es necesario que el mercado de abastecimiento brinde las comodidades necesarias a sus comerciantes y usuarios, ya que en la encuesta se encontró que el 64 % consideran que el modelo de gestión para el manejo del mercado municipales. Se planteó como objetivo general "Analizar el Modelo de Gestión Administrativo del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa, y el impacto en el mercado municipal", cuyos objetivos específicos fueron: la situación actual sobre la Gestión administrativo del mercado municipal, el impacto del Modelo de Gestión administrativo en el mercado municipal, generando como propuesta de la investigación es basada en indicadores para evaluar y controlar la gestión administrativa del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del Cantón Jipijapa.

En la investigación se hizo uso del método analítico para determinar las deficiencias y debilidades en el manejo y administración del mercado municipal, y sus procesos y transformaciones, además de emplear el método deductivo porque se partió de un todo en la gestión administrativa, habrá mayor control y organización en las actividades y sobre el mercado municipal de Jipijapa.

Palabra clave: Modelo de gestión, particularizo, comerciantes, mercado municipal

SUMARY

The present research project is focused on the municipal market of the Jipijapa Canton, in addition to being centers of exchange of consumer goods of fruits, vegetables and legumes that provide for economy savings to the family, it is necessary that the supply market provides the necessary amenities to its merchants and users, since in the survey it was found that 64% consider the management model for the management of the municipal market. The general objective was "Analyze the Administrative Management Model of the municipal market of fruit, vegetables, grains and cereals of the Jipijapa Canton, and the impact on the municipal market", whose specific objectives were: the current situation on the administrative management of the municipal market , the impact of the Administrative Management Model in the municipal market, generating as a proposal of the research is based on indicators to evaluate and control the administrative management of the municipal market of fruits, vegetables, grains and cereals of the Jipijapa Canton.

In the research, analytical method was used to determine the deficiencies and weaknesses in the management and administration of the municipal market, and its processes and transformations, in addition to using the deductive method because it started from a whole in the administrative management, there will be more control and organization in the activities and on the municipal market of Jipijapa.

Keyword: Management model, particulars, merchants, municipal market

I. TITULO DEL PROYECTO

ANÁLISIS DEL MODELO DE GESTIÓN - ADMINISTRATIVO DEL MERCADO MUNICIPAL DE FRUTAS, HORTALIZAS, GRANOS Y CEREALES DEL CANTÓN JIPIJAPA

II. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia del Ecuador la economía ha sido el principal proveedor de crecimiento y desarrollo, así como la inversión pública y las exportaciones de materia prima sobre todo del petróleo, generando la necesidad de que el estado busque el empleo de procedimiento y sistemas para conllevar a una administración y control eficiente. La producción y demanda de producto del territorio ecuatoriano ha fortalecido la actividad económica del país, generando transformaciones positivas de enormes proporciones.

El crecimiento social de territorio ecuatoriano junto al aumento de las demandas de productos de necesidad, conllevó al aumento de la actividad económica y de la expansión de sitios públicos llamado mercados. Los mercados son el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

Los mercados y centrales de abasto constituyen uno de los servicios públicos que constitucionalmente le corresponde prestar al ayuntamiento de manera adecuada, permanente y equitativa para toda la población del municipio.

Los mercados municipales son lugares de cercanía o proximidad con el consumidor conjuntamente con una oferta definida, cuentan con una amplitud de horarios, unas buenas ofertas y unas adecuadas promociones, que se convierten en los elementos decisivos para que el consumidor apueste por este formato comercial.

El propósito principal de los mercados radica en el abastecimiento y distribución de provisiones y productos de primera necesidad para los habitantes del cantón Jipijapa, bajo la dirección y control de las diferentes autoridades municipales, quienes tienen la responsabilidad de una buena administración, a fin de proporcionar los espacios y gestiones adecuadas, con el objetivo de brindar servicio de calidad a los usuarios y comerciantes.

Los habitantes del cantón Jipijapa, realizan la comercialización en el mercado municipal en donde se distribuyen frutas, hortalizas, granos y cereales, y otros alimentos que sirven para la subsistencia del ser humano, en el cantón los espacios se caracterizan porque la mayoría poseen estructuras de construcciones mixtas, y otros por ser una actividad realizada de manera libre (comerciantes ambulantes e informales), por lo tanto es importante analizar la gestión administrativa que ejerce el Gad municipal al mercado.

El presente trabajo de investigación tiene como meta el análisis del modelo en gestión administrativo que actualmente se aplica en el Mercado Municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa a fin de lograr establecer la calidad al momento de brindar los servicios a los pequeños comerciantes y usuarios que hacen uso de este centro de abasto, a través del diagnóstico y estudio de las herramientas empleadas para efectivizar la toma de decisiones.

Con lo expuesto anteriormente se propone el siguiente problema, Objeto, campo, de investigación, campo de estudio, y objetivos que se detallan a continuación:

El problema científico: La deficiente administración del mercado municipal de

frutas hortalizas, granos y cereales del Cantón Jipijapa.

El objeto de la investigación: proceso de gestión administrativo.

El campo de estudio: Gestión administrativo

El **objetivo general**: Analizar el Modelo de Gestión Administrativo del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa, y el impacto en el mercado municipal.

Como objetivos específicos para la siguiente investigación se plantean:

- ✓ Diagnosticar la situación actual sobre la Gestión Administrativo del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa.
- ✓ Analizar el impacto social del Modelo de Gestión Administrativo en el mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa
- ✓ Elaborar una propuesta basada en indicadores para evaluar y controlar la gestión administrativa del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa.

Para el levantamiento del diagnóstico se aplicaron encuestas a la población del cantón Jipijapa determinado una muestra de 382 y las entrevistas a los comerciantes registrado en el Gad municipal, que expenden productos dentro del municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa.

Para poder determinar cuántos comerciantes existían y que actividad ejercían se realizó un censo el mismo que arrojó los siguientes datos: este mercado cuenta con 50 módulos; 19 comerciantes activos con diferentes actividades, 4 módulos se encuentran ocupados como bodegas por comerciantes informales y varios que están en pésimo estado

y otros sin ser ocupados.

Los métodos de investigación teórico, que se emplearon para el desarrollo de la investigación son:

Análisis – Síntesis. - Permite realizar un estudio del proceso de gestión administrativa del GAD municipal del cantón Jipijapa, para determinar las deficiencias y debilidades en el manejo y administración del mercado municipal, con el enfoque teórico, empírico sobre su proceso y transformación.

Inducción: Este método se lo va utilizar mediante la observación directa de las características de los comerciantes formales e informales estableciéndose como consecuencias claras que sirvan para la conformación de la estructura física organizacional.

Deducción: Para analizar los modelos de gestión administrativa de los mercados municipales existentes en las instituciones públicas, y determinar sus aspectos particulares, contribuyendo a la presente investigación.

Descriptivos – Investigativos. - Utilizado en el diagnóstico de campo para describir los problemas presentes en la administración de los mercados municipales, identificando las estratégicas y acciones con el objeto de plantear objetivos y metas en la presente investigación**.**

Técnicas de investigación

Los métodos que se utilizaron en este estudio fueron las siguientes:

Fuentes Primarias

Encuesta: La encuesta se lo realizo a los consumidores del mercado municipal de frutas y hortalizas para determinar la utilidad de los modelos de gestión en el desarrollo del mercado municipal.

Observación: Se escogió esta técnica que permitió obtener mayor información sobre forma de comercialización que realizan los comerciantes de mercados municipales.

Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias están constituidas por todas las informaciones que se obtuvo de los diferentes libros, revista, internet, de los cuales se obtiene los datos principales específicamente que se usaron para logara con los fines de la investigación.

El mercado de abasto municipal del cantón Jipijapa, a fin de alcanzar los objetivos propuesto por la administración sustentada en los principios básicos y específicos de los estándares de calidad ajustados mediante los usuarios y comerciantes del mercado, esto nos permitirá diagnosticar el estado real de las necesidades administrativas, identificando las dificultades que presentará cumplir los objetivos, de la planificación de las acciones y actividades, la falta de coordinación entre otros elementos útiles, para formular estrategias que faciliten el cumplimiento de los objetivos propuesto de este centro de basto municipal.

El GAD del cantón Jipijapa ha venido desarrollando, por lo que la participación comunitaria es considerada como elemento importante para el estudio sistemático de posibles condiciones del futuro, incluyendo un análisis sobre los cambios que se

lograrían como resultado de la aplicación y las consecuencias de políticas y acciones.

La problemática planteada, pone en evidencia la necesidad de investigar la real situación de la gestión municipal del GAD de Jipijapa, que permitan la participación ciudadana a través de la gestión prospectiva, se considera necesario la aplicación y ejecución de un modelo de gestión administrativa a fin de corregir los errores detectados y buscar la calidad en el servicio que brinda del mercado municipal del cantón Jipijapa.

III. MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

1.1. Antecedentes de gestión administrativa

La gestión administrativa surgió desde la existencia del hombre cuando los seres humanos tuvieron que juntarse para realizar actividades de sobrevivencias, tomar decisiones, administrar los recursos, buscar alimentos, etc., por lo tanto los fundamentos administrativos tuvieron su origen en la antigüedad (Mosquera, 2013).

Las primeras aportaciones en la administración como ciencia surgieron en la época de los sumerios, egipcios, romanos, quienes aportaron en temas como estrategias, pero fue a partir del siglo XX que tomó fuerzas y se analizaron la eficiencia de su aplicación en los negocios y organizaciones. A partir de entonces la administración se ha estudiado desde sus enfoques y funciones, desde sus estrategias y sistemas (Mosquera, 2013).

Surgiendo la gestión administrativa, como el elemento principal que implica "la capacidad de institución para definir, alcanzar y evaluar los propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles (Campos Encalada & Loza Chávez , 2011).

La gestión administrativa se entiende como el resultado del conjunto de acciones y procedimientos llevados a cabo en las instituciones públicas, para mejorar procesos, y sistemas en el interior de estas organizaciones.

1.1.1. Modelo De Gestión Administrativa

El origen del modelo de gestión administrativa se remonta a las concepciones aristotélicas de causa y efecto, es decir que toda acción realizada de forma correcta o incorrecta en la parte administrativa, siempre se verá reflejada en los resultados que se obtengan. Además, se considera que estos modelos se enmarcan en la interacción con otros patrones, en su objetividad al ser implementadas en una organización, su capacidad de respuesta, su movilidad interna y por último su grado de dependencia. (De la Rosa; 2014)

Un modelo de gestión es un marco referencial para la administración y toma de decisiones en la empresa, es decir, es la secuencia ordenada en la que se deben realizar las actividades administrativas, haciendo un uso eficiente de los recursos asignados para facilitar el proceso de toma de decisiones y la construcción de nuevas estrategias (Paredes, 2010).

El objetivo de los modelos de gestión administrativa es evaluar constantemente todos los procesos y gestión administrativa de las empresas con el fin de dar cumplimiento a los objetivos propuestos por la empresa. De tal manera que se ha convertido en una herramienta de ayuda para que las empresas puedan manejarse más eficientemente (GÓMEZ, 2011).

Mediante los modelos de gestión administrativa se puede efectivizar los procesos de control, monitoreo, organización, planificación, planeación, de las pequeñas, medianas, y grandes empresas, para alcanzar los objetivos, tanto financieros, administrativos, técnicos, en beneficio a la empresa, su personal, sus

clientes y proveedores con que los pilares primordiales de un buen control dentro de las organizaciones (GÓMEZ, 2011).

Los modelos de gestión administrativa a través del tiempo, han evolucionado significativamente implementándolos en las empresas y organizaciones del mundo, con los nuevos cambios tecnológicos y la globalización las empresas han crecido significativamente tanto así, que los mercados están en función de lo que las empresas producen (GÓMEZ, 2011).

El modelo de gestión que utilizan las organizaciones públicas es diferente al modelo de gestión del ámbito privado. Mientras el segundo se basa en la obtención de ganancias económicas, el primero pone en juego otras cuestiones, como el bienestar social de la población (Pérez Porto & Merino, 2012).

El Modelo de Gestión Administrativa optimiza los procesos, logrando un trabajo más eficaz y fácil de realizar, estableciendo procedimientos de seguimiento y control, fases importantes en una estructura organizativa, ya que de acuerdo a los resultados se facilita la toma de decisiones a partir del conocimiento de la situación existente y de su evolución histórica (LINO, 2014).

1.2.Definiciones

1.2.1. Gestión

La gestión dentro de un agente económico de primera relevancia, como es la empresa, son guías para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para logar objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una

de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución (GAIBOR, 2011).

Es importante recalcar que la palabra gestión es sinónimo de administración. Por lo tanto, es una de las labores más importantes dentro de las organizaciones ya que interrelacionan las actividades individuales de las diferentes áreas, departamentos y personas para integrar (MORENO ROMERO , REYES JOVE, & ROSA GUILLÉN, 2012).

La gestión implica también una concepción y una práctica respecto del poder, de la administración y la circulación del mismo y de las formas de construir consensos y hegemonías dentro de una determinada organización o institución.

La gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación (Pérez Porto & Merino, 2012).

1.2.2. Administración

La administración se puede definirse de diversas formas al igual que sucede con otras áreas del conocimiento, se puede considerar como un sistema constituido por derecho público, mediante los recursos lograr que al régimen público sea efectiva de la acción administrativa del gobierno, o mediante los trabajadores y accionistas que existen en los Gad Municipal (Campos Encalada & Loza Chávez , 2011).

Administración pública se incorpora de la perspectiva en el ámbito de la sociedad enfocándose en resolver sus necesidades y articulando los medios para asegurar las condiciones de vida de la comunidad. Se transforma así en la actividad del estado, interesada en conseguirlos fines y objetivos de éste mediante ciertos métodos o modos de organización y medios de ejecución (Galinelli, 2015).

Es una ciencia y arte, que utiliza un proceso sistémico orientado a optimizar los escasos recursos disponibles por una organización, con la finalidad de alcanzar los objetivos con eficiencia y eficacia satisfaciendo las expectativas de los clientes, trabajadores, accionistas, estado y la sociedad en su conjunto (Puga, 2016).

1.2.3. Gestión Administrativa

Gestión administrativa es el conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

Gestión administrativa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planeación, organización, dirección y control (Sérvulo, sf).

La gestión administrativa a través del tiempo, han evolucionado significativamente implementándolos en las empresas y organizaciones del mundo, con los nuevos cambios tecnológicos y la globalización las empresas han crecido

significativamente tanto así, que los mercados están en función de lo que las empresas producen (Ramírez Casco, Ramírez Garrido, & Calderón Moran, 2017).

La Gestión administrativa, es la puesta en práctica de cada uno de los procesos de la administración; éstos son: la planificación, la organización, la dirección, la coordinación o interrelación y el control de actividades de la organización; en otras palabras, la toma de decisiones y acciones oportunas para el cumplimiento de los objetivos preestablecidos de la empresa y que se basan en los procesos (Ramírez Casco, Ramírez Garrido, & Calderón Moran, 2017).

La gestión administrativa es un elemento esencial en todas las empresas, ya que de ella depende en gran medida que se dé el buen funcionamiento, el desarrollo y cumplimiento de las metas organizacionales (González, 2016).

1.2.4. Gestión administrativa de mercados

La Administración municipal de mercados es una dependencia de la Alcaldía Municipal, cuyo propósito es ofrecer un importante servicio a un amplio sector de la población, a fin de que los vendedores y compradores cuenten con las instalaciones apropiadas para la comercialización de los productos, así como contribuir a resolver algunos de los diversos problemas más importantes del mercado (Salvador, 2010).

Los mercados generan beneficios económicos y sociales para la población en su conjunto, ya que en estos se mueven grandes flujos de dinero que llevan a dinamizar más la economía al grado de hacerlos permanentes, y en ellos se pueden encontrar una diversidad de productos en un mismo local (Salvador, 2010).

La administración del mercado municipal considera que las organizaciones de procesos productivos y la participación servicios de comercialización son los recursos humanos y técnicas para la gestión y la administración con los habitantes del cantón y la distribución comercial de los productos y garantizando la libre competencia (Robles, 2014).

Gestión administrativa del mercando municipal del cantón Jipijapa

El Concejo Municipal es el órgano de legislación y fiscalización del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Jipijapa. Es así como la municipalidad tiene la obligación de velar en las respectivas localidades acerca de la salubridad, higiene pública, pesos y medidas de los productos y la calidad de los productos que se comercializan en los mercados (Galinelli, 2015).

Marco Normativa De La Administración Municipal

Art. 241, La planificación garantizará el ordenamiento territorial y será obligatoria en todos los gobiernos autónomos descentralizados

Art. 264.- Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural"

Art. 276, El Régimen de Desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. "Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población…"
2. "Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución…"
3. "Fomentar la participación y el control social, en reconocimiento de las diversas identidades y promoción…"
4. "Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas…"
5. "Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción…"
6. "Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales…"
7. "Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio…"

Art. 277. Para consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

1. Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza.
2. Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo.
3. Generar y ejecutar la política pública…"
4. "Producir bienes, crear y mantener…"
5. "Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico…"
6. "Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes…"

Art. 280, al Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetan políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto Estado; y la inversión y asignación recursos públicos; coordinar competencias exclusivas entre Estado Central y GAD. Su observancia obligatoria sector público e indicativo para los demás sectores.

Normas técnicas de control interno específicas de lo municipalidad del cantón Jipijapa

Artículo 1.- Naturaleza Jurídica, Sede y Funciones del GAD Municipal. - El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Jipijapa, es persona jurídica de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera; estará integrado por las funciones de:

Participación Ciudadana; legislación, fiscalización, y ejecutiva.

Para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden.

La sede del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Jipijapa será en su cabecera cantonal prevista en la ley de creación del cantón.

1.2.5. Modelo de gestión administrativa de mercados

El objetivo de los modelos de gestión administrativa es establecer procedimientos de seguimientos y control de los procesos internos y de los productos o servicios, de tal forma que se facilite la toma de decisiones, la competitividad y efectividad de las organizaciones en la creación de valor para todos sus grupos de interés, especialmente para sus clientes y mercados, destinados al mejoramiento continuo de la calidad de los productos y en los servicios (Rivera, 2014).

Estos modelos de excelencia no solo se orientan hacia las satisfacciones de los clientes, considerando que los procesos de gestión son un sistema que se adapta al medio externo de la organización, en forma tal que estos pueden ser mejorados en la medida que se aumenta la eficiencia y eficacia de los procesos que generan la calidad de servicios municipales (España, 2016).

Los modelos de gestión mejoran la calidad de los servicios que ofrecen los mercados y que entregan a la comunidad, fortaleciendo la capacidad de gestión, instalando una cultura de mejoramiento continuo de los procesos de gestión de las municipales, basadas en la autoevaluación y la aplicación de planes o iniciativas de mejora continua, trazando un camino hacia la excelencia en la gestión de los servicios municipales. (Tagua; 2016)

Los modelos de gestión administrativa son importantes, porque ayudan a controlar, monitorear, organizar, planificar, planear, todo el proceso administrativo de las pequeñas, medianas, y grandes empresas, con el único fin de lograr sus objetivos, tanto financieros, administrativos, técnicos, en beneficio a la empresa, su personal, sus clientes y proveedores son que los pilares primordiales de un buen control dentro de las organizaciones (España, 2016).

Los modelos de gestión mejoran la calidad de los servicios que ofrece el mercado de Jipijapa, fortaleciendo la capacidad para el mejoramiento continuo de los procesos de gestión municipal, basada a las aplicaciones o iniciativas para el mejoramiento para así continuar, hacia la excelencia en la gestión de los servicios que

da los Gad municipales (Bustamante Chong, BustamanteChong, Caamaño Bustamante, & et al., 2017).

1.2.6. Modelo de gestión del Gad Municipal del cantón Jipijapa

En la actualidad existe un proyecto para el funcionamiento del camal regional para la zona sur de Manabí, que cubriría las necesidades de los cantones Jipijapa, Paján y Puerto López, se están llevando a efecto gestiones encaminadas a la conformación de una mancomunidad que beneficie a estos cantones. De acuerdo a los procesos anteriores en lo que respecta a la elaboración y actualización de los PD y OT de los diferentes niveles de los GAD`s, se pudo observar que la predisposición de las autoridades y el conocimiento del proceso es de suma importancia para su ejecución (Almeida, GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL , 2014).

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Jipijapa, no tiene convenios firmados con otros GAD´s cantonales ni regionales para la conformación de mancomunidades o consorcios, sin embargo existen instituciones y organismos tanto públicos y privados que aportan al desenvolvimiento de las actividades de desarrollo, instituciones que interactúan con otros cantones de la zona sur manabita (Almeida, GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL , 2014).

El gobierno autónomo descentralizado del cantón Jipijapa tiene como propósito alcanzar el nivel óptimo de vida de la población urbana y rural, actúa con transparencia y gestión participativa, entrega a la comunidad servicios de calidad y cobertura; contando con estabilidad financiera creciente y reglamentación interna

necesaria para servir en beneficio de la comunidad cantonal (Bustamante Chong, BustamanteChong, Caamaño Bustamante, & et al., 2017).

Modelo de gestión: Contiene datos específicos de los programas y proyectos, cronogramas estimados y presupuestos, instancias responsables de la ejecución, sistema de monitoreo, evaluación y retroalimentación que facilitan la rendición de cuentas y el control (Almeida, GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL , 2014).

Art. 7. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Jipijapa para la planificación y desarrollo del cantón se regirá por los contenidos del **Art.3 del Código de Organización Territorial Autonomías y Descentralización** (Almeida, GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL , 2014)**.**

- **a.** Unidad Jurídica territorial, económica, igualdad de trato
- **b.** Solidaridad
- **c.** Coordinación y corresponsabilidad
- **d.** Subsidiariedad
- **e.** Complementariedad
- **f.** Equidad Territorial
- **g.** Participación Ciudadana
- **h.** Sustentabilidad del desarrollo
- **i.** Ajuste a los principios que constan en el artículo 5 del Código de Planificación y Finanzas Publicas.

Art 8. N Articulación del PDyOT con el presupuesto del GAD Municipal y los otros niveles del Gobierno.

Los objetivos, metas, programas y proyectos establecidos en el PDyOT deberán guardar coherencia con el presupuesto del GAD Municipal conforme el **Art. 245 del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomías y Descentralización –** COOTAD Y **Art.178 del Código Orgánico Planificación Finanzas Publicas.**

DE LA NATURALEZA JURÍDICA Y SEDE

Artículo 1.- Naturaleza Jurídica, Sede y Funciones del GAD Municipal. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Jipijapa, es persona jurídica de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera; estará integrado por las funciones de:

Participación Ciudadana,

Legislación y Fiscalización;

Ejecutiva.

Para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden. La sede del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Jipijapa será en su cabecera cantonal prevista en la ley de creación del cantón.

PROCESOS, OBJETIVOS, MISIÓN Y VISIÓN

Artículo 2.- Estructura Organizacional. - La Estructura Organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Jipijapa, está fundamentada en la gestión por procesos, que se alinean a la misión y visión institucional; y se sustenta

en la filosofía y enfoque de productos, servicios y procesos, con la finalidad de administrar su ordenamiento orgánico.

Los procesos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Jipijapa, que elaboran los productos y servicios, se ordenan y clasifican en función de su grado de contribución o valor agregado; y están orientados al cumplimiento de la misión y visión Institucional.

Artículo 3.- Definición de Procesos y Objetivos de la gestión por procesos. – Se entenderá por proceso, al conjunto de actividades dinámicamente interrelacionadas, que toman insumos del medio, agregando valor para transformar en servicios y productos finales a ser entregados a los clientes como respuesta a sus demandas.

Son objetivos de la Gestión por Procesos:

a) Conocer los roles públicos en atención a las demandas de la sociedad con criterios eficientes de administración por procesos o productos.

b) Involucrar la gestión por procesos como modelo sistémico en la organización del trabajo, esto es, interrelacionando con los demás sistemas de gestión pública.

c) Lograr la satisfacción de los ciudadanos en la entrega de servicios con calidad, oportunidad y productividad.

d) Implementar procedimientos de gestión basados en la administración operativa de productos con el correspondiente control y monitoreo de resultados, para cuyo efecto se utilizará el Plan Estratégico del cantón Jipijapa.

e) Adaptar el trabajo al dinamismo propio de la administración y a los cambios permanentes de tecnología.

f) Integrar y mantener equipos de trabajo interdisciplinario, que apunten al fortalecimiento de la fuerza del trabajo y a la aplicación de políticas y métodos más

viables para el manejo del régimen remunerativo, sustentado en la evaluación de resultados.

GENERALIDADES DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL

Podemos manifestar que, gracias a la decisión política tomada por la administración municipal en el periodo del año 2000, arranca la primera fase del proceso. Se procede a sensibilizar a la ciudadanía urbana y rural, se realizan asambleas, talleres, foros, debates destacándose la participación de las juntas parroquiales, mujeres, jóvenes, entre otros… Se realizan los diagnósticos sectoriales-parroquiales, se capacitan a los facilitadores comunitarios, se integran mesas de concertación: se fortalece la participación social en la elaboración del PDEC considerando los enfoques de género, generacional, interculturalidad y ambiente (Almeida, GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL , 2014).

DE LOS NIVELES DE ORGANIZACIÓN Y DIVISIÓN DE TRABAJO POR PROCESOS, PUESTOS DIRECTIVOS.

Artículo 10.- GESTIÓN POR PROCESOS. - La estructura organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Jipijapa, estará integrada por gestión de procesos, compatibles con la demanda y la satisfacción de los actores sociales. Se entenderá por proceso, al conjunto de actividades dinámicamente relacionadas entre sí, que transforman insumos del ambiente interno y externo, agregando valor, a fin de entregar un bien o servicio a los clientes sociales, optimizando los recursos de la municipalidad y al más bajo costo posible (Almeida, GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL , 2014).

DE LA ESTRUCTURA BÁSICA POR PROCESOS

Artículo 12.- Procesos. - El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Jipijapa, para el cumplimiento de su misión y responsabilidades, está integrado por los siguientes procesos:

1. PROCESOS GOBERNANTES (1)

1.1. Órgano de Legislación y Fiscalización (Concejo)

1.2. Primera Autoridad del Ejecutivo (Alcalde)

1.3. Participación Ciudadana.

2. PROCESOS HABILITANTES DE ASESORÍA (2)

2.1. Auditoría Interna

2.2. Asesoría Legal

2.3. Comunicación Social

3. PROCESOS HABILITANTES DE APOYO (3)

3.1. Dirección de Gestión Administrativa

3.1.1. Área de informática

3.1.2. Departamento de Talento Humano

3.1.2.1. Bienestar Social y Seguridad Laboral

3.1.2.2. Roles

3.1.3. Departamento de Tesorería

3.1.4. Departamento de Rentas

3.1.5. Departamento de Avalúos y Catastros

MISIÓN

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Jipijapa es una institución que trabaja articuladamente con los diferentes niveles de administración, entregando servicios de calidad y vinculando la participación ciudadana para mejorar la calidad de vida de los habitantes y el cumplimiento del Plan Nacional del Buen Vivir.

VISIÓN:

Para el año 2021 el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Jipijapa será una institución fortalecida que cuenta con un sistema administrativo, financiero y operativo eficiente entregando a la comunidad servicios municipales de calidad y con relaciones de participación ciudadana establecidas, reglamentadas y consolidadas para beneficio de la colectividad cantonal.

Ubicación geográfica

El Cantón San Lorenzo de Jipijapa, conocido como "Villa de Oro" o "Sultana de Café", está ubicado en la zona Sur de la provincia de Manabí y es uno de los más grandes, con extensión territorial de 1 '419.086 km2 (VILLACRESES, 2015).

Actualmente Jipijapa está subdividido en siete parroquias rurales: Pedro Pablo Gómez, El Anegado, La América, La Unión (localizadas en la zona montañosa), Julcuy, Membrillal (ubicada en la zona de sabanas) y Puerto Cayo (situada en la zona costera); y tres parroquias urbanas: Manuel Inocencio Parrales y Guale, Dr. Miguel Morán Lucio y San Lorenzo, siendo esta última su cabecera cantonal (SUAREZ, 2012).

CAPÍTULO II

2. Antecedentes

2.1 Mercado Municipal

Los mercados tienen su origen en la evolución del hombre como sociedades organizadas, desde el momento en que surgió el sistema de trueque como medio de cambio para satisfacer las necesidades en los humanos. En la actualidad los mercados no difieren mucho de los de la antigüedad (Salvador, 2010).

La palabra mercado, proviene del latín mercatum, que significa contratación pública de mercancías en un sitio destinado al efecto y en días señalados. También se los identifica como mercados municipales o detallistas, donde realizan actividades de intercambio comercial. En el mercado municipal surgen autoridades como la intendencia, que es la máxima autoridad que se encarga de coordinar las distintas actividades, así como la organización de los espacios, tales como locales de comercio o tramos, servicios, circulación, carga y descarga, entre otros ((Mosquera, 2013).

2.2 Definiciones

2.2.1 Mercados

Mercado en términos generales, se refiere al lugar en donde coinciden para hacer sus transacciones los compradores (la demanda) y los vendedores (la oferta). Un mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes

transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse (Manene, 2012).

Desde la perspectiva del economista **Gregory Mankiw,** autor del libro "Principios de Economía", un mercado es "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta".

Según el **Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.,** mercado son "todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo".

El mercado en economía es cualquier conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes (Esparza, 2010).

La segmentación del mercado es el acto de identificar grupos de personas con necesidades y motivos de compra altamente similares dentro del mercado relevante. Al ser grupos similares, las empresas pueden definir productos para satisfacer en forma precisa las necesidades de uno o más segmentos (Agüero, sf).

Un mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio (Esparza, 2010).

Según la perspectiva del economista Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", un mercado es "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta" (Esparza, 2010).

2.2.2 Mercados Municipales

Los mercados municipales son propiedad de los Ayuntamientos y los locales comerciales están concesionados a los comerciantes. (Castillo Girón, Ayala Ramírez , Vargas Portillo , & Monroy Antón, 2015).

Los mercados de abastos siempre fueron espacios de sociabilidad que reproducían los procesos de estratificación, transformación social, étnica y generacional, vinculados con formas de intercambio comercial y social articulados por relaciones de poder que conformaban procesos de inclusión y exclusión social que se daban en los espacios más amplios del barrio, el distrito, el municipio (Robles, 2014).

Los mercados de abastos de las ciudades como centros de actividad comercial y trata de entender cómo los pequeños comerciantes se están re-adaptando a los cambios importantes que se producen en la concepción misma de mercado de abastos municipal, en su composición, arquitectura, orientación comercial, etcétera, que se insertan, además, en procesos y políticas urbanas más amplias, como la reordenación del territorio, la competencia con las grandes superficies, los cambios de hábitos de compra y la importancia cada vez mayor de la venta a través de internet, que abre el espacio de las micro transacciones transnacionales (Robles, 2014).

2.2.3 Caracterización de los mercados municipales

Existe una profunda preocupación e interés de los Gobiernos Municipales en contribuir al mejoramiento del ambiente urbano, la calidad de vida de la población municipal, y en definitiva la reducción, manejo y control de los residuos sólidos y líquidos urbanos. Habiendo trascendido esta situación la esfera de lo estrictamente científico, estableciéndose en una prioridad de orden político, socio ambiental y cultural, ya que las causas del fenómeno hay que buscarla en las disposiciones del entorno natural y urbano (Vado, 2011).

La falta clara de recursos técnicos y la poca o inexistente inyección económica, inducen a que muchas municipalidades, tomen decisiones escasas de una objetividad técnico –científica, sin medir el impacto ecológico, económico y social, generado directamente al sistema y a los subsistemas (Vado, 2011).

Los problemas que existen en los mercados municipales son detectados por la población entre ello se encuentran las administraciones y el deficiente manejo, ya que en muchos casos no es de prioridad en la actividad de los políticos (Robles, 2014).

2.2.4 Mercado municipal del Cantón Jipijapa

Jipijapa es un cantón ubicado al sur de la provincia de Manabí en la franja costera del Ecuador. Antiguamente esta ciudad fue habitada por parcialidades indígenas que soportaron saqueos, incendios y destrucción por parte de los conquistadores y piratas de la época, actualmente Jipijapa tiene diez parroquias: 3 urbanas que son San Lorenzo de Jipijapa, Manuel Inocencio Parrales y Guale, Dr.

Miguel Morán Lucio y 7 rurales en las que se encuentran las parroquias: La América, El Anegado, Pedro Pablo Gómez, Julcuy, La Unión, Puerto Cayo y Membrillal (Almeida, GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL , 2014).

Jipijapa se concentra mayoritariamente la producción de maíz, café, naranja, yuca, y en un segundo orden arroz, banano, plátano, maní entre otros. Los mismos, que son cultivados por los productores de las parroquias y comunidades, que pertenecen a la cabecera cantonal estos trasladan los productos al mercado local, para ser comercializados o para ser llevados a los cantones y provincias vecinas, que los requieran o de ser posible al exterior como es el caso del maíz y café. Otros productos como la ganadería, avicultura y pesca también están aportando a la economía local de manera creciente (Almeida, GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL , 2014).

Aseguró que en base a la estrategia que se está armando para eliminar los comerciantes informales, se les dará la opción de mantener un mercado habilitado atractivo, para que hagan su actividad comercial (sf, El diario , 2017).

Una de esas actividades es el comercio informal, el dinamismo del ciudadano jipijapense en encontrar ocupación laboral que sustente sus necesidades básicas lo ha hecho parte de este movimiento social informal. En Jipijapa el comercio informal se encuentra claramente definido por los productos que se comercializan, así los pobladores locales, por costumbre, ya conocen donde pueden adquirir los productos que ofertan los informales (AZUCENA, 2017).

Este fenómeno comercial también encamina a consecuencias que son fácilmente perceptibles en la ciudad, la congestión vehicular y directamente el cierre

de calles, la insalubridad y la contaminación ocasionada por un mal manejo de desechos provenientes de las actividades comerciales informales, y la desorganización del casco urbano son algunas de los efectos negativos causados por la actividad comercial informal (AZUCENA, 2017).

Poco o nada se ha demostrado por parte de las autoridades municipales en cambiar esta situación a través de los años, la necesidad de áreas adecuadas para organizar esta actividad y brindar un mejor servicio al cliente es primordial en el cantón, con esto se lograría aportar al desarrollo de la zona, al mejoramiento del ornato urbano y a agilizar la economía, ya que crearía un interés por visitar zonas comerciales adecuadas y ordenadas por parte de la ciudadanía (AZUCENA, 2017).

Municipio solo cuenta con una ordenanza que rigen al Mercado Municipal del Cantón Jipijapa en la que regula el cobro de impuesto al rodaje municipal de los valores por derecho que se reglamentan la tasa de cobro por la actividad de servicios de faenamiento y sus relacionados, trasporte y multas por infracciones en la Empresa Pública Municipal de Infraestructura y Servicio de Rastro San Lorenzo de Jipijapa (Almeida, Ordenanza Municipal Cantón Jipijapa Para la gestión integral de residuos sólidos , 2015).

La ordenanza es la que regula la utilización u ocupación del espacio público o la vía pública y el espacio aéreo municipal, suelo y subsuelo, por la colocación de estructuras, postes y tendido de redes pertenecientes a personas naturales o jurídicas privadas (Almeida, Ordenanza Municipal Cantón Jipijapa Para la gestión integral de residuos sólidos , 2015).

IV. DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO

Para la realización de la investigación se emplearon encuestas y entrevistas entre la población y los comerciantes de hortalizas, frutas y legumbres del cantón Jipijapa.

Para presentar los resultados de la investigación realizada, se necesitó del método analítico el cual nos permite aplicar programas informáticos como: Excel, Word y Power-Paint, que nos facilitó el procesamiento de los datos recolectados en las encuestas y así interpretar, los mismos que permitió dar las conclusiones y recomendaciones.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Se tomará la muestra del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), cuya población de Jipijapa es de 71.083 habitantes, que servirá para evaluar el nivel de eficiencia que tiene el modelo de gestión administrativa del GAD municipal, desde la percepción y conocimiento de la población.

Muestra: Mediante el cálculo escogió la fórmula de muestra en la cual se obtuvo como resultado un total de 382 personas.

FORMULA

$$n = \frac{z^2 NPQ}{e^2 N + Z^2 PQ}$$

Donde:

- **n=** Tamaño de la muestra
- **N=** Población
- **Z=** Nivel de confiabilidad
- **e=** Error admisible
- **P=** Probabilidad de éxito
- **Q=** Probabilidad de fracaso

n=	382
N=	71.083
Z=	1,96
e=	0,05
P=	0,50
Q=	0,50

DESARROLLO

$$n = \frac{1{,}96^2 \quad 71.083 \quad 0{,}50 \quad 0{,}50}{0{,}05^2 \quad 71.083 + 1{,}96^2 \quad 0{,}50 \quad 0{,}50}$$

$$n = \frac{3{,}84 \quad 71083 \quad 0{,}25}{0{,}0025 \quad 71.083 \quad 3{,}84 \quad 0{,}25}$$

$$n = \frac{68268{,}11}{177{,}71 \quad + \quad 0{,}96}$$

$$n = \frac{68268{,}11}{178{,}67}$$

n= 382

ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE RESULTADOS

Se realizó encuesta a los 382 consumidores de frutas, legumbre del cantón Jipijapa, y se entrevistó a 19 comerciantes minoristas representantes del mercado municipal.

En la interrogante 1. ¿Considera que las instalaciones del mercado están en buen estado?

Análisis: En esta pregunta se observa que el 6% de los consumidores consideran que las instalaciones están en buen estado, el 16% de los consumidores consideran que están en mal estado y el 78% manifiesta que las instalaciones están en pésimo estado.

Interpretación: Dado que un 78% manifiestan que las instalaciones están en pésimo estado y un 16% en mal estado, se consideran que el mercado municipal, no presenta una imagen adecuada para el correcto funcionamiento.

En la interrogante 2. ¿Con qué frecuencia realiza sus compras en el mercado municipal en la semana?

Análisis: En esta pregunta se observa que el 15% realizan las compra 9 a 15 veces por semana, el 70% si considera 5 a 8 veces por semana realizan las compra en el mercado municipal y el restante es el 15% de los consumidores realizan sus compras rara vez en el mercado municipal.

Interpretación: Dado que un 70% manifiesta que realizan sus compras cada 5 a 8 veces por semana, y el 15% se manifiesta que es rara vez que realizan en el mercado municipal.

En la interrogante 3. ¿Considera que existen un orden adecuado para la venta de hortalizas y legumbres en el mercado municipal?

Análisis: En esta pregunta se observa que el 35% de los consumidores nos indicaron que la orden si está adecuada para la venta de las hortalizas y legumbres y el 65% manifiesta que el orden de las ventas que nos permite encontrar con mayor fácilmente las hortalizas y legumbre.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 65% de los consumidores del puesto no están adecuados para encontrar los productos.

En la interrogante 4. ¿Usted conoce si existen algún plan, programa, proyecto para el manejo del mercado municipal?

Análisis: En esta pregunta se observa que el 18% si conoce de plan, programas para el manejo del mercado, el 64% no conoce de los distintos planes y proyectos para el manejo de mercado y el 18% de los comerciantes no conoce de los planes, programas y proyectos que tiene el mercado municipal.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 64% considera que no conoce los planes, programas y proyectos para el manejo del mercado municipal.

En la interrogante 5. ¿Cree que los servicios brindados por el mercado lo hacen competitividad con otras empresas?

Análisis: En esta pregunta se observa que el 66% de los comerciantes brindan en el mercado una buena competitividad y el 34% no está de acuerdo que el mercado tenga más competitividad.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 66% considera que son importantes los servicios que brindan una buena competitividad el mercado municipal.

En la interrogante 6. ¿Considera que el Gad Municipal debería gestionar para que los servicios que brinda el mercado le genere mayor competitividad?

Análisis: En esta pregunta se observa que el 78% considera que es importante los servicios que brinda en el mercado municipal y el restante que es el 22% de los consumidores consideran que es importante el servicio en el mercado.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 78% considera que el servicio de mercado debe tener mayor competitividad.

En la interrogante 7. ¿Considera que es importante un plan de capacitación para los vendedores del mercado municipal?

Análisis: En esta pregunta se observa que el 70% considera que es importante un plan de capacitación y el restante que es el 30% considera que no existe mayor importancia del plan de capacitación para los vendedores del mercado municipal.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 70% considera que es importante un plan de capacitación para los vendedores del mercado municipal.

En la interrogante 8. ¿Considera usted, que la atención al cliente es un factor importante para la venta de los productos?

Análisis: En esta pregunta se observa que el 73 % de los consumidores si tiene una buena atención para la venta de los productos y el restante que es el 27% considera que existe con mayor frecuencia en las compras de los productos en el mercado.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 73% considera que la atención al cliente es factor importante para la venta de los productos en el mercado municipal.

En la interrogante: 9. ¿Considera la gestión en la administración por parte del Gad Municipal para el manejo del mercado municipal?

Análisis: En esta pregunta se observa que el 7% considera que existen un excelente manejo de mercado, el 8% indicó que la administración está en muy buen estado, el 12% nos indicaron que tienen una buena administración, y el 64% nos indicaron que la gestión de la administración para el Gad de municipal y el restante es el 9% no sabe de la gestión en la administración municipal del manejo del mercado municipal.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 64% nos indicó la gestión de la administración de Gad municipal para el manejo del mercado.

ENTREVISTA

Recopilación de información que permita conocer el modelo de gestión administrativo en los comerciantes de hortalizas y legumbres del mercado municipal del cantón Jipijapa.

1. **¿Usted conoce qué es una gestión?**

   Son procesos que les permite una mejor planificación, que les facilita organizar y brindar un mejor servicio dentro del mercado municipal.

2. **¿Conoce si existe un modelo de gestión en el Gad del cantón Jipijapa para la administración del mercado municipal?**

   No existe un modelo de gestión dentro del mercado municipal, pero se cuenta con una ordenanza a la cual se rigen.

3. **¿Cuáles son los procesos del Gad Municipal para el control y organización del mercado municipal?**

   La administración y las comisarias del municipio, la comisaria de espacios públicos, la comisaria de medio.

4. **¿Cómo valora la gestión del Gad municipal en el mercado?**

   La administración del mercado municipal cuenta con una pésima directiva.

5. **¿Cuáles son los programas que se han desarrollado para el fortalecimiento del mercado municipal?**

   Hasta la actualidad no se han implementado ningún programa para el desarrollo y fortalecimiento del mercado municipal.

6. **¿Cuáles son los planes que se han desarrollado para el fortalecimiento del mercado municipal?**

No existe ningún plan de desarrollo para el fortalecimiento del mercado municipal.

7. ¿**Cuáles son las políticas que se han desarrollado para el fortalecimiento del mercado municipal**?

   La administración del mercado municipal no ha implementado ni a dado a conocer ningún tipo de políticas que ayude a mejorar en el fortalecimiento del mercado municipal.

8. **¿Cuáles son las estrategias que se han desarrollado para el fortalecimiento del mercado municipal?**

   El administrador del mercado ha realizado diferentes tipos de estrategias, pero ninguna ha podido cristalizar ya que no cuenta con el apoyo de las principales autoridades.

9. **¿Existe alguna normativa para el desarrollo de actividades del mercado municipal?**

   Las únicas normativas que existen en el mercado municipal son las ordenanzas municipales el control y regularización a los comerciantes del mercado municipal.

10. **¿Considera que el modelo de gestión para el manejo del mercado municipal es buena?**

    Dentro de las entrevistas que se realizó a los 29 comerciantes en el mercado municipal, el 64% manifestó que el modelo de gestión es pésimo.

11. **¿Considera que es importante un plan de capacitación para los vendedores del mercado municipal?**

    Al realizar la entrevista a los 29 comerciantes todos manifestaron que sería de gran ayuda un plan de capacitaciones que les ayude a mejorar su negocio.

V. CONCLUSIONES

- ✓ El mercado municipal del cantón Jipijapa no cuenta con un modelo de gestión administrativo adecuado, todas las actividades que referencian la administración están basadas en una ordenanza municipal, misma que no permite desarrollar de manera eficiente las diferentes actividades de control, seguimiento y mejoras que se debe llevar a cabo conjuntamente con los comerciantes, induciendo a que no existan un buen servicio.
- ✓ La administración del mercado municipal lleva a cabo acciones estratégicas que en algunos casos no son socializadas con los comerciantes de frutas, hortalizas, granos y cereales, exceptuando las opiniones y sugerencia que aporten a obtener un mejor funcionamiento del mercado municipal.
- ✓ El modelo de gestión administrativo del mercando municipal requiere de instrumentos y métodos para su evaluación y control, que permita alcanzar los objetivos y las metas propuestas, proponiendo los indicadores de evaluación y control del mercado municipal en esta tesis de investigación.

VI. RECOMENDACIONES

- ✓ Establecer políticas, normas, y un control de las actividades cumplidas al personal que presta sus servicios en el mercado municipal del cantón Jipijapa, en todos los niveles a fin de que cada uno identifique sus roles y responsabilidad.
- ✓ Que se genere estrategias como las capacitaciones constantes para el fortalecimiento de los servicios prestados por los comerciantes de frutas, hortalizas, cereales a la comunidad de Jipijapa.
- ✓ La administración municipal considere evaluar el modelo de gestión administrativo con los indicadores que se proponen en la presente investigación.

VII. DISEÑO DE LA PROPUESTA

7.1.- Título

Elaboración de indicadores de evaluación y control de la gestión administrativa del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa.

7.2.- Introducción

El desarrollo del siguiente trabajo de investigación está dado en poder mejorar la gestión administrativa que posee el del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa, en donde se intenta evidenciar la buena práctica de la administración que se aplica dentro del mismo, por lo que se desarrollara una propuesta de conseguir fortalecer la gestión administrativa y de esta manera lograr que exista un buen servicio hacia la comunidad.

En los últimos años muchas empresas han incorporado nuevos sistemas de gestión que permiten la automatización en la ejecución de los procesos con el fin de aumentar la cantidad y eficacia en la gestión de los servicios que realiza. Estos sistemas denominados flujos de trabajo son sistemas informáticos que permiten la integración de los distintos procesos, así como el control automático de los elementos que participan en los mismos, desde personas y ordenadores hasta información y documentación.

El modelo de gestión administrativa optimiza los procesos logrando un trabajo más eficaz y fácil de realizar, estableciendo procedimientos de seguimiento y control, fases importantes en una estructura organizativa, ya que de acuerdo a los resultados

se facilita la toma de decisiones a partir del conocimiento de la situación existente y de su evolución histórica.

El objetivo principal del presente trabajo de investigación es de analizar el modelo de gestión administrativo que se aplica en el mercado municipal del cantón Jipijapa, con el análisis y su posterior evaluación se obtendrá información relevante que permita tomar correcciones que faciliten el proceso de toma de decisiones por parte de las autoridades y administradores, a fin de lograr una mayor eficiencia en el cumplimiento de las tareas planificadas.

En la presente investigación se planea identificar si el mercado municipal tiene definido un modelo de gestión y si se lo aplica en su totalidad, en cuanto a los controles que se llevan a cabo en el mercado se intenta verificar si se cumplen tal como se rige en la normativa Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización, establece como una de las funciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, las planificación y decisiones de las actividades a realizar se las toma en conjunto con las personas que conforman el mercado municipal.

Dentro de este contexto se plantea evaluar y controlar la gestión administrativa del mercado municipal con la elaboración de indicadores que ayuden a lograr procesos más eficientes y así alcanzar los objetivos institucionales.

7.3.- Justificación

Se justifica la creación de esta propuesta en función de los resultados al análisis del diagnóstico realizado a los autores del presente estudio, a través de los indicadores se puede identificar la necesidad de mejorar la parte administrativa, ya que si mantienen procesos administrativos, pero no son los adecuados y que no permite cumplir con los objetivos planteados y cubrir los requerimientos que la población demanda, ya que las apreciaciones en las entrevistas determinaron unas falencias en cuanto a recursos y el servicio que se presta el mercado municipal que cumple un papel importante dentro de nuestro medio.

También es importante debido a que se plantean alternativas de mejoramiento de los aspectos propios de los comerciantes como la atención a los clientes y la evaluación y control de la gestión administrativa del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales para la satisfacción de los usuarios que fielmente realizan sus compras en el mercado.

El propósito de esta propuesta basada en indicadores para evaluar y controlar la gestión administrativa del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa.

7.4. Objetivos:

7.4.1. Objetivo general:

Elaborar indicadores para medir la gestión administrativa del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa.

7.4.2. Objetivos específicos:

- ✓ Elaborar el sistema de indicadores de gestión estratégica para el seguimiento y evaluación del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa.

- ✓ Implementar un plan de capacitación al personal que realiza sus actividades en el mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa, para la implementación del sistema de indicadores.

7.5.- Actividades

Fecha	Tiempo	Objetivos	Actividades	Técnicos y recursos
Agosto	2 semanas	Elaborar el sistema de indicadores de gestión estratégica para el seguimiento y evaluación del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa	• Diseñar los indicadores de gestión administrativo • Evaluar el mercado municipal • Administración Financiera	Computadora Proyector
Septiembre	2 semanas	Implementar un plan de capacitación al personal que realiza sus actividades en el mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa, para la implementación del sistema de indicadores	• Capacitar a los comerciales del mercado municipal • Atención a los clientes • Implementar sistema de indicadores para el mercado municipal • Decisión de inversión • Decisión de Financiamiento	Computadora Proyector Impresora Hojas A4 Miembros del Mercado Municipal

TAREAS CIENTÍFICAS	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Cuantificar la ejecución de los diferentes proyectos que se han gestionado por el Mercado Municipal	x	x										
Identificar los procesos administrativos que aplica el Mercado Municipal					x	x						
Proponer indicadores de control interno para cumplir los objetivos y metas planteadas en el modelo de gestión que se ejecuta en el Mercado Municipal									x	x		

OBJETIVO DE LA PROPUESTA:		
Elaborar indicadores para la evaluación y control de la gestión administrativa del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa.		
COMPONENTE DE LA PROPUESTA	**ACTIVIDADES**	**TÉCNICAS Y RECURSOS**
Efectuar indicadores para evaluar el control de la gestión administrativa en el mercado municipal del cantón Jipijapa	Delinear indicadores para evaluar el desempeño de la gestión administrativa del mercado municipal	Internet , Computadora, Impresiones
Elaborar los indicadores para mejorar el control del desempeño en la función administrativa del mercado municipal	Delinear los indicadores para el control del desempeño en la función administrativa del mercado municipal	Internet , Computadora, Impresiones

Nombre: Eficacia Operativa					
Objetivo del proceso: Gestionar la administración y adecuación del mercado municipal de cantón Jipijapa					
Objetivo del indicador: Plan de mejoras para la administración y adecuación del mercado municipal de cantón Jipijapa					
Responsable de recopilar la información: Manuel Genaro Caicedo Vargas					
Responsable de analizar la información: Manuel Genaro Caicedo Vargas					
Nombre del indicador	**Fórmula para el cálculo**	**Tipo de indicador**	**Descripción**	**Umbral (factor de éxito)**	**Periodicidad**
Indicadores de productividad a los comerciantes del Mercado Municipal	**Eficacia= (Resultado alcanzado*100)/Resultado previsto**	%	Este indicador nos indica el nivel de cumplimiento de la metas y objetivos planteados por el Gad municipal en la administración del mercado de frutas, hortalizas granos y cereales.	100%	Mensual

NIVELES DE MEDICIÓN			
Debilidad baja	Debilidad media	Fortaleza media	Fortaleza alta
Menor 25%	De 25% a 49,9%	De 5% a 74.99%	De 75% a 100%

Nombre: Gestión Administrativa- Recursos Físicos					
Objetivo del proceso: Planificar, administrar y ejecutar la administración del Mercado Municipal					
Objetivo del indicador: Medir el porcentaje de los inventarios actualizados por área					
Responsable de recopilar la información: Administrador					
Responsable de analizar la información: Manuel Genaro Caicedo Vargas					
Nombre del indicador	**Fórmula para el cálculo**	**Tipo de indicador**	**Descripción**	**Umbral (factor de éxito)**	**Periodicidad**
Indicadores de productividad a los comerciantes del Mercado Municipal	**IAA: Inventarios actualizados por área** **TIA: Total de inventarios por área** **Formula:** **= IAA / TIA %**	%	Este indicador nos indica el nivel de cumplimiento de la metas y objetivos planteados por el Gad municipal en la administración del mercado de frutas, hortalizas granos y cereales.	80%	Anual

NIVELES DE MEDICIÓN			
Debilidad baja	Debilidad media	Fortaleza media	Fortaleza alta
Menor 25%	De 25% a 49,9%	De 5% a 74.99%	De 75% a 100%

Nombre: Eficiencia comercial					
Objetivo del proceso: Realizar las ventas de los productos de frutas, hortaliza, grano y cereales del cantón Jipijapa					
Objetivo del indicador: Incrementar las ventas de los productos de frutas, hortaliza, grano y cereales del cantón Jipijapa					
Responsable de recopilar la información: Manuel Genaro Caicedo Vargas					
Responsable de analizar la información: Manuel Genaro Caicedo Vargas					
Nombre del indicador	**Fórmula para el cálculo**	**Tipo de indicador**	**Descripción**	**Umbral (factor de éxito)**	**Periodicidad**
Inventarios de existencias Incrementar la comercialización de las ventas en el mercado municipal;	**Eficiencia= Inventario promedio x 30 / Costo de Mercancías vendidas x 100**	%	Este indicador nos permite medir el números de días que se realiza el inventarios que esta disponibles para la venta, a menor números de días mayor eficiencia en la administración se obtiene.	100%	mensual

NIVELES DE MEDICIÓN			
Debilidad baja	Debilidad media	Fortaleza media	Fortaleza alta
Menor 25%	De 25% a 49,9%	De 5% a 74.99%	De 75% a 100%

Nombre: Indicador de desempeño					
Objetivo del proceso: Brindar calidad de servicios en la comercialización de frutas, hortaliza, grano y cereales del cantón Jipijapa					
Objetivo del indicador: Verificar la calidad de las ventas de los distintos productos en el mercado municipal					
Responsable de recopilar la información: Manuel Genaro Caicedo Vargas					
Responsable de analizar la información: Manuel Genaro Caicedo Vargas					
Nombre del indicador	**Fórmula para el cálculo**	**Tipo de indicador**	**Descripción**	**Umbral (factor de éxito)**	**Periodicidad**
Índice de deserción de clientes	**Cantidad de clientes año corriente/ Cantidad de clientes año anterior-1**	%	Este indicador nos permite medir la imagen de los productos que se obtiene en el mercado municipal hacia los clientes	100%	Anual

NIVELES DE MEDICIÓN			
Debilidad baja	Debilidad media	Fortaleza media	Fortaleza alta
Menor 25%	De 25% a 49,9%	De 5% a 74.99%	De 75% a 100%

Nombre: Indicador de desempeño Área: Educación y capacitación					
Objetivo del proceso: Contribuir de una manera adecuada y eficiente en los procesos administrativos fomentando el mejoramiento de las capacitaciones hacia los comerciantes del Mercado Municipal					
Objetivo del indicador: Determinar el porcentaje de capacitaciones al personal del Mercado Municipal					
Responsable de recopilar la información: Administrador					
Responsable de analizar la información: Manuel Genaro Caicedo Vargas					
Nombre del indicador	**Fórmula para el cálculo**	**Tipo de indicador**	**Descripción**	**Umbral (factor de éxito)**	**Periodicidad**
Capacitaciones a los comerciantes del Mercado Municipal	**CR: Capacitaciones realizadas** **CP: Capacitaciones programadas** **Formula:** **= CR / CP %**	%	Este indicador nos describe el número de capacitaciones que se obtuvo en el mercado municipal	100%	Mensual

NIVELES DE MEDICIÓN			
Debilidad baja	Debilidad media	Fortaleza media	Fortaleza alta
Menor 25%	De 25% a 49,9%	De 5% a 74.99%	De 75% a 100%

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2012). Concepto De Gestión.

Agüero, D. A. (Sf). Conceptos Basicos De Marketing.

Almeida, T. A. (2014). Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal .

Almeida, T. A. (2015). Ordenanza Municipal Cantón Jipijapa Para La Gestión Integral De Residuos Sólidos . Jipijapa.

Arroyo, A. R. (2009). Plan De Comercialización Para El Producto Artesanal "Galletas La Herencia" En El Mercado Nacional.

Azucena, L. V. (2017). Propuesta De Una Nueva Estructura Física Organizacional Para Los Comerciantes Informales Del Cantón Jipijapa. Guayaquil.

Bustamante Chong, M. E., Bustamantechong, C. A., Caamaño Bustamante, V. S., & Et Al. (2017). Modelo De Aplicación De La Ley Orgánica De Participación Ciudadana En Gobiernos Autónomos Descentralizados. Jipijapa.

Campos Encalada , S., & Loza Chávez , P. M. (2011). Incidencia De La Gestión Administrativa De La Biblioteca Municipal "Pedro Moncayo" De La Ciudad De Ibarra En Mejora De La Calidad De Servicios Y Atención A Los Usuarios En El Año 2011. Propuesta Alternativa . Ibarra.

Castellanos, M. D. (2012). Administracion Personal . Mexico.

Castillo Girón, V. M., Ayala Ramírez , S., Vargas Portillo , P., & Monroy Antón, A. (2015). Los Mercados Municipales De La Zona Metropolitana De Guadalajara:

Condiciones Actuales Y Opciones De Mejora. Revista Internacional Del Mundo Económico Y Del Derecho Volumen X (2015 , 1-45.

Cordero Merchán, S. E., & Malla Romero, E. (2010). Estudio De Mercado Para La Comercialización De Abono Orgánico Caso Emurplag.” . Cuenca.

España, K. E. (2016). Modelo De Gestión Administrativa Para Mejorar Los Procesos Organizacionales En Federios.

Esparza, J. L. (2010). Estudio De Comercializacion De Mercado.

Faytong, J. R. (2015). Modelo De Gestion Para Mejorar La Calidad De Atencion Al Usuario Del Gadm Canton Babahoyo. Babahoyo.

Félix, S. A. (2011). Administración De Ventas. Mexico.

Gaibor, L. H. (2011). Gestion, Liderazgo Y Valores En La Administración De La Unidad Educativa “San Juan De Bucay” Del Canton General Antonio Elizalde (Bucay).

Galinelli, B. (2015). Administración Y Gestión Pública ¿De Qué Hablamos Cuando Hablamos De Gestión? Argentina.

Gómez, A. D. (2011). Modelo De Gestión Administrativa Para Mejorar La Calidad Del Servicio Público Del Mercado Municipal De Salinas Del Cantón Salinas , Años 2014 .

González, G. M. (2016). La Gestión Municipal: ¿Cómo Administrar Las Plazas Y Los Mercados De La Ciudad De México? 1824-1840. Instituto De Investigaciones Históricas.

Gordón, R. A. (2010). Mercados Municipales Inteligentes: Una Respuesta Eficiente A Las Demandas De Los Consumidores.

Lelesque Hernández, R. E., Palacios Hernández, L. A., & Santos, E. R. (2017). Universidad De El Salvador Empresa Inversiones Comerciales Escobar, Sa. De C.V. De Municipio De Colón, Departamento De La Libertad. San Salvador.

Lino, R. A. (2014). Diseño De Un Modelo De Gestión Administrativa Para El Cabildo De La Comuna San Rafael, Parroquia Chanduy, Prvincia De Santa Elena, Año 2014. La Libertad.

Manene, L. M. (4 De Abril De 2012). Http://Actualidadempresa.Com/Mercado-Concepto-Analisis-Y-Tipos-Parte-1/. Obtenido De Http://Actualidadempresa.Com/Mercado-Concepto-Analisis-Y-Tipos-Parte-1/: Http://Www.Luismiguelmanene.Com/2012/04/04/El-Mercado-Concepto-Tipos-Estrategias-Atractivo-Y-Segmentacion/

Mendoza Álava , J. J., & Plaza Romero , K. V. (2011). Modelo De Gestión Administrativa En El Control Y Manejo De Los Alimentos Del Mercado De La Ciudad De Calceta. Calceta.

Moreno Romero , M. R., Reyes Jove, J. F., & Rosa Guillén, L. E. (2012). Modelo De Gestión Administrativa Para Lograr La Eficiencia De Los Recursos Financieros Otorgados Por El Ministerio De Educación A Los Centros Escolares Del Municipio De Mejicanos Del Departamento De San Salvador. San Salvador.

Mosquera, C. (2013). Origen Y Evolucion De La Administracion .

Ortegón, A. S. (2016). Diagnóstico Ambiental De Las Plazas De Mercado Locales Doce De Octubre, Kennedy Y Trinidad Galán En La Ciudad De Bogotá . Bogotá .

Paredes, M. C. (2010). Diseño De Un Modelo De Gestion Administrativa Para La Empresa . Samborondón.

Puga, C. B. (2016). Administracion Moderna .

Ramírez Casco, A., Ramírez Garrido, R. G., & Calderón Moran, E. V. (2017). La Gestion Administrativa En El Desarrollo Empresarial . Contribuciones A La Economía.

Rivera. (2014). Gestion Administrativa .

Robles, J. (2014). Mercados Municipales Y Tecnologías Digitales: Entre El E-Comercio Y Nuevas Formas De Convivialidad. Lima.

Saldarriaga, J. G. (2013). La Concepción Del Sujeto En La Administración: Una Mirada Desde La Gestión Humana1.

Salvador. (2010). Antecedentes Generales De Los Mercados Municipales .

Sánchez, J. E. (2010). Modelo De Apoyo A La Gestión Administrativa Universitaria Y A Las Funciones Sustantivas Para La Dti Dentro De La Puj. Bogotá.

Sánchez, V. D. (2012). Generación De Geoinformación Para La Gestión Del Territorio A Nivel Nacional, Escala 1:25.000.

Sérvulo, A. (Sf). Gestión Administrativa .

Sf. (29 De 07 De 2009). Administracion En Teoria. Recuperado El 26 De 07 De 2018, De Administracion En Teoria:

Http://Administracionenteoria.Blogspot.Com/2009/07/Definicion-De-Administracion.Html

Sf. (29 De 09 De 2017). El Diario . Obtenido De El Diario: Http://Www.Eldiario.Ec/Noticias-Manabi-Ecuador/449418-Mejoraran-Los-Mercados-De-Jipijapa/

Suarez, M. B. (2012). Jipijapa Ciudad Bella.

Vado, M. A. (2011). Situación Higiénico, Sanitaria Y Ambiental Del Sector.

Villacreses, C. V. (2015). "Propuesta De Modelo De Gestión Para El Rescate,Restauración Y Conservación De Los Bienes Inmuebles Urbanos Del Cantón Jipijapa" . Guayaquil.

IX. ANEXOS

ANEXOS I

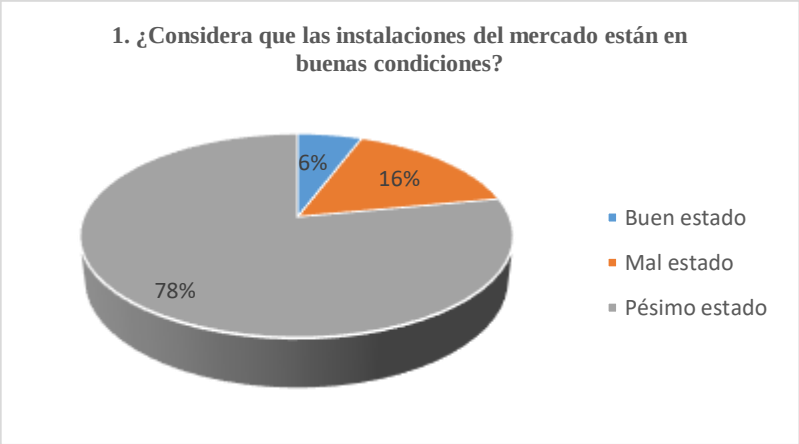
Pregunta N°1. ¿Considera usted que las instalaciones del mercado están en buenas condiciones?

Tabla N°1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buen estado	22	6%
Mal estado	62	16%
Pésimo estado	298	78%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Mercado Municipal
Elaborado por: Manuel Genaro Caicedo Vargas

Gráfico N°1



Análisis: En esta pregunta se observa que el 6% de los consumidores consideran que las instalaciones están en buen estado, el 16% de los consumidores consideran que están en mal estado y el 78% manifiesta que las instalaciones están en pésimo estado.

Interpretación: Dado que un 78% manifiestan que las instalaciones están en pésimo estado y un 16% en mal estado, se consideran que el mercado municipal, no presenta una imagen adecuada para el correcto funcionamiento.

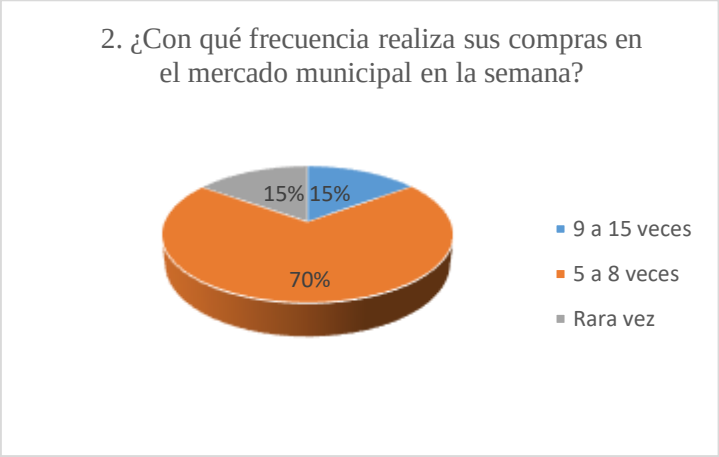
Pregunta N° 2. ¿Con qué frecuencia realiza sus compras en el mercado municipal en la semana?

Tabla N°2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9 a 15 veces	57	15%
5 a 8 veces	267	70%
Rara vez	58	15%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Mercado Municipal
Elaborado por: Manuel Caicedo Vargas

Gráfico N°2



Análisis: En esta pregunta se observa que el 15% realizan las compra 9 a 15 veces por semana, el 70% si considera 5 a 8 veces por semana realizan las compra en el mercado municipal y el restante es el 15% de los consumidores realizan sus compras rara vez en el mercado municipal.

Interpretación: Dado que un 70% manifiesta que realizan sus compras cada 5 a 8 veces por semana, y el 15% se manifiesta que es rara vez que realizan en el mercado municipal.

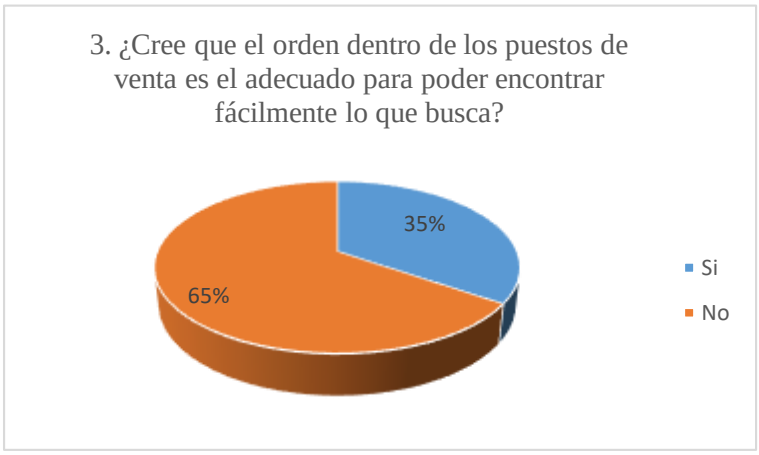
Pregunta 3. ¿Considera que existe un orden adecuado para la venta de hortalizas y legumbres en el mercado municipal?

Tabla N°3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	132	35%
No	250	65%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Mercado Municipal
Elaborado por: Manuel Genaro Caicedo Vargas

Gráfico N°3



Análisis: En esta pregunta se observa que el 35% de los consumidores nos indicaron que la orden si está adecuada para la venta de las hortalizas y legumbres y el 65% manifiesta que el orden de las ventas que nos permite encontrar con mayor fácilmente las hortalizas y legumbre.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 65% de los consumidores del puesto no están adecuados para encontrar los productos.

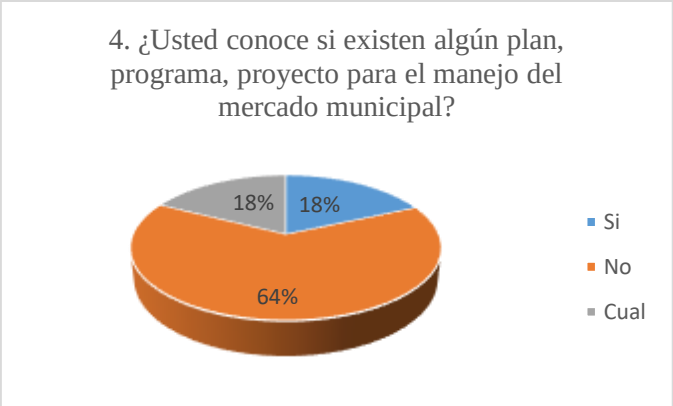
Pregunta 4. ¿Usted conoce si existen algún plan, programa, proyecto para el manejo del mercado municipal?

Tabla N°4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	70	18%
No	245	64%
Cual	67	18%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Mercado Municipal
Elaborado por: Manuel Genaro Caicedo Vargas

Gráfico N°4



Análisis: En esta pregunta se observa que el 18% si conoce de plan, programas para el manejo del mercado, el 64% no conoce de los distintos planes y proyectos para el manejo de mercado y el 18% de los comerciantes no conoce de los planes, programas y proyectos que tiene el mercado municipal.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 64% considera que no conoce los planes, programas y proyectos para el manejo del mercado municipal.

Pregunta 5. ¿Considera que los servicios brindados por el mercado le generan competitividad con otras empresas?

Tabla N°5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	254	66%
No	128	34%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Mercado Municipal
Elaborado por: Manuel Genaro Caicedo Vargas

Gráfico N° 5

Análisis: En esta pregunta se observa que el 66% de los comerciantes brindan en el mercado una buena competitividad y el 34% no está de acuerdo que el mercado tenga más competitividad.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 66% considera que son importantes los servicios que brindan una buena competitividad el mercado municipal.

Pregunta 6. ¿Considera que el Gad Municipal debería gestionar los servicios que brinda al mercado para que le genere mayor competitividad?

Tabla N°6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	298	78%
No	84	22%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Mercado Municipal
Elaborado por: Manuel Genaro Caicedo Vargas

Gráfico N°6

Análisis: En esta pregunta se observa que el 78% considera que es importante los servicios que brinda en el mercado municipal y el restante que es el 22% de los consumidores consideran que es importante el servicio en el mercado.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 78% considera que el servicio de mercado debe tener mayor competitividad.

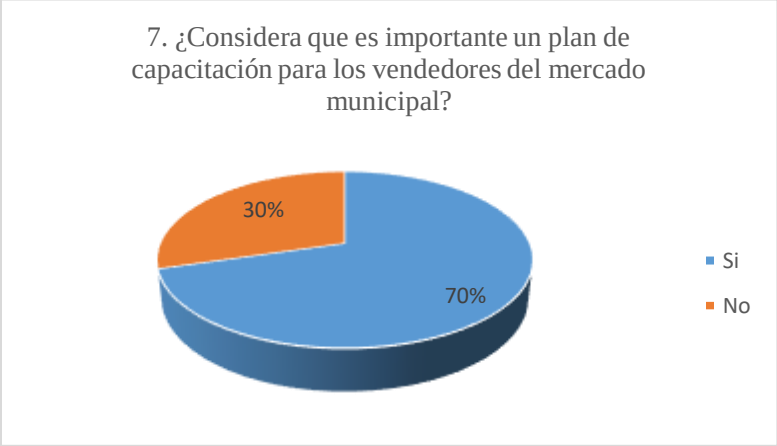
Pregunta 7. ¿Considera que es importante un plan de capacitación para los vendedores del mercado municipal?

Tabla N°7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	269	70%
No	113	30%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Mercado Municipal
Elaborado por: Manuel Genaro Caicedo Vargas

Gráfico N°7



Análisis: En esta pregunta se observa que el 70% considera que es importante un plan de capacitación y el restante que es el 30% considera que no existe mayor importancia del plan de capacitación para los vendedores del mercado municipal.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 70% considera que es importante un plan de capacitación para los vendedores del mercado municipal.

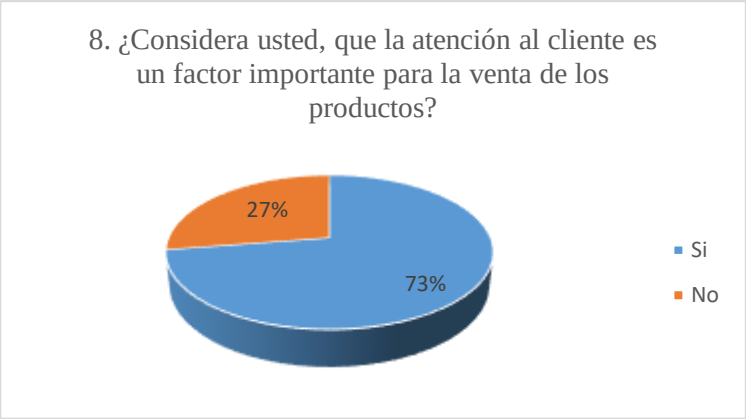
Pregunta 8. ¿Considera usted, que la atención al cliente es un factor importante para la venta de los productos?

Tabla N°8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	277	73%
No	105	27%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Mercado Municipal
Elaborado por: Manuel Genaro Caicedo Vargas

Gráfico N°8



Análisis: En esta pregunta se observa que el 73 % de los consumidores si tiene una buena atención para la venta de los productos y el restante que es el 27% considera que existe con mayor frecuencia en las compras de los productos en el mercado.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 73% considera que la atención al cliente es factor importante para la venta de los productos en el mercado municipal.

Pregunta 9. ¿Cómo considera la gestión en la administración por parte del Gad Municipal para el manejo del mercado municipal?

Tabla N°9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	26	7%
Muy Bueno	32	8%
Bueno	45	12%
Regular	245	64%
No sabe	34	9%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Mercado Municipal
Elaborado por: Manuel Genaro Caicedo Vargas

Gráfico N°9

Análisis: En esta pregunta se observa que el 7% considera que existen un excelente manejo de mercado, el 8% indicó que la administración está en muy buen estado, el 12% nos indicaron que tienen una buena administración, y el 64% nos indicaron que la gestión de la administración para el Gad de municipal y el restante es el 9% no sabe de la gestión en la administración municipal del manejo del mercado municipal.

Interpretación: Los resultados obtenidos demuestran que el 64% nos indicó la gestión de la administración de Gad municipal para el manejo del mercado

Anexos # 2

Realizando la entrevista al administrador del Mercado Municipal

Realizando la encuesta a los dueños de los puestos del Mercado Municipal

Realizando la encuesta a los consumidores del Mercado Municipal