



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**“RED DE MERCADOS PARA EL SECTOR ALIMENTICIO
EN EL CANTÓN SANTA ELENA POR MEDIO DEL
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL AÑO 2013.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

AUTOR: POUL JAMIL HERMENEJILDO TOMALÁ

TUTOR: ECON. MARGARITA PANCHANA PANCHANA

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**“RED DE MERCADOS PARA EL SECTOR ALIMENTICIO
EN EL CANTÓN SANTA ELENA POR MEDIO DEL
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL AÑO 2013.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

AUTOR: POUL JAMIL HERMENEJILDO TOMALÁ

TUTOR: ECON. MARGARITA PANCHANA PANCHANA

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Octubre 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “**RED DE MERCADOS PARA EL SECTOR ALIMENTICIO EN EL CANTÓN SANTA ELENA POR MEDIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL AÑO 2013.**”, elaborado por el Sr. POUL JAMIL HERMENEJILDO TOMALÁ, egresado de la Carrera de Licenciatura en Administración Pública, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración Pública, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Econ. Margarita Panchana Panchana
TUTORA

DEDICATORIA

El presente Trabajo de Titulación está dedicado a Dios Todo Poderoso que ilumina mis senderos por los que siempre ando, abre mi mente para efectuar lo correcto y da fuerza a mi corazón para luchar día a día por mi familia, porque solo a través de Él, puedo lograr todo lo que me he planteado realizar.

A mis padres: Julio y Maritza, gracias por darme la existencia, a mi familia: Yuliana, Jamileth y Jamil por darme su apoyo para seguir adelante y poder alcanzar este objetivo planteado en mi vida. Hoy entiendo que el éxito es la deducción del esfuerzo y la perseverancia en la consecución de las metas.

Este pequeño triunfo que significa mucho para mí y para ustedes, es solo la apertura de un largo camino, que aún me falta por recorrer.

Poul Hermenejildo Tomalá

AGRADECIMIENTO

A Dios por cuidarme y concederme la dicha de graduarme.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a los docentes que forman parte de esta Institución, gracias, por formarme como profesional.

A la Econ. Margarita Panchana Panchana, mi tutora de tesis, por su dedicación. Muchísimas gracias por sus consejos y paciencia que fue muy valioso para mí en la culminación de este trabajo.

Al Alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena, Ing. Otto Vera Palacios y a todos quienes conforman esta grandiosa institución pública gracias por toda la colaboración prestada. Especialmente a la Jefatura de Mercados y Ferias

Poul Hermenejildo Tomalá

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Econ. David Batallas González, MSc
DIRECTOR DE CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Dr. Rodrigo Pico Gutiérrez, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Econ. Margarita Panchana Panchana
PROFESOR - TUTOR

Abg. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**“RED DE MERCADOS PARA EL SECTOR ALIMENTICIO EN EL
CANTÓN SANTA ELENA POR MEDIO DEL GOBIERNO
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL AÑO
2013.”**

Autor: Poul Jamil Hermenejildo Tomalá

Tutor: Econ. Margarita Panchana Panchana

RESUMEN

Los sistemas de abastecimiento y distribución de alimentos en diferentes ciudades del país han tomado un auge significativo, debido a los múltiples beneficios que tienen los productores agrícolas y los consumidores. En el cantón Santa Elena, se hace necesaria la implementación de una red de mercados que renueve los sistemas de producción y comercialización de alimentos básicos, aportando con soluciones definitivas a los problemas que tienen los campesinos dedicados a la siembra y cosecha de productos alimenticios. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal puede responder a las demandas de la ciudadanía con mercados organizados e innovadores, que promuevan la oferta de alimentos de primera necesidad y la seguridad alimentaria, fortaleciendo además, el desarrollo económico de la región. La investigación ha permitido ahondar en conceptualizaciones, definiciones, ideas y juicios referentes a la problemática planteada, e involucrarse en las generalidades de la institución municipal en cuanto a la responsabilidad de brindar este tipo de servicio para bienestar de la comunidad y de los pequeños productores agrícolas de la zona peninsular; así como en los fundamentos legales y las instituciones que dan soporte y apoyo a la propuesta realizada. El trabajo se ampara en la investigación documental, descriptiva y de campo; se aplicó el método analítico, inductivo y deductivo en un estudio cuantitativo, para definir la naturaleza de la problemática que se genera en el sector alimenticio; la aplicación de técnicas de recolección de datos resultó de gran importancia para la recopilación de información directa de los involucrados; la misma que fue procesada de modo que permitió su mejor interpretación y comprensión. La propuesta de una red de mercados facilitó el planteamiento de las acciones necesarias para su implementación, mostrando los beneficios que se generarían con una mayor comercialización de los productos alimenticios provenientes del campo. La propuesta se justifica por las oportunidades que tienen los agricultores locales de ofrecer sus productos en lugares apropiados para el intercambio de abastos y cómodos para que los pobladores de las comunidades que conforman el cantón se aprovisionen de alimentos básicos, promoviendo la distribución equitativa de la producción alimenticia y el desarrollo local.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
INTRODUCCIÓN	1
TÍTULO DEL TEMA	3
EL PROBLEMA	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	6
EVALUACIÓN DEL PROBLEMA	7
OBJETIVOS	8
OBJETIVO GENERAL.....	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
JUSTIFICACIÓN	9
HIPÓTESIS.....	10
VARIABLE INDEPENDIENTE.....	11
VARIABLE DEPENDIENTE	11
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	11

CAPÍTULO I.....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA	14
1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	15
1.2.1 Red de mercado.....	15
1.2.1.1 Mercado	15
1.2.1.2 Modelos de Negocios.....	16
1.2.1.3 Gestión de Comercialización a través de la Red de Mercados	17
1.2.1.4 La Gestión Municipal	18
1.2.1.5 Desarrollo Local.....	19
1.2.1.6 Participación Ciudadana	20
1.2.2 Sector Alimenticio	21
1.2.2.1 Seguridad Alimentaria	22
1.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	23
CAPÍTULO II	38
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	38
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	38
2.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN	39
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	40
2.3.1 Por el propósito	41
2.3.2 Por el nivel	42
2.3.3 Por el lugar	43
2.3.4 Por la dimensión	44
2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	44
2.4.1 Método de Análisis y Síntesis.....	44
2.4.2 Método Inductivo.....	45
2.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	45
2.5.1 Encuesta	46
2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	46
2.6.1 Cuestionario	47

2.7	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	47
2.7.1	Población.....	48
2.7.2	Muestra	48
2.8	PROCEDIMIENTO Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS	49
2.8.1	Procedimiento	49
2.8.2	Procesamiento	50
CAPÍTULO III.....		52
	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	52
3.1	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	53
3.2	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
3.2.1	Conclusiones	68
3.2.2	Recomendaciones	69
3.3	COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	70
3.3.1	Hipótesis	70
3.3.2	Informe Sobre La Comprobación De La Hipótesis	73
CAPÍTULO IV.....		74
	PROPUESTA.....	74
4.1	RED DE MERCADOS PARA EL SECTOR ALIMENTICIO EN EL CANTÓN SANTA ELENA POR MEDIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL AÑO 2013.	74
4.1.1	Datos Informativos.....	74
4.2	ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	75
4.3	JUSTIFICACIÓN	76
4.4	OBJETIVOS	78
4.4.1	Objetivo general.....	78
4.4.2	Objetivos específicos	78
4.5	FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA.....	79
4.6	PLAN DE ACCIÓN.....	81

4.7	PASOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RED DE MERCADOS	86
4.7.1	Determinación de las necesidades de comercialización de productos alimenticios.	86
4.7.2	Convenios y acuerdos con los agricultores rurales.	87
4.7.3	Determinación de las localidades y el espacio requerido	89
4.7.3.1	Presupuesto infraestructura.....	90
4.7.3.2	Planos propuestos para la red de mercados.....	93
4.7.3.3	Presupuesto Referencial Mercado de Santa Elena.....	94
4.7.4	Toma de decisiones sobre la necesidad de edificios y equipos	99
4.7.4.1	Presupuesto Operativo	100
4.7.5	Construcción de la red de mercados	100
4.7.6	Talento Humano.....	101
4.7.6.1	Estructura Organizacional.....	102
4.7.7	Puesta en marcha y mantenimiento de la red de mercados.....	104
4.7.8	Evaluación.....	105
4.7.9	Conclusiones y Recomendaciones.....	106
4.7.9.1	Conclusiones	106
4.7.9.2	Recomendaciones	107
	BIBLIOGRAFÍA	108
	ANEXOS	112

ÍNDICE DE TABLAS

		Pág.
TABLA Nº 1	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES – VARIABLE INDEPENDIENTE.....	12
TABLA Nº 2	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES – VARIABLE DEPENDIENTE.....	13
TABLA Nº 3	¿VISITA PERIÓDICAMENTE EL MERCADO PARA LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS?.....	53
TABLA Nº 4	¿CONSIDERA CONVENIENTE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA RED DE MERCADOS PARA EL SECTOR ALIMENTICIOS DEL CANTÓN SANTA ELENA PARA PRODUCTORES Y CONSUMIDORES?	54
TABLA Nº 5	¿CREE USTED QUE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA RED DE MERCADOS PARA EL SECTOR ALIMENTICIOS DEL CANTÓN SANTA ELENA SERÍAN MÁS VENTAJOSOS PARA PRODUCTORES Y CONSUMIDORES?.....	55
TABLA Nº 6	¿MEJORÍA LA PRODUCCIÓN EL SECTOR ALIMENTICIO DEL CANTÓN SANTA ELENA CON UNA RED DE MERCADOS?.....	56
TABLA Nº 7	¿SERÍAN ADECUADAS LAS CABECERAS PARROQUIALES DEL CANTÓN PARA LA UBICACIÓN DE LA RED DE MERCADOS?	57
TABLA Nº 8	¿DEBERÍA LA MUNICIPALIDAD DE SANTA ELENA ESTAR A CARGO DE LA GESTIÓN DE LA RED DE MERCADOS?.....	58
TABLA Nº 9	¿CREE USTED QUE LA INICIATIVA DE IMPLEMENTACIÓN DE UNA RED DE MERCADOS	

	MEJORARÁ LA CALIDAD DE VIDA DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN?	59
TABLA Nº 10	¿CONSIDERA USTED QUE UN TEJIDO COMERCIAL COMO EL PROPUESTO INCENTIVARÁ LA ASOCIATIVIDAD ENTRE LOS COMERCIANTES Y PRODUCTORES?	60
TABLA Nº 11	¿GENERARÍA DESARROLLO LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTA PROPUESTA, PARA LA COMUNIDAD DONDE SE UBIQUE?	61
TABLA Nº 12	¿CREE USTED QUE PODRÍA APLICARSE UN MODELO DE PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN SOSTENIBLE A TRAVÉS DE LA RED DE MERCADOS?	62
TABLA Nº 13	¿CONOCE ALGÚN TIPO DE RESTRICCIONES PARA ESTA PROPUESTA EN SU COMUNIDAD?	63
TABLA Nº 14	¿ESTIMA CONVENIENTE LA PARTICIPACIÓN DE OTRAS INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES Y NO GUBERNAMENTALES EN ESTE PROYECTO?	64
TABLA Nº 15	¿SE DEBERÍA APLICAR ESTÁNDARES DE CALIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS QUE SE EXPENDAN EN LA RED DE MERCADOS?	65
TABLA Nº 16	¿ESTÁ DE ACUERDO EN QUE LA RED DE MERCADOS PRESTE OTROS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS?	66
TABLA Nº 17	¿APORTARÍA UNA RED DE MERCADOS A LA ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN SOSTENIBLE DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN?	67
TABLA Nº 18	DATOS PARA COMPROBAR HIPÓTESIS	70
TABLA Nº 19	NUEVA TABLA CON LAS FRECUENCIAS ESPERADAS (NIE)	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

		Pág.
GRÁFICO N° 1	VISITAS AL MERCADO	53
GRÁFICO N° 2	IMPLEMENTACIÓN DE RED DE MERCADOS	54
GRÁFICO N° 3	PRECIOS VENTAJOSOS	55
GRÁFICO N° 4	MEJORA DE LA PRODUCCIÓN	56
GRÁFICO N° 5	UBICACIÓN DE LA RED DE MERCADOS.....	57
GRÁFICO N° 6	ENCARGADO DE LA GESTIÓN	58
GRÁFICO N° 7	MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA	59
GRÁFICO N° 8	INCENTIVO A LA ASOCIATIVIDAD	60
GRÁFICO N° 9	DESARROLLO LOCAL	61
GRÁFICO N° 10	MODELO SOSTENIBLE.....	62
GRÁFICO N° 11	IMPEDIMENTO PARA LA PROPUESTA	63
GRÁFICO N° 12	PARTICIPACIÓN DE OTROS ORGANISMOS.....	64
GRÁFICO N° 13	ESTÁNDARES DE CALIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN.....	65
GRÁFICO N° 14	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.....	66
GRÁFICO N° 15	ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN SOSTENIBLE	67

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO N° 1 ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN SANTA ELENA	112
ANEXO N° 2 RED DE MERCADOS EN QUITO Y MILAGRO	116
ANEXO N° 3 MODELOS DE MERCADOS SALUDABLES - CUENCA.....	117
ANEXO N° 4 MERCADO MUNICIPAL DE SANTA ELENA - ELIAS VERA RIVERA.	118
ANEXO N° 5 INTERIOR MERCADO MUNICIPAL DE SANTA ELENA	119
ANEXO N° 6 FOTOGRAFÍAS – RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	120

INTRODUCCIÓN

La provincia de Santa Elena, región turística, agrícola, pesquera, pecuaria e industrial, su creación se dio mediante Decreto – Ley N° 2007 - 096, publicado en el Registro Oficial N° 206 del 7 de Noviembre del 2007, según datos del Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010, cuenta con una población de 308.693 habitantes, con un crecimiento del 2.85% y tiene una extensión de 3.762,8 km². Está conformada por tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena, éste último es el que tiene un mayor territorio, siendo considerado entre los más extensos del Ecuador.

El cantón Santa Elena, tiene una parroquia urbana y seis parroquias rurales: Santa Elena, con 632,40 km²; Chanduy con 808,6 km²; Manglaralto 488,6 km²; Simón Bolívar (Julio Moreno) con 557,5 km², Colonche con 1.137,2 km², Atahualpa con 44 km²; y San José de Ancón con 4 km².

Esta región posee condiciones climáticas excelentes para producir durante todo el año, los factores que inciden en esta oportunidad que brinda la naturaleza, es la corriente cálida de El Niño y la corriente fría del Humboldt, que al encontrarse con la primera originan un aire húmedo que se pierde en las elevaciones Chongón – Colonche.

En el Ecuador existen 79 cuencas hidrográficas, de las cuales, 6 se encuentran en territorio peninsular, éstas son: Ayampe, Manglaralto, Valdivia, Javita Grande, Salado, La Seca y Zapotal; entre los principales ríos se tiene: Ayampe, en los límites con Manabí; San José, Olón, Manglaralto, Culebra, Cadeate, Caridad; Simón Bolívar, La Ponga, Valdivia; California Hernán Sánchez, Zapote; Grande (San Pablo); Viejo, Hondo; Salado; La Seca, Zapotal; Tugaduaja; Engunga.

El trabajo de investigación, que propone la implementación de una Red de Mercados en cantón Santa Elena, tiene como finalidad optimizar el proceso de comercialización de alimentos producidos en la zona, beneficiando a productores agrícolas y consumidores, proporcionándoles lugares adecuados para el intercambio de productos de primera necesidad, ubicados en lugares estratégicos en las parroquias rurales del cantón.

La investigación se divide en cuatro capítulos, iniciando con el Marco Teórico, que hace referencia a los antecedentes del tema planteado, en el que se analiza el potencial que tiene la agricultura en el cantón y los beneficios de una red de mercados; la fundamentación teórica, estudia las conceptualizaciones de los principales elementos que forman parte del estudio de investigación, como son: la red de mercados, el mercado, modelos de negocios, la comercialización, la gestión municipal, el desarrollo local, la participación ciudadana, el sector alimenticio y la seguridad alimentaria; el fundamento legal considera las leyes y reglamentos que dan soporte a la propuesta.

En el segundo capítulo, se diseña la metodología aplicada en el trabajo de investigación, se establece la modalidad, tipo, métodos, técnicas e instrumentos.

En el tercer capítulo, se analiza e interpreta los resultados obtenidos, se utilizan técnicas estadísticas y razonamiento lógico para emitir conclusiones y recomendaciones que sustentan la propuesta.

El cuarto capítulo se presenta la propuesta, los antecedentes, objetivos, factibilidad, plan de acción y los pasos a seguir para la implementación de la red de mercados en el cantón Santa Elena, considerando: las necesidades de comercialización, los acuerdos con los productores agrícolas, las localidades y espacio requerido, la necesidad de equipos y edificios, la construcción y puesta en marcha.

TÍTULO DEL TEMA

“RED DE MERCADOS PARA EL SECTOR ALIMENTICIO EN EL CANTÓN SANTA ELENA POR MEDIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL AÑO 2013.”

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Situación Actual

Ecuador, es un país con un clima envidiable, dispone de varias cuencas hidrográficas, de suelos aptos para la agricultura y con un potencial y talento humano ganado de generación en generación, para trabajar la tierra, y que puede producir durante todo el año, a pesar de ello, no ha sabido aprovechar estas ventajas, dejando de lado la importancia de la agricultura, para hacer de ésta una actividad generadora de riqueza y de trabajo para miles de personas.

Santa Elena, es la provincia más joven del Ecuador, fue creada el 7 de noviembre de 2007, con territorios que anteriormente formaban parte de la provincia del Guayas. Su capital es la ciudad de Santa Elena, cuenta con una gran infraestructura hotelera, una refinería de petróleo, aeropuerto, puerto marítimo y una gran concentración de micro productores agrícolas.

Está conformada por tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena, éste último es uno de los más grandes del país, cuenta con una extensión de 3.880 km², gran parte de su territorio es de uso agropecuario.

Los pequeños productores agrícolas de esta región, tienen a la agricultura como una forma de ganarse la vida, y se dedican principalmente a la producción de alimentos básicos, tienen dificultades para comercializar sus productos de manera directa, los intermediarios que llegan hasta las diferentes localidades donde se cosechan alimentos, pagan muy poco por la producción, lo que les dificulta incrementar su capital de trabajo y lograr una cierta cantidad de ahorro para su futuro, esto conlleva a un lento crecimiento de la oferta doméstica de alimentos, induciendo a un aumento del déficit alimentario.

A pesar de lo expuesto, los productores agrícolas de pequeña escala, continúan sembrando y cosechando alimentos, pero existen constantes quejas por la falta de apoyo de los gobiernos de turno, el poco acceso a los créditos del sistema financiero, y la competencia de los cultivos de la industria agraria, que cada vez ocupa una mayor extensión de superficie, minimizando el área disponible para la producción de alimentos básicos.

Situación Futura

El impulso de una red de mercados competitivos, con instalaciones modernas, se concibe como un proyecto de apoyo a la actividad agrícola de la zona, de manera que los pequeños y medianos agricultores proporcionen una amplia oferta comercial de productos alimenticios y mejoren su calidad de vida y la de sus familias.

La implementación de sitios de comercialización de alimentos producidos en las diferentes localidades agrícolas del cantón, tiene por finalidad combatir la pobreza a través de la generación de ingresos y empleos, vinculados a las iniciativas de inclusión económica de los productores agrícolas de la zona, proponiendo mayores oportunidades de comercialización de su producción.

La red de mercados les permitirá asociarse y fortalecerse como productores agrícolas, formando cadenas productivas para lograr un mayor potencial de mercado, mitigar el nivel de pobreza en la zona, generar valor a su producción, e incluso, incursionar en nuevos negocios, que de manera organizada cubran la demanda del mercado interno y externo, ennobleciendo la labor que desarrollan los pequeños agricultores del cantón.

Alternativas de Solución

La construcción de una red de mercados es una de las mejores alternativas para que los pequeños productores agrícolas puedan comercializar sus productos directamente a los consumidores, quienes a su vez, obtendrán alimentos de calidad a bajos precios.

Debe existir apoyo por parte de otras instituciones del Estado, orientadas a prestar apoyo y colaboración de los agricultores de menor escala, concretando un mayor campo de acción para brindar más oportunidades a quienes sostienen siembras comerciales en pequeñas parcelas para el sustento de sus familias.

El escenario de una red de mercados en la zona que cubre el cantón Santa Elena, presenta una serie de ventajas y oportunidades, no solo para los campesinos dedicados a la siembra y cosecha de alimentos básicos, sino también para los consumidores y comercializadores organizados, abaratando los costos que se tienen por una oferta local dispersa y desorganizada.

La comunidad de productores agrícolas, ubicados en diferentes localidades del cantón Santa Elena, está conformada, principalmente, por agricultores de economía campesina, quienes tienen gran interés por generar alternativas y de solución a la comercialización de sus productos, logrando así, oportunidades de mejores días para sus familias.

La propuesta de una Red de Mercados, está orientada a la producción individual y a la comercialización asociativa de productos alimenticios básicos, estableciendo una relación más eficiente y directa entre la oferta y la demanda de estos productos, proporcionando una mejor posición negociadora que les permita generar mayores utilidades en sus negocios.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera la escasa infraestructura para la comercialización de productos básicos incide en el sector alimentación del cantón Santa Elena?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo la infraestructura existente responde a la necesidad de productores y consumidores del sector alimenticio del cantón Santa Elena?

¿Qué necesidad hay de incrementar la infraestructura de mercados?

¿De qué manera el sector alimenticio se encuentra afectado por no tener un sitio donde expender los productos de una manera adecuada?

¿Cuáles son los beneficios que tendrán el sector alimenticio, los productores, comerciantes y consumidores de las parroquias del cantón Santa Elena?

¿Qué es lo que se debe proponer para la buena comercialización de productos alimenticios?

¿Cuánto costará la construcción de los mercados?

EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

Delimitado: El cantón Santa Elena es una región eminentemente agrícola, que acoge a un gran número de pequeños productores agrícolas que presentan dificultades en la comercialización de sus productos. La propuesta está dirigida a la implementación de una red de mercados ubicados estratégicamente en cinco localidades del cantón, para superar los problemas que atañen a las negociaciones de los productos alimenticios.

Claro: La redacción de la propuesta se concreta de manera que facilite la lectura y comprensión de lo expuesto a lo largo del documento, exponiendo ideas y concepciones claras que retengan el interés del lector.

Evidente: La propuesta favorece las actividades comerciales de los productores agrícolas de la zona, beneficiando, en el proceso, a los consumidores de las diferentes localidades del cantón a través de la oferta de productos alimenticios de calidad y a precios cómodos. Es indudable que en el cantón Santa Elena, hacen falta lugares que ofrezcan productos alimenticios de consumo diario y que los productores agrícolas requieran mejorar la rentabilidad de sus negocios.

Concreto: La organización de la información seleccionada permite establecer ideas definidas que fortalecen la propuesta, permitiendo formular y transmitir un mensaje corto y directo sobre los beneficios de una Red de mercados en el cantón Santa Elena.

Relevante: El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Elena, debe propiciar el desarrollo económico integral de las comunidades que lo conforman; la propuesta, permitirá fortalecer la actividad agrícola y comercial de las localidades en donde se ubiquen los mercados, generando un mayor progreso de las mismas.

Original: La red de mercados es una propuesta innovadora en el cantón Santa Elena, como una obra de infraestructura de carácter agropecuario para los habitantes de la región, dándole mayor atención al sector y estimulando la producción agrícola de alimentos básicos. A través de esta iniciativa se fortalecerá el desarrollo de las comunidades rurales, generando mayor comercio y contribuyendo de forma destacada al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Contextual: Siendo el consumo de alimentos básicos una prioridad para los habitantes de la región, la propuesta promueve la participación de los productores agrícolas, permitiendo un eficiente aprovechamiento de los recursos del estado en beneficio de la población y proporcionando alternativas de solución al sistema actual de comercialización de productos alimenticios en el cantón Santa Elena.

Factible: Varios de los objetivos para el buen vivir hacen factible la propuesta de implementación de una Red de Mercados en el cantón Santa Elena, ya que se auspicia el mejoramiento de la calidad de vida de la población y se garantiza el trabajo estable, justo y digno, así como el establecimiento de un sistema económico sostenible.

Identifica los productos esperados: El principal resultado esperado es la satisfacción de la comunidad peninsular y de los pequeños productores agrícolas de alimentos básicos, al poder comercializar sus productos de manera directa, a través de la Red de Mercados.

OBJETIVOS

Objetivo General

Evaluar la infraestructura existente para la comercialización de productos básicos

y su incidencia en el sector alimenticio en el cantón Santa Elena, mediante la aplicación de técnicas e instrumentos de investigación que permitan la elaboración de un diagnóstico y el diseño de una propuesta para la solución del problema.

Objetivos Específicos

Determinar si la infraestructura existente responde a la necesidad del sector alimenticio del cantón Santa Elena.

Establecer si existe la necesidad de incrementar la infraestructura de los mercados y los recursos para su ejecución.

Comprobar que el sector alimenticio se encuentra afectado por no contar con sitios que cuenten con los servicios apropiados para el expendio de los productos de manera adecuada.

Identificar cuáles son los beneficiarios que tendrá el sector alimenticio, los productores, comerciantes y consumidores de las parroquias del Cantón Santa Elena.

Proponer la creación de una red de mercados para el sector alimenticio en el cantón Santa Elena.

JUSTIFICACIÓN

El cantón Santa Elena se ha caracterizado por ser una zona muy productiva en diferentes sectores de la economía, pero principalmente, en la agricultura, por lo que es necesario prestarle la atención que se merece como parte del desarrollo de la región.

Las comunidades rurales del cantón, productores agrícolas asociados e independientes, así como diversas entidades gubernamentales y no gubernamentales, está de acuerdo en la necesidad de implementar una red de mercados que facilite la comercialización de los productos agrícolas que se siembra y cosecha en la zona, puesto que se fortalecería los sistemas productivos, promoviendo mejores prácticas de producción y el abaratamiento de los precios de los alimentos básicos que se consumen a diario.

La implementación de una red de mercados favorece el desarrollo económico y social de la región, disminuye los niveles de pobreza, genera fuentes de trabajo, fomenta la transparencia, competencia y eficiencia en las negociaciones, promueve la seguridad alimentaria y trazabilidad, impulsa la promoción de la producción local de alimentos, la regeneración de las comunidades en donde se ubiquen, fomentando el turismo y la gastronomía de las localidades rurales.

La Constitución de la República garantiza el derecho de las personas a una calidad de vida que asegure la salud, alimentación y nutrición, también expresa que el Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad. Por otro lado, el mismo documento indica que los gobiernos regionales autónomos tienen como competencias el fomento de las actividades productivas y el fomento de la seguridad alimentaria.

HIPÓTESIS

La infraestructura existente para la comercialización de productos de primera necesidad resulta insuficiente para cubrir la oferta y demanda en el cantón Santa Elena, entonces se propone la creación de una red de mercados para las distintas parroquias que lo conforman.

Variable Independiente

Red de Mercados

Variable Dependiente

Sector alimenticio

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

La operacionalización es un proceso que se inicia con la definición de las variables en función de los indicadores. En el cuadro que se presenta se realiza la definición operacional de las variables participantes, a efecto de darle mayor sentido a la investigación y poder realizar su medición de forma empírica, cuantitativa y cualitativa, según sea el caso. Además, se detallan sus dimensiones, es decir las características concretas de la variable; y sus indicadores.

La operacionalización de las variables se relaciona con la técnica o metodología de investigación empleada para la recolección de información, existiendo compatibilidad con los objetivos de la investigación, Las variables son operacionalizadas con el fin de convertir un concepto abstracto en uno empírico, susceptible de ser medido y evaluado.

Tabla N° 1

Operacionalización de las Variables – Variable Independiente

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	INSTRUMENTOS
La infraestructura existente para la comercialización de productos de primera necesidad resulta insuficiente para cubrir la oferta y demanda en el cantón Santa Elena, entonces se propone la creación de una red de mercados para las distintas parroquias que lo conforman.	Independiente: Red de mercados	Es un conjunto de entidades conectadas entre si, la misma que permiten que circulen personas, comerciantes y productores que tienen necesidades a ser satisfechas con los productos ofertantes, son mercados los que consumen los víveres de primera necesidad	Entidades conectadas Circulación personas comerciantes y productores Necesidades insatisfechas Productos ofertantes Mercados.	Publicas Privadas Comerciantes Productores Locales Nacionales Distribución Comercialización	¿Cree usted que la red de mercados beneficiará al cantón Santa Elena? ¿Conoce usted cuantas redes de mercados privadas existen en el Cantón Santa Elena? ¿Considera usted que todos los comerciantes y proveedores deberían recibir ayuda del GAD Municipal del cantón Santa Elena? ¿Conocen las autoridades las necesidades de los productores del cantón Santa Elena? ¿Considera usted que se dará mayor cobertura a los productos locales que trabajen en la red? ¿Cree usted posible que se podría hacer convenios con cadenas de productos nacionales? ¿Considera usted que la distribución y ubicación de los productores y comerciantes locales en la red de mercados municipales sea primordial? ¿Considera usted oportuno la cooperación de los estamentos del estado para un correcto control en la comercialización de los productos?	Encuesta Documentación Cuestionarios Entrevista

Fuentes: Red de Mercado del Cantón Santa Elena
Elaborado: Poul Hermenejildo Tomalá

Tabla N° 2

Operacionalización de las Variables – Variable Dependiente

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	INSTRUMENTOS
La infraestructura existente para la comercialización de productos de primera necesidad resulta insuficiente para cubrir la oferta y demanda en el cantón Santa Elena, entonces se propone la creación de una red de mercados para las distintas parroquias que lo conforman.	Dependiente: Sector Alimenticio	El sector alimenticio es la que concierne a la venta de frutas, hortalizas y otros productos de primera necesidad, el cual es el resultado de la unión de elementos como política establecidas para el desarrollo de la cadena alimenticia que debe tener cada uno de los seres humanos para vivir sana mente como lo demanda la constitución de nuestro país.	Venta productos Necesidad políticas Desarrollo Cadena alimenticia	Mayorista Minorista Prioritarias Ejecutadas Cantonal Provincial Proceso Cootad	<p>¿Cree usted que los comerciantes mayoristas son los que acaparan los precios?</p> <p>¿Considera usted que los comerciantes minoristas son explotados en los precios?</p> <p>¿Cree este que el gobierno local y el gobierno nacional se preocupan por realizar obras prioritaria y complementarias para las comunidades?</p> <p>¿Las obras ejecutadas por los gobiernos locales como nacionales son consultadas a la comunidad?</p> <p>¿Considera usted que el desarrollo de las comunidades rurales del cantón no avanzan como es debido?</p> <p>¿Cree usted que la provincia esta creciendo de una manera equitativa ?</p> <p>¿Considera usted que los comerciantes tienen conocimiento de una buena nutrición de los alimentos que expenden?</p> <p>¿De acuerdo al Cootad, el GAD municipal tiene competencias para la infraestructura y administración los mercados ?</p>	Encuestas Fichas de Observación Documentación Criterios de expertos Entrevistas

Fuentes: Red de Mercado del Cantón Santa Elena
Elaborado: Poul Hermenejildo Tomalá

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA

Según datos del Censo de Población y Vivienda del año 2010, la provincia de Santa Elena, es una región muy rica en turismo, agricultura, pesca e industrialización, se creó mediante Decreto – Ley N° 2007 - 096, publicado en el Registro Oficial N° 206 del 7 de Noviembre del 2007, cuenta con un territorio de 3.762,8 km², y con una población de 308.693 habitantes, con una tasa de crecimiento del 2.85%.

Está conformada por tres cantones: Salinas, dedicado principalmente al turismo y en donde se encuentra una de las más grandes infraestructuras hoteleras del país; La Libertad, conocida como la capital comercial de la península; y, Santa Elena, donde se encuentra el mayor conglomerado humano de la provincia, sus habitantes se dedican al comercio, la agricultura, ganadería, pesca, artesanías, turismo, entre otras.

En muchas ocasiones se ha manifestado que Santa Elena podría llegar a ser “el granero de América”, por el potencial agrícola con que cuenta, lo que la convertiría en la mayor suministradora de alimentos para Latinoamérica.

La presente investigación, considera la necesidad de la creación de una red de mercados para el sector alimenticio del cantón, que abarque a pequeños y grandes productores del país, donde ofrezcan sus productos de forma directa, provocando la disminución de los precios de los víveres de primera necesidad.

La reubicación y organización de los comerciantes mayoristas a lo largo de la Ruta del Spondylus, proporcionará grandes beneficios para la comunidad en general, principalmente en lo referente a comodidad, orden y cumplimiento de las normas y condiciones de higiene y salubridad.

Los grandes inconvenientes ocasionados por el desorden, la ocupación indebida de la vía pública, mala imagen, aglomeración, congestionamiento vehicular y los comerciantes informales que recorren las calles de las principales poblaciones del cantón, así como la oportunidad de brindar mejores oportunidades comerciales a los habitantes de la provincia, han sido los motivos fundamentales para llevar adelante esta investigación, que consiste en proponer a la municipalidad el Proyecto de Red de Mercados para el sector alimenticio del cantón Santa Elena.

1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Toda investigación requiere de la indagación bibliográfica que sustente con rigor científico el problema planteado; el tratamiento conceptual del objeto de estudio sentará las bases sobre las cuales se podrá emitir la estructuración lógica, postulados y principios de la situación que se analiza para construir un conocimiento propio del tema referido. La fundamentación teórica permitió elaborar un esquema temático sobre la base del objetivo de la investigación para la formulación clara y precisa de las variables involucradas.

1.2.1 Red de Mercado

1.2.1.1 Mercado

Generalmente, cada uno tiene una idea de lo que constituye el mercado, para un inversionista, el mercado se relaciona con los valores, el capital o el interés; para

una ama de casa, el mercado constituye el lugar donde compra los alimentos; para un economista, es el lugar donde se enfrentan la oferta y la demanda, o es el sitio donde se determinan los precios de los bienes y servicios, es decir, las personas pueden tener una visión diferente de lo que se trata un mercado, pero siempre intervienen la oferta y la demanda de bienes o servicios.

Philip Kotler (2010), expresa que 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”. Es decir es un intercambio de productos por un valor monetario para poder cumplir nuestras necesidades

1.2.1.2 Modelos de Negocios

El modelo de negocio, también llamado diseño de negocio o diseño empresarial, no es otra cosa que el mecanismo por el cual un negocio busca generar ingresos y beneficios tanto a los comerciantes como para el comprador en este caso la Ama de casa que diariamente acude a comprar sus víveres de primera necesidad en los puestos de abastos que existen en su jurisdicción.

Se trata entonces, de la planificación que hace una empresa o una institución para mejorar los ingresos y beneficios que su negocio genera. El diseño comprende los patrones a seguir para atraer clientes, definir ofertas de productos e implementar estrategias de promoción y publicidad, y demás tácticas vinculadas a la obtención de mayores recursos para la empresa.

Todo modelo de negocios aporta un mayor valor a la empresa, generando al mismo tiempo, una mayor productividad y competitividad, lo que produce un mercado más dinámico; la propuesta de una Red de Mercados para el sector

alimenticio en el cantón Santa Elena, está dirigida a canalizar un modelo que brinde oportunidades de crecimiento y desarrollo para toda la Península.

1.2.1.3 Gestión de Comercialización a través de la Red de Mercados

El proceso de globalización obliga a muchas empresas a buscar alianzas estratégicas para mejorar sus ventas, y de lograr una mayor competitividad a través de la incorporación de nuevas tecnologías o a costa de la reducción de los costos laborales, una mejor opción de competir en el mercado es la implementación de un modelo innovador que facilite las ventas a los productores y comerciantes; y que sea beneficioso para los consumidores. La creación de una red de mercados de abastecimiento de alimentos es un esquema regional que agrupa a productores y comerciantes mayoristas con la finalidad de reducir los precios de los víveres de primera necesidad, en beneficio de todos los sectores económicos de la provincia.

Indiscutiblemente, gestionar una organización de este tipo en el cantón Santa Elena, implica la optimización de procesos con innovaciones permanentes en el tiempo, lo que permitirá a la red de mercados ser más competitiva y sostenible. Esta propuesta se convierte en un modelo de gestión administrativa municipal con el beneficio de adquirir una ventaja competitiva en el sector alimenticio.

La Red de Mercados, como iniciativa, se convierte en la comercialización mayorista de productos alimenticios, logrando captar una cuota de mercado significativa a través de la facilidad que proporciona la compra y venta directa de los diferentes productos, tales como hortalizas, frutas, papas, pescado, mariscos, carnes, lácteos, entre otros.

Es importante destacar el éxito obtenido por las redes de mercado en otros países

tales como España y Colombia, donde se han conformado Gremios de Mayoristas y Grupos de Consumidores que promueven la producción y distribución agroalimentaria y los hábitos de alimentación saludable.

1.2.1.4 La Gestión Municipal

La Gestión Municipal es el conjunto de acciones desarrolladas por la institución, orientadas al logro de los objetivos y al cumplimiento de las metas establecidas en los planes, programas de trabajo y demás regulaciones establecidas por la municipalidad, mediante la correcta organización de sus recursos financieros, materiales y humanos.

La descentralización en el Ecuador, permite a las instituciones y autoridades públicas, asumir mayores responsabilidades políticas administrativas frente a la sociedad. Desde esta perspectiva, el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Elena, está empeñado en el diseño de modelos de gestión que le permitan cumplir de mejor manera sus funciones en beneficio de la comunidad.

La gestión municipal comprende todas actividades desarrolladas por el GAD Municipal de Santa Elena para atender y solucionar los problemas que apremian y demandan atención por parte de las comunidades. La priorización de las necesidades de la población, permite articular las estrategias adecuadas para prestarle una mejor atención.

En lo que respecta a la propuesta de una Red de Mercados para el sector alimenticio del cantón Santa Elena, la gestión municipal deberá plantearse un modelo de eficiente, con reglas claras y precisas, que incorpore los factores económicos y socioculturales para generar dinámicas de equilibrio productivo, tomando como eje estratégico el desarrollo económico de la población peninsular.

El modelo de gestión deberá involucrar el compromiso y la responsabilidad de las autoridades locales; el acuerdo entre comerciantes y productores; y, la participación de la ciudadanía.

1.2.1.5 Desarrollo Local

“El Centro Latinoamericano de Capacitación y Desarrollo de los Gobiernos Locales (IULA/CELCADEL) concibe el desarrollo local a partir de la definición genérica de desarrollo económico. Por lo tanto, el desarrollo local es el proceso de crear riqueza a través de la movilización de recursos humanos, financieros, de capitales físicos y naturales para generar bienes y servicios transables. Es una estrategia al servicio del individuo y su promoción la realizan las autoridades locales, el sector privado y la comunidad en general”. Revista Electrónica Ciencias Sociales. Marzo 2006.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, debe asumir nuevos roles, convirtiéndose en un “facilitador del desarrollo local” a través de la generación de estrategias que se conviertan en modelos de gestión que beneficien a la comunidad en su conjunto.

El porvenir, desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del cantón, depende de la dinamización de la economía local, mediante la introducción de innovaciones organizativas en el tejido productivo, empresarial y comercial, tal como se propone en la presente investigación.

En este sentido, la intervención del GAD de Santa Elena, debe estar orientada al impulso de dinámicas de desarrollo local, asumiendo con responsabilidad el fomento productivo de la región a través de la Red de Mercados para el sector alimenticio, como un mecanismo municipal de promoción del desarrollo económico del cantón.

1.2.1.6 Participación Ciudadana

Los seres humanos deben formar parte de grupos organizados y participar dentro de un escenario que les permita tomar decisiones en beneficio común. Se entiende por participación al derecho que tienen los ciudadanos de una región a ser considerados en las decisiones de planificación, ejecución, seguimiento, verificación y evaluación de acciones orientadas a la solución de los principales problemas que les aquejan de manera directa e indirecta.

Es un proceso organizado, a través del cual, el gobierno local y la sociedad civil toman parte de las acciones y decisiones colectivas para modificar una realidad que quieren cambiar. La participación directa por parte de la sociedad civil en las diligencias de los entes del Estado, permite que los actores sociales tengan más posibilidades de reclamar derechos y exigir su cumplimiento.

En el 2011, Tatiana Ordeñana, en la publicación electrónica de la ESPAE con el tema “Conociendo la participación ciudadana”, expone: Existen entonces muchas posibilidades de que las personas se incorporen a las decisiones de su gobierno, de que incidan plenamente en las políticas públicas, en la planificación, en los presupuestos. La participación ciudadana también se vuelve una herramienta vital de la transparencia, porque los ciudadanos se convierten en veedores y fiscalizadores de las acciones emprendidas por las autoridades.

Desde este punto de vista la participación ciudadana es una herramienta del pueblo para garantizar la democracia a través del ejercicio de sus derechos; en la administración pública nace como una medida para aliviar la falta de planificación, de políticas para el desarrollo, pero sobre todo, por la falta de transparencia en las decisiones de algunos gobiernos locales, provinciales y del gobierno central, para generar un avance significativo, justo y equilibrado para toda la población.

1.2.2 Sector Alimenticio

El Diario de Manabí, publica en diciembre del 2011: “Las ventas del sector alimenticio crecieron USD 365 millones durante el 2011, eso significa un 11% más de lo alcanzado en el año anterior. Así lo anuncia el último informe de labores del Ministerio de Industrias. El informe agrega que las exportaciones crecieron en 40% (USD 391 millones) entre enero y septiembre del 2011, en comparación con el mismo período del año anterior”.

Según el MAGAP en Agosto del 2012: “El Ecuador produce alimentos suficientes para satisfacer la demanda interna. En la costa se produce soya, mango, maracuyá, banano, cacao, limón, caña de azúcar, camote, piña, café y palma africana.

En la sierra, existe una producción muy variada, que abastece de manera significativa el mercado interno; entre los alimentos que se producen se encuentran: manzana, brócoli, papas, tomate riñón, cebolla colorada, caña de azúcar, naranja y yuca. En la Amazonía, en cambio, la mayor parte de tierra de uso agropecuario se utiliza para pastos”.

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, la situación alimentaria y nutricional del Ecuador refleja la realidad socioeconómica; el potencial productivo y la capacidad de transformar y comercializar los alimentos que satisfagan los requerimientos nutricionales de la población a todo nivel.

La producción de alimentos y el rendimiento de los principales productos de consumo, su relación con los mercados (de productos, de trabajo y financieros) son importantes para establecer el potencial que la seguridad alimentaria y nutricional ofrece a la sociedad ecuatoriana como una estrategia de desarrollo.

Ante esta situación, el Ecuador requiere modernizar su producción mejorando la tecnología empleada hasta el momento, en un país eminentemente agrícola es necesario incrementar los canales de comercialización para disminuir los problemas relacionados con la producción, productividad y desarrollo de mercados.

1.2.2.1 Seguridad Alimentaria

La producción de alimentos y su reciprocidad con los mercados es un elemento importante para determinar la capacidad de un país para afirmar la seguridad alimentaria como una estrategia de desarrollo; para lograrlo, son necesarias políticas sectoriales orientadas a una mejor producción, provisión, distribución y comercialización de estos productos.

La seguridad alimentaria garantiza el aprovisionamiento de alimentos, es decir, su disponibilidad, estabilidad, acceso y consumo, amparados en una distribución equitativa de recursos; sin embargo, se puede ver afectada por escases de agua, degradación de los suelos, cambios climáticos, explosión demográfica, epidemias y gobernanza, lo que provoca el hambre y la desnutrición.

Un punto importante que hay que resaltar para la presente investigación, es que, el país tiene la capacidad suficiente para satisfacer la demanda interna, pero, los productos, en la mayoría de los casos no son accesibles al consumidor para su adquisición y consumo, debido principalmente a los altos precios o a la falta de regulación de los mismos; es necesario entonces, un sistema de mercadeo que facilite el intercambio de alimentos entre el productor y el consumidor final, mercados en donde se pueda almacenar, conservar y transformar los alimentos para facilidad de los compradores.

Uno de los motivos que fundamenta la necesidad de crear Redes de Mercados para el sector alimenticio del cantón Santa Elena, es que los alimentos deben estar disponibles para la comunidad y deben ser económicamente accesibles para que las familias, aún aquellas con ingresos más bajos, puedan pagarlos. Las poblaciones rurales y marginales son los más expuestos a la inseguridad alimentaria, principalmente los niños y niñas, mujeres embarazadas y madres lactantes.

1.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Constitución de la República del Ecuador

El **Art. 3.** Numeral 1 expresa que es un deber del Estado: Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.

El **Art. 13.** Indica: Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

Art. 262: Los gobiernos regionales autónomos tendrán las siguientes competencias exclusivas:

Numeral 7: Fomentar las actividades productivas regionales.

Numeral 8: Fomentar la seguridad alimentaria regional.

Art. 281: La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una

obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente. Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.
5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.
6. Promover la preservación y recuperación de la agro biodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.
7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.
8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica, apropiadas para garantizar la soberanía alimentaria.
9. Regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización.
10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.
11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación

con productos alimenticios.

12. Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud ni el futuro de la producción de alimentos producidos localmente.
13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.
14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras.

Art. 284: Uno de los objetivos de la política económica es asegurar la soberanía alimentaria y energética.

Art. 304: La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer, optimizar y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y de comercialización justas.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente, en el sector privado, y otras que afecten el buen funcionamiento de los mercados.

Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria

La Ley de Soberanía Alimentaria del Ecuador, determina como política de Estado y acción prioritaria del Gobierno Nacional a la Seguridad Alimentaria y Nutricional comprendida como “un derecho humano que garantiza la capacidad de abastecimiento con garantía de acceso físico y económico de todos los habitantes a alimentos sanos, nutritivos, suficientes, inocuos, de buena calidad y concordantes con la cultura, preferencias y costumbres de la población, para una vida sana y activa”.

Art. 3: Deberes del Estado.- Para el ejercicio de la soberanía alimentaria, además de las responsabilidades establecidas en el Art. 281 de la Constitución el Estado, deberá:

- a) Fomentar la producción sostenible y sustentable de alimentos, reorientando el modelo de desarrollo agroalimentario, que en el enfoque multisectorial de esta ley hace referencia a los recursos alimentarios provenientes de la agricultura, actividad pecuaria, pesca, acuicultura y de la recolección de productos de medios ecológicos naturales;
- c) Impulsar, en el marco de la economía social y solidaria, la asociación de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores para su participación en mejores condiciones en el proceso de producción, almacenamiento, transformación, conservación y comercialización de alimentos;
- d) Incentivar el consumo de alimentos sanos, nutritivos de origen agroecológico y orgánico, evitando en lo posible la expansión del monocultivo y la utilización de cultivos agroalimentarios en la producción de biocombustibles, priorizando siempre el consumo alimenticio nacional;
- e) Adoptar políticas fiscales, tributarias, arancelarias y otras que protejan al sector agroalimentario nacional para evitar la dependencia en la provisión alimentaria.

Artículo 13: Fomento a la micro, pequeña y mediana producción.- Para fomentar a los microempresarios, microempresa o micro, pequeña y mediana producción agroalimentaria, de acuerdo con los derechos de la naturaleza, el Estado:

- Otorgará crédito público preferencial para mejorar e incrementar la producción y fortalecerá las cajas de ahorro y sistemas crediticios solidarios, para lo cual creará un fondo de reactivación productiva que será canalizado a través de estas cajas de ahorro;
- Regulará, apoyará y fomentará la asociatividad de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, de conformidad con el Art. 319 de la Constitución de la República para la producción, recolección, almacenamiento, conservación, intercambio, transformación, comercialización y consumo de sus productos. El Ministerio del ramo desarrollará programas de capacitación organizacional, técnica y de comercialización, entre otros, para fortalecer a estas organizaciones y propender a su sostenibilidad;
- Establecerá mecanismos específicos de apoyo para el desarrollo de pequeñas y medianas agroindustrias rurales;
- Incentivará de manera progresiva la inversión en infraestructura productiva: centros de acopio y transformación de productos, caminos vecinales; e,
- Facilitará la producción y distribución de insumos orgánicos y agroquímicos de menor impacto ambiental.

Artículo 14: Fomento de la producción agroecológica y orgánica.- El Estado estimulará la producción agroecológica, orgánica y sustentable, a través de mecanismos de fomento, programas de capacitación, líneas especiales de crédito y mecanismos de comercialización en el mercado interno y externo, entre otros.

Artículo 15: Fomento a la Producción agroindustrial rural asociativa.- El Estado

fomentará las agroindustrias de los pequeños y medianos productores organizados en forma asociativa.

Artículo 18: Capital.- Para desarrollar actividades productivas de carácter alimentario, el Estado impulsará la creación de fuentes de financiamiento en condiciones preferenciales para el sector, incentivos de tipo fiscal, productivo y comercial, así como fondos de garantía, fondos de re-descuento y sistemas de seguros, entre otras medidas. Los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores tendrán acceso preferente y diferenciado a estos mecanismos, de conformidad con el Art. 311 de la Constitución de la República.

Artículo 21: Comercialización interna.- El Estado creará el Sistema Nacional de Comercialización para la soberanía alimentaria y establecerá mecanismos de apoyo a la negociación directa entre productores y consumidores, e incentivará la eficiencia y racionalización de las cadenas y canales de comercialización. Además, procurará el mejoramiento de la conservación de los productos alimentarios en los procesos de post-cosecha y de comercialización; y, fomentará mecanismos asociativos de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores de alimentos, para protegerlos de la imposición de condiciones desfavorables en la comercialización de sus productos, respecto de las grandes cadenas de comercialización e industrialización, y controlará el cumplimiento de las condiciones contractuales y los plazos de pago.

Los gobiernos autónomos descentralizados proveerán de la infraestructura necesaria para el intercambio y comercialización directa entre pequeños productores y consumidores, en beneficio de ambos, como una nueva relación de economía social y solidaria.

La ley correspondiente establecerá los mecanismos para la regulación de precios en los que participarán los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y

medianos productores y los consumidores de manera paritaria, y para evitar y sancionar la competencia desleal, las prácticas monopólicas, oligopólicas, monopsónicas y especulativas.

El Estado procurará el mejoramiento de la conservación de los productos alimentarios en los procesos de post-cosecha y de comercialización. La ley correspondiente establecerá los mecanismos para evitar y sancionar la competencia desleal, así como las prácticas monopólicas y especulativas.

Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización

Art. 134: Ejercicio de la competencia de fomento de la seguridad alimentaria.- El fomento, de la seguridad alimentaria, cuyo ejercicio corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados regionales se gestionará aplicando las disposiciones constitucionales y legales para garantizar la soberanía alimentaria, la política pública de esta materia bajo el principio de integralidad y comprende:

- a) Promover, concurrentemente con los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales, en el marco de la economía social y solidaria, la asociación de los microempresarios, pequeños y medianos productores y brindar la asistencia técnica para su participación en mejores condiciones en los procesos de producción, almacenamiento, transformación, conservación y comercialización de alimentos;
- b) Implementar coordinadamente con los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, municipales y parroquiales rurales, la producción sustentable de alimentos, en especial los provenientes de la agricultura, actividad pecuaria, pesca, acuicultura y de la recolección de productos de medios ecológicos naturales; garantizando la calidad y cantidad de los alimentos necesarios para la vida humana;
- c) Planificar y construir la infraestructura adecuada, en coordinación con los

gobiernos autónomos descentralizados provinciales, municipales y parroquiales rurales, para fomentar la producción, conservación, intercambio, acceso, comercialización, control y consumo de alimentos, preferentemente provenientes de la pequeña, la micro, y la mediana producción campesina, y de la pesca artesanal; respetando y protegiendo la agro biodiversidad, los conocimientos y formas de producción tradicionales y ancestrales. Complementariamente, la planificación y construcción de las redes de mercados y centros de transferencia de las jurisdicciones cantonales serán realizados por los gobiernos autónomos descentralizados municipales;

- d) Fomentar el acceso de los ciudadanos a alimentos suficientes y sanos mediante la capacidad de incidir en los mercados y en el impulso a estrategias de consumo de alimentos nutritivos, agroecológicos y provenientes de la producción local, además del impulso de sistemas solidarios de comercialización en coordinación con los otros niveles de gobiernos autónomos descentralizados; y,
- e) Promover un proceso para el manejo adecuado de animales destinados al consumo humano, observando las normas técnicas nacionales e internacionales, como prerequisite en la producción de cárnicos sanos, competencia que se ejercerá en el marco de la ley y del sistema de soberanía alimentaria.

Los gobiernos autónomos descentralizados regionales ejercerán esta competencia con sujeción a las políticas nacionales que para el efecto emita la entidad rectora en materia de soberanía alimentaria, de acuerdo con la ley, y tendrán la obligación de coordinar y articular sus políticas y acciones con todos los gobiernos autónomos descentralizados de su circunscripción territorial en el ejercicio de sus competencias de fomento de desarrollo agropecuario y productivo.

Art. 135: Ejercicio de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias.- Para el ejercicio de la competencia de fomento de las actividades

productivas y agropecuarias que la Constitución asigna a los gobiernos autónomos descentralizados regionales, provinciales y parroquiales rurales, se ejecutarán de manera coordinada y compartida, observando las políticas emanadas de las entidades rectoras en materia productiva y agropecuaria, y se ajustarán a las características y vocaciones productivas territoriales, sin perjuicio de las competencias del gobierno central para incentivar estas actividades.

A los gobiernos autónomos descentralizados regionales, provinciales y parroquiales rurales les corresponde de manera concurrente la definición de estrategias participativas de apoyo a la producción; el fortalecimiento de las cadenas productivas con un enfoque de equidad; la generación y democratización de los servicios técnicos y financieros a la producción; la transferencia de tecnología, desarrollo del conocimiento y preservación de los saberes ancestrales orientados a la producción; la agregación de valor para lo cual se promoverá la investigación científica y tecnológica; la construcción de infraestructura de apoyo a la producción; el impulso de organizaciones económicas de los productores e impulso de emprendimientos económicos y empresas comunitarias; la generación de redes de comercialización; y, la participación ciudadana en el control de la ejecución y resultados de las estrategias productivas.

Para el cumplimiento de sus competencias establecerán programas y proyectos orientados al incremento de la productividad, optimización del riego, asistencia técnica, suministro de insumos, agropecuarios y transferencia de tecnología, en el marco de la soberanía alimentaria, dirigidos principalmente a los micro y pequeños productores.

Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública

Art. 16.- Micro, pequeñas y medianas empresas.- Para incentivar la mayor

participación de proveedores de los sectores de micro, pequeñas y medianas empresas, se entenderán por tales, aquellas que al menos cumplan dos de los tres parámetros establecidos en cada una de las categorías detalladas a continuación:

1. Microempresa: aquella organización de producción que tenga entre 1 a 9 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales inferiores a cien mil dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos de hasta cien mil dólares;
2. Pequeña empresa: la organización de producción que tenga entre 10 a 49 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil y un millón de dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos entre cien mil uno y setecientos cincuenta mil dólares; y,
3. Mediana empresa: la organización de producción que tenga entre 50 a 159 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno y cinco millones de dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos entre setecientos cincuenta mil uno y cuatro millones de dólares.

Al momento de inscribir y habilitar a un proveedor en el RUP, y una vez verificados los requisitos descritos en el presente artículo, el registro deberá expresar la categoría a que pertenece el proveedor.

Ley Orgánica de Empresas Públicas

La red de Mercados, bien podría formarse como una empresa pública asociada a empresas privadas.

Art. 35: Capacidad asociativa.- Las empresas públicas tienen capacidad asociativa para el cumplimiento de sus fines y objetivos empresariales y en consecuencia para la celebración de los contratos que se requieran, para cuyo efecto podrán

constituir cualquier tipo de asociación, alianzas estratégicas, sociedades de economía mixta con sectores públicos o privados en el ámbito nacional o internacional o del sector de la economía popular y solidaria, en el marco de las disposiciones del artículo 316 de la Constitución de la República.

Todo proceso de selección de socios privados para la constitución de empresas de economía mixta debe ser transparente de acuerdo a la ley y se requerirá concurso público, y para perfeccionar la asociación no se requerirá de otros requisitos o procedimientos que no sean los establecidos por el Directorio.

No requerirán de concursos públicos los procesos de asociación con otras empresas públicas o subsidiarias de éstas, de países que integran la comunidad internacional.

Para el caso de empresas públicas encargadas de la gestión del agua, se estará a lo dispuesto en el artículo 318 de la Constitución de la República.

Art. 36.- Inversiones en otros emprendimientos.- Para ampliar sus actividades, acceder a tecnologías avanzadas y alcanzar las metas de productividad y eficiencia en todos los ámbitos de sus actividades, las empresas públicas gozarán de capacidad asociativa, entendida ésta como la facultad empresarial para asociarse en consorcios, alianzas estratégicas, conformar empresas de economía mixta en asocio con empresas privadas o públicas, nacionales o extranjeras, constituir subsidiarias, adquirir acciones y/o participaciones en empresas nacionales y extranjeras y en general optar por cualquier otra figura asociativa que se considere pertinente conforme a lo dispuesto en los artículos 315 y 316 de la Constitución de la República.

Las empresas públicas ecuatorianas podrán asociarse con empresas estatales de otros países, con compañías en las que otros Estados sean directa o indirectamente

accionistas mayoritarios. En todos estos casos se requerirá que el Estado ecuatoriano o sus instituciones hayan suscrito convenios de acuerdo o cooperación, memorandos o cartas de intención o entendimiento.

En general los acuerdos asociativos e inversiones previstas en el inciso anterior deberán ser aprobados mediante resolución del Directorio en función de los justificativos técnicos, económicos y empresariales presentados mediante informe motivado y no requerirán de otros requisitos o procedimientos que no sean los establecidos por el Directorio para perfeccionar la asociación o inversiones, respectivamente. Las inversiones financieras y en los emprendimientos en el exterior serán autorizadas por el respectivo Directorio de la Empresa Pública.

Art. 37.- **Ámbito y alcance de los nuevos emprendimientos.-** Los emprendimientos y asociaciones previstos en el artículo anterior se sujetarán al contenido específico de los acuerdos que se celebren y en lo no previsto en ellos, a lo dispuesto en esta Ley, en las normas contenidas en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública y en la normativa específica dictada para las contrataciones en actividades de exploración y explotación de los recursos hidrocarburíferos y para las contrataciones de bienes de carácter estratégico necesarias para la defensa nacional.

La administración del talento humano en las empresas de economía mixta se sujetará a las disposiciones de esta Ley y la Codificación del Código de Trabajo en lo que corresponda. En estas empresas no habrá pago de utilidades conforme lo señala el último inciso del artículo 328 de la Constitución de la República. (...).

Ley de Régimen Municipal

Art. 14: Son funciones primordiales del municipio, sin perjuicio de las demás que le atribuye esta Ley, las siguientes:

Numeral 17: Contribuir al fomento de la actividad productiva y su comercialización, a través de programas de apoyo a actividades como la artesanía, microempresarias y productoras de la pequeña industria entre otros, en coordinación con organismos nacionales, regionales, provinciales y parroquiales.

Art. 476: En las concesiones que, de acuerdo con esta Ley hicieren las municipalidades o empresas de servicios públicos para ocupación de calles y plazas, podrán reducir o exonerar los impuestos municipales que correspondan a esas ocupaciones. Igual exoneración podrán conceder las municipalidades en beneficio de los expendedores de artículos de subsistencia en ferias o mercados al aire libre.

Art. 149: En materia de higiene y asistencia social, la administración municipal coordinará su acción con la autoridad de salud, de acuerdo con lo dispuesto en el Título XIV del Código de la materia; y, al efecto, le compete:

Literal b) Reglamentar todo lo relativo al manipuleo de alimentos, inspección de mercados, almacenes, mataderos, carnicerías, panaderías, bares, restaurantes, hoteles, pensiones y, en general, los locales donde se fabriquen, guarden o expendan comestibles o bebidas de cualquier naturaleza y velar porque en ellos se cumplan los preceptos sanitarios.

Plan Nacional del Buen Vivir

En sociedades como la ecuatoriana, marcadas por la desigualdad estructural, la democratización de los medios de producción no es tan solo un tema de justicia social, sino además un factor fundamental para el crecimiento económico y el Buen Vivir. Se ha comprobado que aquellos países que cuentan con mejores coeficientes de distribución de los activos productivos, no solo que crecen más, sino que su crecimiento se distribuye socialmente, es decir es más equilibrado y

democrático, lo que les permite construir sociedades más igualitarias.

La gestión del Gobierno para el desarrollo del Buen Vivir, promoverá cambios fundamentales en la producción industrial, artesanal, de servicios, la estructura agraria, reconociendo especialmente la potencialidad de la ruralidad, de la pesquería artesanal y las agriculturas y economías familiares campesinas, implicando la diversificación productiva, la diversidad étnico-cultural, el desarrollo institucional, el acceso a oportunidades y activos productivos, la participación ciudadana y el uso sostenible de los recursos naturales. Esto se realizará a través de la radicalización en la re-distribución como democratización del crédito, la tecnología, la asistencia técnica y la capacitación, entre otros. Además se debe impulsar la comercialización con énfasis en cadenas cortas y la sinergia productores-consumidores. Asimismo se garantizará la satisfacción de las necesidades básicas a través de la prestación universalidad de los servicios públicos de calidad en educación y salud, el acceso a la vivienda, a la alimentación y el vestido y el trabajo digno productivo y reproductivo.

El escenario socioeconómico debe proyectarse como la combinación adecuada de formas organizativas que impulsen la economía social y solidaria y el reconocimiento de la diversidad en el sistema económico (formas de producción y comercialización, formas de propiedad) para asegurar su presencia activa en la representación y participación social en el escenario público de los próximos años. La soberanía alimentaria se sustenta en el reconocimiento del derecho a la alimentación sana, nutritiva y culturalmente apropiada para lo cual es necesario incidir tanto en las condiciones de producción, distribución y consumo de alimentos.

La Soberanía alimentaria implica recuperar el rol de la sociedad para decidir: qué producir, cómo producir, dónde producir, para quién producir, con énfasis en fortalecer a los pequeños campesinos que, en el caso del Ecuador, son quienes

producen los alimentos de la canasta básica.

En función de ello recuperar y apoyar los esfuerzos por recuperar una producción de alimentos suficiente, saludable, sustentable y sistemas de comercialización justos y equitativos.

Dentro de las políticas y lineamientos se encuentra: Asegurar una alimentación sana, nutritiva, natural y con productos del medio para disminuir drásticamente las deficiencias nutricionales. Coordinar adecuadamente los esfuerzos públicos y privados en materia de producción, distribución y comercialización de alimentos.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación científica es una actividad imprescindible en un proyecto o propuesta del estudiante universitario, el diseño de la investigación con el empleo de herramientas de carácter metodológico, facilitó la conclusión exitosa del trabajo iniciado, emitiendo juicios de valor sobre la realidad existente.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El proceso de investigación se inició con la ejecución de actividades orientadas a la consecución de información relevante que brinde el soporte necesario al trabajo propuesto, a través de criterios y juicios obtenidos durante el proceso, y que facilitaron la comprensión de la teoría expuesta en el capítulo anterior.

La aplicación de la metodología cuantitativa en la investigación, permitió analizar los datos de forma numérica con el apoyo de herramientas estadísticas y computacionales, para establecer la relación entre los elementos que intervienen en el problema de investigación, permitiendo, predecir el comportamiento de las variables a través del empleo de los instrumentos de investigación, por lo tanto, es deductiva y de naturaleza descriptiva y analítica.

Se sustenta la metodología cualitativa porque se describe las cualidades del objeto de estudio, dando a conocer los hechos y estructuras que lo conforman a través de conceptualizaciones que se incorporan a su realidad, la esencia de la investigación es inductiva y participativa porque propone cambios para mejorar las condiciones de vida de la población.

El proceso de investigación se inició con el cumplimiento de una serie de pasos que dieron lugar a la consecución de información que permitieron construir una serie de juicios de valor para sustentar la propuesta de implementación de una red de mercados en el cantón Santa Elena que proporcione beneficios a la comercialización de alimentos producidos en la zona.

Una vez elaborada la propuesta, en donde se definieron los objetivos, hipótesis y variables de investigación, el trabajo se fracciona en cuatro etapas; la primera corresponde a la fase teórica o bibliográfica en donde se revisaron conceptos y definiciones inherentes al problema planteado, facilitando una mejor comprensión de la realidad existente; en la segunda etapa, se diseñó la metodología de investigación, así como la definición y empleo de las técnicas y herramientas para la recolección de datos. En la tercera fase, se procedió al tratamiento de los datos obtenidos para emitir criterios y conclusiones válidas que sustenten la propuesta; finalmente, en la fase cuatro, se fundamentó la propuesta.

2.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

Con la finalidad de establecer relaciones y posturas en relación con la problemática planteada se analiza la información recopilada, predominando el razonamiento lógico, de manera que permita generar información exacta e interpretable.

Para la investigación planteada se emplearon varias modalidades; Documental, porque se basó en conocimientos ciertos y fundamentados, obtenidos mediante la recolección, selección y análisis de fuentes de investigación bibliográfica, predominando el análisis y la interpretación de las definiciones de los autores investigados.

La modalidad de campo, permitió involucrarse directamente con los informantes

calificados, obteniéndose información a través de encuestas y entrevistas, este tipo de investigación es compatible con la investigación documental, por lo que se tuvo mucho cuidado de no duplicar la información.

La modalidad de Proyecto Factible o de intervención, fue considerada debido a la necesidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes y el desarrollo económico del cantón, además porque la propuesta se establece como un modelo operativo viable para solucionar el problema alimenticio en los sectores urbanos y rurales de la península.

Se consideró la aplicación del método analítico para obtener juicios de valor que sustenten la propuesta de una Red de Mercados para el sector alimenticio en el cantón Santa Elena, a través del análisis de cada una de las etapas de la situación planteada.

Se utilizó el procedimiento deductivo porque las conclusiones se emiten a partir de las premisas encontradas y aceptadas como válidas; y, que fueron aplicadas al problema planteado; el razonamiento inductivo, facilitó la emisión de conclusiones generales a partir de las proposiciones de trabajo.

La investigación cualitativa se aplicará para identificar la naturaleza profunda de la realidad observada, su sistema de relaciones y su estructura dinámica.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para muchos investigadores resulta complicado establecer una tipología única y absoluta en el campo de la investigación, puesto que los procedimientos y técnicas se combinan y tienden a la confusión.

Amparado en los objetivos propuestos y en las variables de investigación se

procedió a definir el tipo de estudio a realizar, determinando los métodos y técnicas que se aplicaron para facilitar la orientación del análisis y presentación de resultados.

2.3.1 Por el propósito

Investigación Aplicada

Se considera como una investigación aplicada, porque se busca la solución a un problema existente en la comunidad del cantón Santa Elena, favoreciendo además a la institución municipal. A través de la propuesta se pretende intervenir en la situación planteada, innovando los procesos administrativos que tienen relación con la producción y distribución de alimentos, el desarrollo del sector alimenticio y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la región.

Otro motivo por el que se considera como aplicada es porque analiza la realidad de la situación actual a fin de comprender, retroalimentar y contribuir al conocimiento de las necesidades de comercialización de los alimentos que se producen en la región peninsular, de esta manera la investigación aplicada permite generar datos relevantes para la búsqueda de soluciones aceptables que permitan fundamentar la propuesta planteada.

De acuerdo al concepto anterior, la investigación es aplicada porque permitirá tomar decisiones y establecer políticas y estrategias al interior de la Municipalidad de Santa Elena para brindar mejores oportunidades a los productores y comerciantes de las diferentes poblaciones, así como a los pobladores de las distintas comunidades.

La investigación aplicada pone gran énfasis en la posibilidad de ejecutar las

teorías analizadas, destinando su trabajo a proponer soluciones a situaciones y necesidades que se plantean en un corto, mediano o largo plazo en un entorno físico-social específico.

Este tipo de investigación genera conocimientos, métodos o procedimientos dirigidos al sector productivo, con el fin de optimizarlo o corregirlo e innovarlo para hacerlo más eficiente y competitivo.

Se puede indicar también, que a través de la investigación aplicada, le permite a la municipalidad, analizar diversas soluciones a los problemas de producción y comercialización de los productos alimenticios en el cantón.

2.3.2 Por el nivel

Investigación Descriptiva

Lo que señala Bernal “La investigación descriptiva es uno de los tipos de procedimientos investigativos más populares y utilizados por los principiantes en la actividad investigativa. Los trabajos de grado, en pregrado y en muchas de las maestrías, son estudios de carácter eminentemente descriptivos. En tales estudios se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, o se diseñan productos, modelos, prototipos, guías, etcétera.

El mismo autor expone que “la investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental”.

Debido a que la presente investigación propone el diseño de una red de mercados

para el sector alimenticio del cantón Santa Elena, se enmarca dentro del esquema de guías, modelos, productos y prototipos que abarca la investigación descriptiva, a través de la cual se establecieron los criterios para la selección de las partes fundamentales del objeto de estudio y la descripción del contexto en el que se presenta la problemática existente, así como las relaciones entre las variables de investigación.

2.3.3 Por el lugar

Investigación Bibliográfica

El aporte de la investigación bibliográfica al presente trabajo, fue fundamental, ya que permitió analizar las definiciones y conceptos escritos por la comunidad científica sobre el tema que se trata, ampliando de manera significativa el conocimiento de los diferentes elementos que participan en la investigación.

Su aplicación facilitó la localización y selección de información actualizada y precisa en enciclopedias, artículos de divulgación científica, diarios, publicaciones en revistas especializadas, información registrada en documentos de la institución, tesis y libros que sirvieron como base para el conocimiento previo para fundamentar la propuesta.

Es necesario indicar que en la actualidad se utiliza mucho la E-investigación bibliográfica, es decir, la investigación de la literatura electrónica disponible en la Web sobre el tema planteado, recurso que sirvió de mucho para el trabajo propuesto. La revolución y masificación de la información a través de internet permitió encontrar datos de mucho interés en formato digital, convirtiéndose en un fundamental apoyo a la investigación realizada.

Investigación de Campo

La recolección directa de la información a través de la aplicación de los instrumentos diseñados, permitió detectar los problemas referentes a la falta de una red de mercados en el cantón Santa Elena, detallando las diversas situaciones generadas ante la escasez de sitios en los que los productores, comerciantes y compradores puedan negociar los productos alimenticios con mayor facilidad.

La investigación de campo facilitó el análisis, descripción e interpretación de la realidad existente, con el fin de poder explicar sus causas y efectos. Los datos obtenidos a partir de este tipo de investigación son originales o primarios.

2.3.4 Por la dimensión

Investigación Transversal

Para el presente trabajo, se consideró la investigación transversal debido a que se recolectaron datos en un solo momento con el propósito de describir el comportamiento de las variables y analizar su interrelación, basado en la información recolectada sobre la aceptabilidad de la propuesta por parte de los involucrados. Bernal indica que “son aquellas investigaciones en las que se obtiene información del objeto de estudio (población o muestra) una única vez en un momento dado”. El criterio de la investigación transversal permite analizar las variables en un momento dado, así como sus relaciones en un punto del tiempo.

2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.4.1 Método de Análisis y Síntesis

El proceso de investigación se inició considerando la realidad existente, el

conocimiento y la identificación de cada una de las partes importantes que conforman el objeto de estudio, resultó de mucha importancia para establecer el análisis respectivo, así como la comprensión del comportamiento, causas y efectos del fenómeno observado.

El procedimiento empleado en la investigación consistió en descomponer el objeto de estudio en cada una de sus partes, separándolas del todo para poder analizarlas de manera individual.

El empleo del método analítico permitió descomponer el objeto de estudio en sus partes o elementos esenciales o significantes para acceder a su articulación y significación, de manera que pudo observarse y analizarse sus causas, su naturaleza y sus efectos, permitiendo tener una idea más clara del objeto de estudio, para comprender su esencia, su comportamiento y establecer un modelo viable de una red de mercados.

2.4.2 Método Inductivo

El método inductivo proporcionó las directrices para establecer las proposiciones y premisas requeridas para fundamentar la propuesta, se tomó en consideración la construcción, administración y funcionamiento actual del mercado central de Santa Elena, constituyéndose en el punto de partida para obtener conclusiones generales acerca de la necesidad de una red de mercados en el cantón, a partir de las deducciones obtenidas de las respuestas individuales de los instrumentos de investigación.

2.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Una vez seleccionado el tema, establecido el planteamiento y escogida la

modalidad y el tipo de investigación, fue necesario determinar las técnicas más apropiadas para la recolección de información, ya que ésta se convierte en la materia prima de la investigación, es por ello que resultó de mucha importancia la elección apropiada del procedimiento que proporcione información confiable y veraz para sustentar la propuesta.

Las técnicas no son otra cosa que el conjunto de procedimientos que permitieron establecer una relación entre el investigador y el objeto de estudio.

2.5.1 Encuesta

Una de las herramientas más utilizadas en la recolección de información, debido a su fácil manejo y aplicación, es la encuesta, para su elaboración se tomó en consideración las variables de investigación y los objetivos propuestos, lo cual permitió obtener información de los informantes calificados sobre sus opiniones, conocimientos, aptitudes o sugerencias sobre la propuesta planteada.

En la presente investigación se consideró que la técnica más apropiada para formar juicios de valor que sustenten la propuesta, es la encuesta a los habitantes del cantón Santa Elena, de manera que se pueda evaluar y calificar la información obtenida.

Como técnica cuantitativa de la investigación aplicada a los informantes calificados, se obtuvo mediciones sobre las opiniones de los ciudadanos acerca de la necesidad de una red de mercados en el cantón Santa Elena.

2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Toda técnica prevé el uso de un instrumento de aplicación; así, el instrumento de

la técnica de Encuesta es el cuestionario; de la técnica de Entrevista es la Guía de tópicos de entrevista. Escogida la técnica para la recolección de la información, se procedió al diseño del instrumento, que estuvo orientado a la recolección y registro de datos de calidad para fundamentar la propuesta de una red de mercados, para lo cual se elaboraron una serie de preguntas cerradas aplicadas a través de un cuestionario claro y comprensible que permitió el registro de las opiniones de los encuestados y facilitó el tratamiento informático y estadístico de la información.

Es importante destacar que una investigación confiable se caracteriza por la calidad de los instrumentos aplicados, por ello es necesario que los mismos sean validados por especialistas o profesionales.

2.6.1 Cuestionario

Se diseñó un cuestionario constituido por una serie de preguntas orientadas a la generación de información precisa que fortalezca la propuesta, para ello se consideró el objetivo de la medición, el objetivo del cuestionario y las variables del cuestionario.

Debido a la facilidad de relacionarse con los involucrados en la investigación, se escogió el cuestionario como instrumento para la encuesta. El diseño de las preguntas, de carácter cerrado condicionadas a alternativas fijas, tomó en cuenta las variables a medir y las características de los informantes calificados, de manera que no existan inconvenientes al momento de responderlas, y que su aplicación proporcione la información necesaria para fundamentar la propuesta.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

Uno de los aspectos importantes dentro de la investigación, fue la determinación y

definición de la población y la muestra con la cual se trabajó el tema, en esta etapa se estableció las características que deben tener los informantes calificados o sujetos de estudio.

2.7.1 Población

La población se refiere a la totalidad de los elementos o agentes con características similares o comunes observables en un lugar y en un momento determinado, también conocidos como unidades de análisis.

Para la presente investigación se ha considerado como población accesible a los habitantes de la cabecera cantonal de Santa Elena, dentro de los cuales se encuentran productores, comerciantes y consumidores de productos alimenticios. La información se obtuvo del INEC en el que se establece que la población de 15 a 64 años es de 24.511 habitantes.

2.7.2 Muestra

Debido a que resulta imposible encuestar a toda la población existente, por cuestiones de tiempo, recursos y esfuerzo, fue necesario tomar una parte representativa de ésta como informantes calificados, para ello se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Muestra = ?
N = Población = 24511
Z = Nivel de confianza = 1.96

P = Posibilidad de que se cumpla = 50% => 0.50
Q = Posibilidad de que no se cumpla = 50% => 0.50
e = Margen de error = 5% => 0.05

Obteniéndose:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 24511}{0.05^2 (24511 - 1) + 1.96^2 * 0.5}$$

$$n = \frac{23540.3644}{62.2354} = 378.247178$$

$$n = 378.247178$$

Por lo tanto, se deben aplicar 378 encuestas.

2.8 PROCEDIMIENTO Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

Para establecer los procedimientos y procesamientos de los datos Bernal indica: “Un aspecto muy importante en el proceso de una investigación es el que tiene relación con la obtención de la información, pues de ello dependen la confiabilidad y la validez del estudio. Obtener información confiable y válida requiere cuidado y dedicación”.

2.8.1 Procedimiento

La información obtenida y registrada en los instrumentos de investigación requiere ser organizada y tabulada, por lo que una vez terminado dicho proceso se procedió a su ordenamiento y tabulación, primero, se elaboraron tablas o cuadros para cada una de las preguntas del cuestionario, posteriormente, se utilizó Microsoft Excel para cuantificar y agrupar las respuestas resultantes de la

aplicación del instrumento. Para que la investigación alcance los niveles deseados y cumpla con los objetivos de la investigación, se aplicó el siguiente procedimiento:

- Búsqueda de información.
- Selección de las fuentes de recolección.
- Elaboración de las técnicas e instrumentos de recopilación de información.
- Validación de las técnicas e instrumentos empleados.
- Recolección y obtención de información.

2.8.2 Procesamiento

El proceso de investigación implicó la tabulación, ordenamiento y procesamiento de la información, para lo cual se estableció un procedimiento estadístico sencillo que permitió establecer el número de frecuencia de los datos y los porcentajes, cuyos resultados sirven para el posterior análisis e interpretación.

El procesamiento de los datos dispersos recolectados se realizó tomando en consideración el modelo que expone el autor anterior, modificado de acuerdo a las necesidades del presente trabajo de investigación:

- Obtener la información de la población o muestra objeto de la investigación.
- Definir los criterios para ordenar los datos obtenidos del trabajo de campo.
- Definir las herramientas estadísticas que van a utilizarse para el procesamiento de los datos.
- Definir las técnicas de análisis de la información.
- Emplear el programa Microsoft Excel para la elaboración de tablas y gráficos estadísticos.

- Análisis e interpretación de los resultados.
- Emisión de conclusiones y recomendaciones.

Considerando los objetivos y las variables de investigación, se procedió al procesamiento de los datos obtenidos en el trabajo de campo, empleando técnicas estadísticas y computacionales para la elaboración de distribuciones de frecuencia y gráficos estadísticos que sirvieron para la emisión de un análisis formal de cada una de las preguntas que comprende la encuesta aplicada.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el Capítulo anterior se indicó lo referente al procedimiento y procesamiento de los datos, es decir, el proceso y análisis de la información recolectada, a fin de precisar las causas y efectos, así como el desarrollo de opciones de solución a la situación planteada.

Una vez concluida la recolección de datos proporcionados por los informantes calificados, la información recabada se sometió a un proceso estadístico que aportó a una mejor comprensión de los mismos, estableciendo los lineamientos que fundamentaron las conclusiones y recomendaciones para formular la propuesta.

Los criterios utilizados para el análisis de los datos partieron de la elaboración de tablas estadísticas con distribuciones de frecuencia, con las alternativas de cada interrogante del cuestionario, facilitando el diseño de representaciones gráficas de pastel a través del empleo de Microsoft Excel.

Para la etapa de interpretación se procedió a la lectura de los datos y al examen crítico de los resultados obtenidos, lo que requirió de juicios valorativos, y razonamiento lógico para emitir sugerencias e indicaciones que sustenten la propuesta.

La estadística descriptiva facilitó la comprensión e interpretación de los datos, abreviándolos y resumiéndolos para expresarlos en función del objeto de estudio, orientados a la consecución de los objetivos planteados para una Red de Mercados en el cantón Santa Elena.

3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Tabla N° 3

¿Visita periódicamente el mercado para la adquisición de productos alimenticios?			
<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>1</i>	Definitivamente si	334	88%
	Probablemente si	17	4%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	0	0%
	Definitivamente no	27	7%
	TOTAL		378

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 1



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

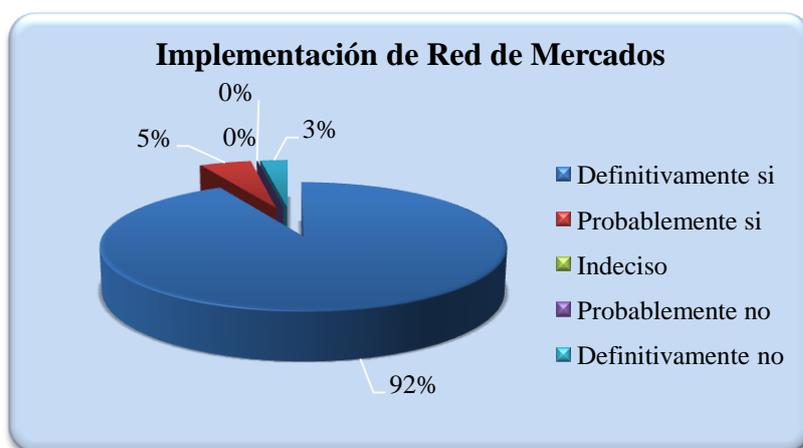
La visita constante a los mercados para proveerse de alimentos, es una actividad que la realizan la mayoría de las personas, lo que queda demostrado en el presente estudio, donde un alto porcentaje de los informantes calificados aseguraron hacerlo. Sin embargo, una porción minoritaria, indicó de manera rotunda, que no frecuentan los mercados de abastos.

Tabla N° 4

¿Considera conveniente la implementación de una red de mercados para el sector alimenticios del cantón Santa Elena para productores y consumidores?			
Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
2	Definitivamente si	349	92%
	Probablemente si	19	5%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	0	0%
	Definitivamente no	10	3%
	TOTAL		378

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013
Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 2



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013
Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Acerca de la conveniencia y beneficios, para productores y consumidores, de implementar una red de mercados para el sector alimenticio del cantón Santa Elena, la alternativa presentó un gran porcentaje de aceptación y conformidad; sólo un grupo pequeño de los encuestados expresó su oposición a esta disyuntiva. Este tipo de proyectos llevados a la práctica facilitará la comercialización de los artículos de la canasta básica familiar, que son producidos en la región.

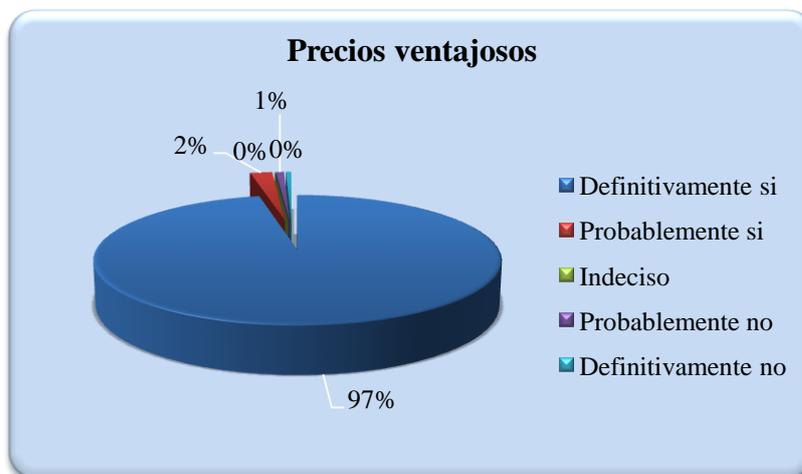
Tabla N° 5

¿Cree usted que los precios de los productos de primera necesidad con la implementación de una red de mercados para el sector alimenticios del cantón Santa Elena serían más ventajosos para productores y consumidores?			
<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
3	Definitivamente si	365	97%
	Probablemente si	8	2%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	3	1%
	Definitivamente no	2	1%
	TOTAL	378	100%

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 3



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

La percepción de los encuestados en lo referente a la ventaja que se lograría, tanto, para productores como consumidores, en lo que concierne a los precios de los artículos de primera necesidad, tuvo el total respaldo de la ciudadanía. Este tipo de organización en los mercados municipales logra que los precios, de los productos de la canasta básica familiar, se reduzcan debido a que se elimina a los intermediarios.

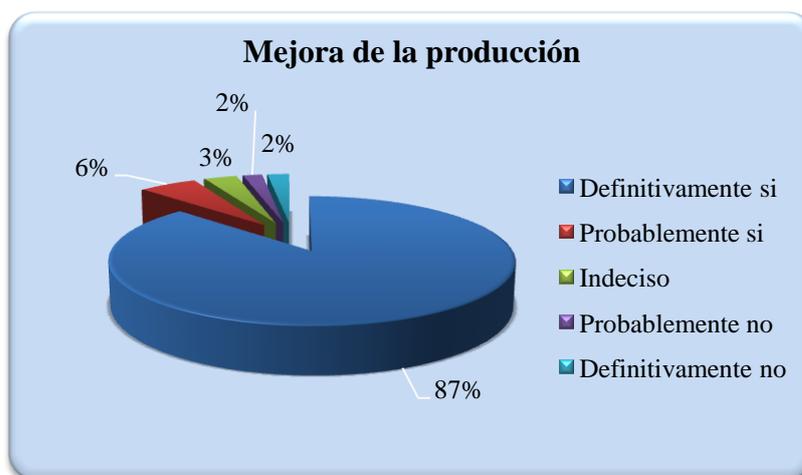
Tabla N° 6

¿Mejoría la producción el sector alimenticio del cantón Santa Elena con una red de mercados?			
<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
4	Definitivamente si	330	87%
	Probablemente si	21	6%
	Indeciso	12	3%
	Probablemente no	7	2%
	Definitivamente no	8	2%
	TOTAL		378

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 4



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

La respuesta a esta interrogante estuvo dividida, pero mayoritariamente, los informantes de las encuestas manifestaron que una red de mercados aportaría de manera significativa a un aumento de la producción en el sector alimenticio de la región. Debido, a que los productores y consumidores analizan esta alternativa como una propuesta atractiva y de beneficio para sus economías, generando mayores ventas de los productos de primera necesidad, lo que, consecuentemente, viene de la mano con una mayor productividad.

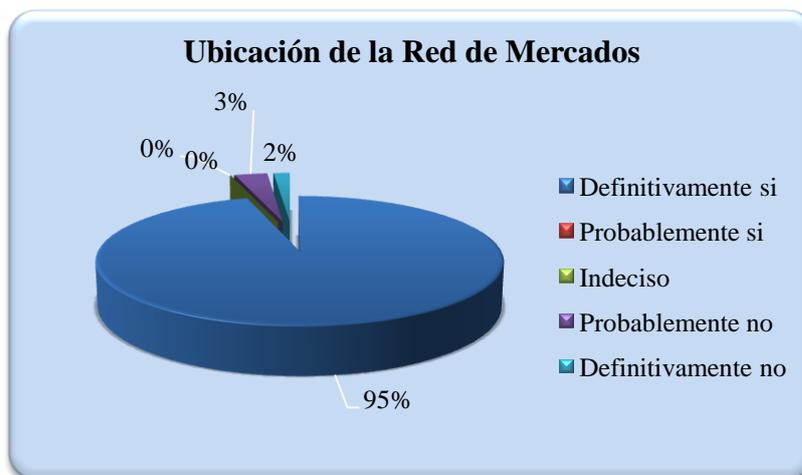
Tabla N° 7

¿Serían adecuadas las cabeceras parroquiales del cantón para la ubicación de la red de mercados?			
Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
5	Definitivamente si	360	95%
	Probablemente si	0	0%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	12	3%
	Definitivamente no	6	2%
	TOTAL		378

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 5



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

En lo que se refiere a la ubicación geográfica de la red de mercados, casi la totalidad de los encuestados, se manifestó acorde a la opción presentada, es decir, que los mercados deberían estar asentados en las cabeceras parroquiales del cantón Santa Elena. El ordenamiento comercial ha sido una constante preocupación del cabildo Santaelenense, y un eje importante dentro del proceso de regeneración del cantón, minimizando la problemática ocasionada por la informalidad.

Tabla N° 8

¿Debería la municipalidad de Santa Elena estar a cargo de la gestión de la red de mercados?			
<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
6	Definitivamente si	312	83%
	Probablemente si	25	7%
	Indeciso	32	8%
	Probablemente no	0	0%
	Definitivamente no	9	2%
	TOTAL		378

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 6



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

De acuerdo a los datos recabados en los instrumentos de recolección de información, un alto porcentaje de los informantes está de acuerdo en que la administración y gestión de la red de mercados debería estar a cargo de la Municipalidad del cantón Santa Elena. Como ente regulador esta institución tiene a cargo la construcción y readecuación de mercados municipales y el ordenamiento de los espacios públicos, por tanto, la red de mercados debería ser manejada por la municipalidad.

Tabla N° 9

¿Cree usted que la iniciativa de implementación de una red de mercados mejorará la calidad de vida de los habitantes del cantón?			
<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
7	Definitivamente si	369	98%
	Probablemente si	0	0%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	5	1%
	Definitivamente no	4	1%
	TOTAL	378	100%

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 7



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Las personas encuestadas afirmaron de manera contundente que la implementación de un proyecto como el que se propone, mejoraría rotundamente la calidad de vida de los habitantes del cantón. Los comerciantes se beneficiarían por los ingresos generados por mayores ventas y los consumidores o clientes por los precios cómodos a los que conseguirían los productos de primera necesidad. Por otro lado, mejoraría la imagen de las localidades en donde se ubiquen estos comercios.

Tabla N° 10

¿Considera usted que un tejido comercial como el propuesto incentivará la asociatividad entre los comerciantes y productores?			
<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
8	Definitivamente si	312	83%
	Probablemente si	36	10%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	12	3%
	Definitivamente no	18	5%
	TOTAL		378

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 8



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

La asociatividad entre comerciantes y productores es otro factor que se tomó en consideración para la propuesta de implementación de una red de mercados en el cantón Santa Elena, quienes fueron indagados al respecto, afirmaron que la red de mercados promovería la asociatividad entre los involucrados; fueron pocos los que negaron tal probabilidad. Las diversas agrupaciones que formen parte de la red de mercados deberían constituirse bajo la modalidad de asociaciones para una mejor organización de sus actividades y cooperación entre los asociados.

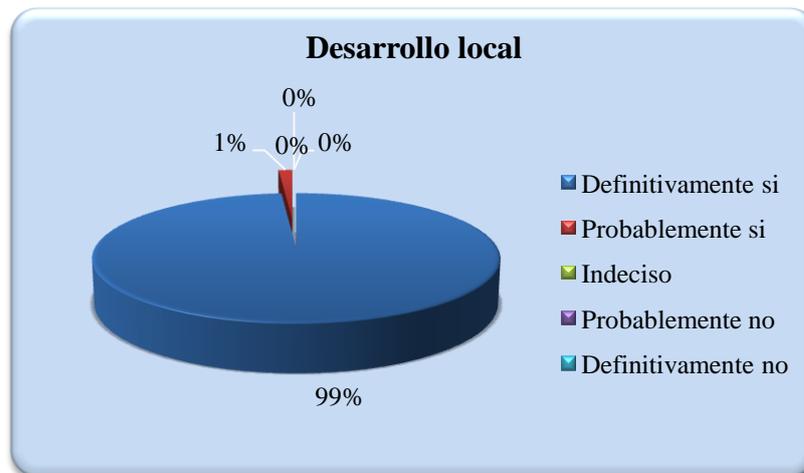
Tabla N° 11

¿Generaría desarrollo la implementación de esta propuesta, para la comunidad donde se ubique?			
Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
9	Definitivamente si	373	99%
	Probablemente si	5	1%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	0	0%
	Definitivamente no	0	0%
	TOTAL		378

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 9



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Uno de los beneficios que se pretende lograr con la implementación de la red de mercados en las cabeceras parroquiales del cantón Santa Elena, es el desarrollo de las localidades donde se ubiquen los comercios. Ante esta interrogante, los informantes calificados indicaron, masivamente, que la puesta en marcha de la propuesta, se convertiría en una alternativa viable para el desarrollo local de tales comunidades y es una herramienta válida para encarar los diferentes problemas por los que atraviesan.

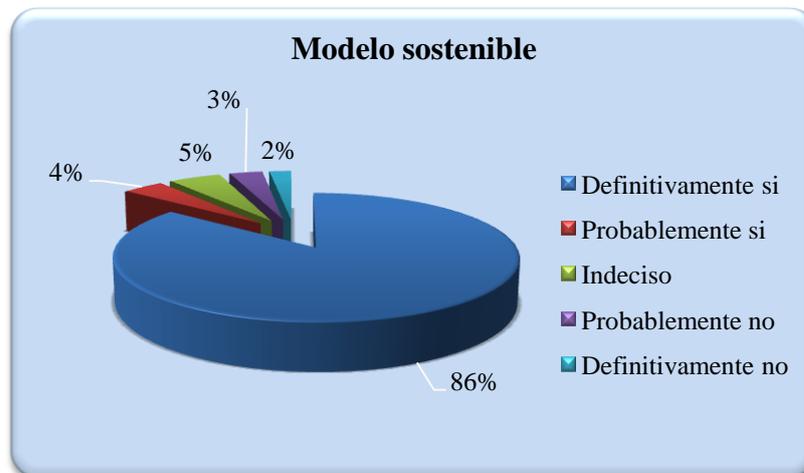
Tabla N° 12

¿Cree usted que podría aplicarse un modelo de producción, distribución y comercialización sostenible a través de la red de mercados?			
<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
10	Definitivamente si	324	86%
	Probablemente si	15	4%
	Indeciso	19	5%
	Probablemente no	12	3%
	Definitivamente no	8	2%
	TOTAL	378	100%

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 10



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

De acuerdo a los datos proporcionados por los encuestados, expresan su apego a que en la red de mercados se podría aplicar un modelo de producción, distribución y comercialización sostenible. La sostenibilidad abarca el medioambiente, lo social y la rentabilidad económica, es necesario indicar que para alcanzar la sostenibilidad propuesta, se debe tener en cuenta la conservación de los recursos no renovables, así como la implementación técnica de la producción, almacenamiento, distribución y consumo.

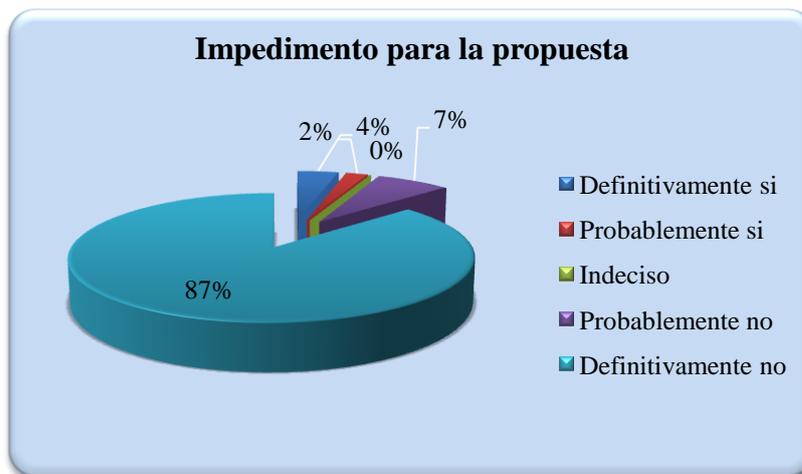
Tabla N° 13

¿Conoce algún tipo de restricciones para esta propuesta en su comunidad?			
Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
11	Definitivamente si	15	4%
	Probablemente si	8	2%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	27	7%
	Definitivamente no	328	87%
	TOTAL	378	100%

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 11



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

La interrogante generó una diversidad de opiniones en defensa y en contra de la propuesta planteada, sin embargo, la que tiene mayor peso, resulta ser la que indica la inexistencia de impedimentos o restricciones para poner en marcha emprendimientos de este tipo. La mayoría de personas consideran que no tendría lógica ponerle trabas a proyectos que buscan el beneficio y bienestar de la población, sin embargo, hay quienes opinaron que en ciertas comunidades existen intereses particulares que podrían convertirse en obstáculos para la propuesta.

Tabla N° 14

¿Estima conveniente la participación de otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales en este proyecto?			
<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
12	Definitivamente si	362	96%
	Probablemente si	8	2%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	8	2%
	Definitivamente no	0	0%
	TOTAL		378

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 12



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

La participación y apoyo de otras entidades gubernamentales y no gubernamentales, fue tomada positivamente por los informantes de las encuestas. Es conveniente que este tipo de proyectos, por su magnitud y amplitud, se desarrollen con el aporte y colaboración de otras instituciones. En la provincia de Santa Elena, existen varias organizaciones que podrían aportar a la conformación de la red de mercados y trabajar conjuntamente con la Municipalidad del cantón Santa Elena.

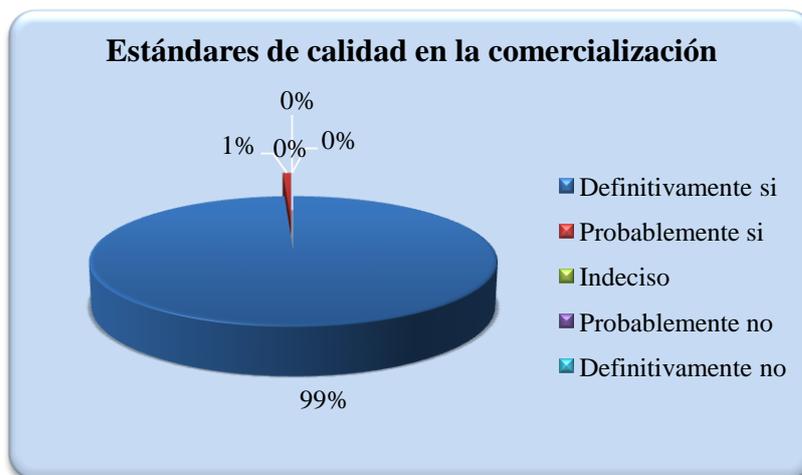
Tabla N° 15

¿Se debería aplicar estándares de calidad en la comercialización de productos alimenticios que se expendan en la red de mercados?			
<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
13	Definitivamente si	375	99%
	Probablemente si	3	1%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	0	0%
	Definitivamente no	0	0%
	TOTAL	378	100%

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 13



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

La opinión de los informantes calificados acerca de la aplicación de estándares de calidad en la comercialización de productos alimenticios estuvo orientada hacia la necesidad de su implementación, de manera que en la red de mercados se puede ofrecer productos con garantía de calidad. En una propuesta como la que se plantea se deben emplear normas de calidad, no sólo para la comercialización de los productos alimentarios, sino también en el servicio que se prestaría, logrando el posicionamiento de los productos ofertados.

Tabla N° 16

¿Está de acuerdo en que la red de mercados preste otros servicios complementarios?			
<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
14	Definitivamente si	371	98%
	Probablemente si	0	0%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	0	0%
	Definitivamente no	7	2%
	TOTAL	378	100%

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 14



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

La encuesta hace referencia a la posibilidad de que la red de mercados, preste otros servicios complementarios, entre los que se consideran están el patio de comidas y juegos infantiles, entre otros; tal como se observa en las grandes cadenas de supermercados. La respuesta obtenida demuestra que representa una buena alternativa para la propuesta, la prestación de servicios en este tipo de proyectos debe estar orientada a las necesidades de los clientes y usuarios y a los requerimientos de los mayoristas.

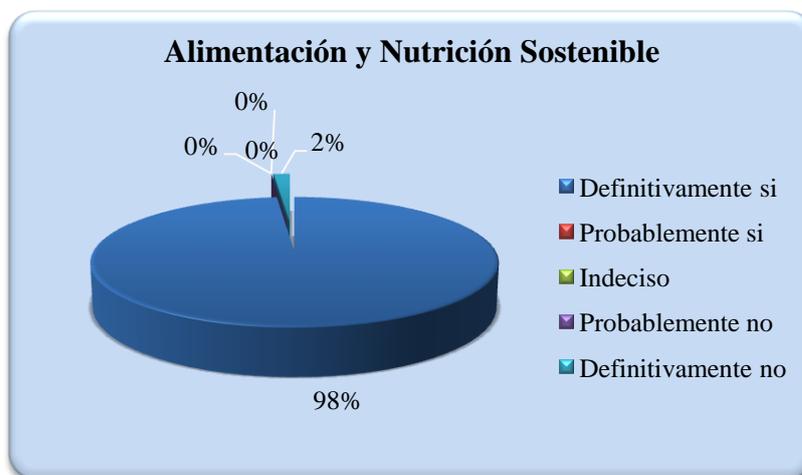
Tabla N° 17

¿Aportaría una red de mercados a la alimentación y nutrición sostenible de la población del cantón?			
<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
15	Definitivamente si	372	98%
	Probablemente si	0	0%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	0	0%
	Definitivamente no	6	2%
	TOTAL		378

Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Gráfico N° 15



Fuente: Encuestas a la población de Santa Elena. 22-26/01/2013

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

La opinión de los informantes calificados acerca del aporte de la propuesta a una alimentación saludable y una nutrición sostenible, fue acogida de forma mayoritaria y positiva, tal como se demuestra en los datos obtenidos. La reducción de la subnutrición y mal nutrición es una constante preocupación de los gobiernos de turno, la alternativa de la red de mercados en el cantón Santa Elena, con precios que se ajusten a las economías familiares puede revertir esta situación.

3.2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.2.1 Conclusiones

La mayoría de personas visitan de manera continua el mercado para hacer sus compras de víveres, por lo que la propuesta de implementación de una red de mercados en el cantón Santa Elena, resulta conveniente por los beneficios que proporciona a la comunidad de las zonas aledañas donde se establezca.

Existe un total acuerdo sobre la conveniencia de los precios de los artículos de la canasta básica familiar en una red de mercados, debido a que no existirían intermediarios entre los consumidores y los productores.

Los productores del sector alimenticio que participarían en la red de mercados del cantón Santa Elena, se muestran motivados a generar una mayor producción en vista de que sus productos estarían a disposición de los consumidores de manera directa, lo que provocaría un alto porcentaje de rendimiento.

Se establece la conveniencia de instalar la red de mercados en las cabeceras parroquiales, debido a que son los sitios a donde acude una mayor cantidad de personas para realizar sus compras y donde, generalmente, están asentadas las cooperativas de transporte, lo que facilita el tránsito de los consumidores.

Se estima conveniente que la municipalidad del cantón Santa Elena, sea la institución que gestione, administre y regule la red de mercados, pues corresponde a una de sus principales funciones, al igual que el desarrollo local y la búsqueda continua del mejoramiento de la calidad de vida de los Santaelenense. Aunque no tiene mucha incidencia, la existencia de intereses particulares podría convertirse en obstáculos para la implementación de una red de mercados en el cantón.

3.2.2 Recomendaciones

Establecer las ventajas y beneficios de este tipo de proyectos para fundamentar la implementación de la propuesta de una red de mercados en el cantón Santa Elena, tomando en consideración los resultados de la investigación realizada.

El control de los precios de los artículos de la canasta básica, la calidad y los servicios que se brinden en la red de mercados deberá estar regulada por los organismos competentes, la instalación de la lista de precios en lugares visibles es una alternativa.

El sector productivo alimenticio del cantón Santa Elena, debería aprovechar la relación directa entre compradores y vendedores para fortalecer su producción y alcanzar mejores ingresos.

El organismo encargado de implementar la red de mercados en el cantón Santa Elena, debe establecer los lugares geográficos estratégicos para una mejor distribución de las edificaciones que se requieran para poner en marcha la propuesta.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, es la institución que, de acuerdo a las sugerencias de los involucrados y lo que establece el Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización, debe ser el organismo encargado de su manejo.

Establecer los inconvenientes que podrían presentarse para la implementación de la propuesta y establecer alternativas de solución en beneficio de los productores de la región y de la población.

3.3 Comprobación de hipótesis

Para la comprobación de la Hipótesis se empleó la técnica estadística denominada Chi Cuadrada.

3.3.1 Hipótesis

Hi: La red de mercados contribuirá al fortalecimiento de la comercialización de productos alimenticios en el cantón Santa Elena.

El instrumento de recolección de datos incluyó interrogantes que proporcionaron datos relevantes para establecer que la red de mercados permitirá un mayor desarrollo comercial en el cantón Santa Elena. Se identificó plenamente la conveniencia de la implementación de una red de mercados para el sector alimenticio y su aportación al fomento de la producción agrícola.

Tabla N° 18
Datos para comprobar hipótesis

N°	Red de Mercados	Clientes	Comerciantes	Tniof
1	Conveniencia de la implementación de la red de mercados	353	15	368
2	No conveniencia de la implementación de la red de mercados	4	6	10
Tnioc		357	21	n = 378

Fuente: Mercado Central de Santa Elena

Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Con los datos obtenidos de la interrogante N° 2 se procedió a calcular las frecuencias absolutas esperadas, para lo cual se aplicó la fórmula de frecuencia

absoluta esperada:

$$nie = \frac{(Tniof)(Tnioc)}{n}$$

Dónde:

nie = Frecuencia absoluta esperada

Tniof = Total de las frecuencias absolutas en la fila

Tnioc = Total de las frecuencias absolutas en la columna

n = Tamaño muestral

Desarrollo:

$$nie = \frac{(368)(357)}{378} = 348$$

$$nie = \frac{(10)(358)}{378} = 9$$

$$nie = \frac{(368)(21)}{378} = 20$$

$$nie = \frac{(10)(21)}{378} = 1$$

La nueva tabla con las frecuencias esperada (nie), queda de la siguiente manera:

Tabla N° 19

Nueva tabla con las frecuencias esperadas (nie)

	Red de Mercados	Clientes		Comerciantes		Tniof
1	Conveniencia de la red de mercados	nio =	353	nio =	15	368
		nie =	348	nie =	20	
2	No conveniencia de la red de mercados	nio =	4	nio =	6	10
		nie =	9	nie =	1	
Tnioc		357		21		n = 378

Fuente: Mercado Central de Santa Elena
Elaboración: Poul Hermenejildo Tomalá

Establecidas las frecuencias esperadas, se aplicó la fórmula de la Chi Cuadrada.

$$X^2 = \frac{(nio - nie)^2}{nie}$$

Dónde:

X² = Chi cuadrada

nio = Frecuencias absolutas observada

nie = Frecuencias absolutas esperada

Mediante la aplicación de la fórmula se obtuvo:

$$X^2 = \frac{(353 - 348)^2}{348} = 0.07183908$$

$$X^2 = \frac{(4 - 9)^2}{9} = 2.777777778$$

$$X^2 = \frac{(15 - 20)^2}{20} = 1.25$$

$$X^2 = \frac{(6 - 1)^2}{1} = 25$$

La sumatoria de X²:

$$X^2 = 0,07183908 + 2.777777778 + 1.25 + 25$$

$$X^2 = 29.09962$$

Determinado el valor de la chi cuadrada, se comparó con su valor teórico considerando que para investigaciones con variables sociales, existen dos niveles de confianza convenidos: 95% y 99%, los que coadyuvaron a la generalización de

resultados con ciertas excepciones.

La comprobación del valor de chi cuadrada calculada con su valor teórico, se realiza mediante el cálculo del grado de libertad para cuadro 2 x 2 al 95% de confianza utilizando la siguiente fórmula.

$$gl = (f - 1)(c - 1)$$

De donde:

$$gl = (2 - 1)(2 - 1)$$

$$gl = (1)(1)$$

$$gl = 1$$

Finalmente se utilizó la tabla de valores de C2A a niveles de confianza 95% y 99%, para ubicar el valor de la chi cuadrada teórica en el grado de libertad uno y nivel de confianza 95%. El valor encontrado es 3.841

3.3.2 Informe sobre la Comprobación de la Hipótesis

El resultado de chi cuadrada calculado fue igual a 29.09 siendo superior a la teórica $gl = 1 =$ al 95% = 3.84, lo que significa que la H_1 es aplicable a la población estudiada, por lo tanto se acepta la hipótesis del trabajo de investigación. Todo esto nos lleva a la conclusión que la hipótesis planteada se acepta como verdadera y por ende es cierto que “la implementación de la red de mercados fortalecerá la comercialización de productos alimenticios en el cantón Santa Elena.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 RED DE MERCADOS PARA EL SECTOR ALIMENTICIO EN EL CANTÓN SANTA ELENA POR MEDIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL AÑO 2013.

4.1.1 DATOS INFORMATIVOS

El desarrollo del presente trabajo de investigación, se desarrolló en la provincia de Santa Elena; considerando, inicialmente, a la capital provincial, por ser uno de los puntos estratégicos de la propuesta.

Cantón:	Santa Elena.
Localidad:	Santa Elena.
Año:	2013
Tiempo estimado:	8 meses
Equipo técnico:	Investigador: Poul Hermenejildo Tomalá. Tutora: Econ. Margarita Panchana Panchana.
Beneficiarios:	Habitantes del cantón, comerciantes, productores del sector alimenticio.
Beneficios:	Desarrollo local, crecimiento de la economía popular, organización de la producción, expansión del mercado, asignación de bienes y servicios.
Costo aproximado:	\$ 83,873.82

4.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

La agricultura se ha practicado desde tiempos inmemorables, principalmente, como sustento de las familias. Con la revolución industrial, la necesidad de alimentos se incrementó y ha sido la agricultura la que ha logrado mantener tal necesidad. Las técnicas empleadas, en la actualidad, han permitido mayores niveles de productividad y una gran diversificación de los productos agrícolas.

El Ecuador es un país eminentemente agrícola, el cacao y el banano han sido los productos que más divisas le han generado al país. Sin embargo, existe un déficit alimentario y nutricional, así como un lento crecimiento de la oferta doméstica de alimentos; la implantación de la Reforma Agraria, las políticas de protección industrial, la escasez de créditos para el sector productivo alimentario, la desigual distribución de los recursos productivos, así como la ocupación de una gran superficie para cultivos de la industria agraria, ha provocado un estancamiento relativo en la producción de alimentos básicos, cuyos principales productores son los campesinos con pequeñas propiedades, que participan en la economía en condiciones excluyentes y desiguales, ya que los programas de ajuste estructural y de liberalización económica, favorecen al sector de la agro exportación, restándole las posibilidades de mantener su competitividad a los pequeños productores.

La producción agrícola en la península de Santa Elena, se ha venido desarrollando de manera considerable para los grandes productores, sin embargo, los productores de menor escala, no tienen las mismas oportunidades, los problemas que enfrentan, debido a las inclemencias del tiempo, al poco acceso a créditos para mejorar su producción, las dificultades para la transportación de los productos, vías deficientes, conocimientos empíricos en la comercialización de productos agrícolas, entrega de la producción a grandes empresas a cambio de precios irrisorios, entre otros, son varios de los problemas que enfrentan los agricultores de la región en relación a la comercialización de sus productos.

Lo expuesto, anteriormente, es lo que ha generado la propuesta de una Red de Mercados en el cantón Santa Elena, bajo la administración del GAD municipal, que fortalezca y fomente la producción agrícola de alimentos, generando mayores oportunidades de comercialización de estos productos, en lugares amplios y adecuados, para comodidad de productores y consumidores.

4.3 JUSTIFICACIÓN

Las posibilidades que brinda la propuesta para la comercialización directa de los alimentos básicos que se producen e introducen en la provincia de Santa Elena, la reducción de la brecha existente entre las agriculturas familiares, la agricultura industrial y los puntos de distribución, los beneficios para los consumidores de conseguir productos alimenticios de calidad a bajos precios, fortalecimiento de la agricultura de la región, la seguridad alimentaria para la comunidad peninsular y el crecimiento de las oportunidades de empleo rural, son los motivos que orientan esta investigación.

La comercialización agrícola en lugares estratégicamente ubicados en el cantón Santa Elena, para que los agricultores expongan sus productos alimenticios y que los comerciantes y consumidores finales consigan mejores precios, será fortalecida por una red de mercados que posibilite el incremento de la competencia a nivel minorista, reduciendo las pérdidas post cosechas, fomentando una mayor producción agrícola y convirtiéndose en un centro de actividades comerciales en los lugares donde se ubiquen.

En la provincia de Santa Elena, al igual que en otras regiones del país, no todas las poblaciones cuentan con un mercado, y las distancias localidades en donde se encuentran los lugares de comercialización de productos alimenticios varían de sitio en sitio, muchos son los habitantes de los diferentes zonas de la península que se trasladan hasta La Libertad para proveerse de productos de primera

necesidad. A través de la propuesta se puede gestionar que los pequeños agricultores del cantón, trabajen en sistemas de producción y comercialización de los productos, así como también en acciones nutricionales orientadas a la planificación de la provisión alimenticia para la región, comprometiendo a los principales actores como son los gobiernos autónomos locales, las universidades radicadas en la provincia, organismos no gubernamentales y la misma sociedad.

La actual Constitución de la República, expresa el derecho que tienen las personas y colectividades a tener seguridad alimentaria, para lo cual es necesario producir suficiente alimento sano y de calidad, lo que obliga al productor a desarrollar buenas prácticas culturales y técnicas apropiadas para obtener el alimento que diariamente se consume. El Gobierno nacional ejecuta una serie de programas que benefician a las familias urbanas y rurales en extrema pobreza.

La propuesta de una red de mercados se ampara en los diferentes programas orientados a contribuir al desarrollo humano sustentable que promueven la cultura alimentaria, tales como: El Programa Aliméntate Ecuador (AE) que ejecuta el Ministerio de Inclusión Económica y Social; el Programa Bono de Desarrollo Humano; el Programa de Alimentación Escolar (PAE); y, el Programa de Alimentación y Nutricional Nacional (PANN 2000), a favor de las madres lactantes, embarazadas, niños y niñas de 0 a 2 años. Por otro lado, la Dirección Provincial del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, radicada en la provincia de Santa Elena, está llevando a cabo ferias que promueven la comercialización de productos alimenticios en diversas localidades del cantón.

La importancia de una red de mercados eficiente está en la capacidad de determinar mejores costos de producción agrícolas, establecer precios competitivos para los consumidores y mejorar la disponibilidad de los productos alimenticios en la de Red de mercados del cantón Santa Elena.

4.4 OBJETIVOS

4.4.1 Objetivo general

Diseñar un proyecto para el establecimiento de una red de mercados a través de un estudio de diagnóstico situacional del sector para mejorar la comercialización de los productos alimenticios en el cantón Santa Elena.

4.4.2 Objetivos específicos

Realizar el estudio de diagnóstico situacional en el sector comercial con la participación de productores, comerciantes y consumidores.

Definir los sectores donde se ubicarán los mercados que conformarán la red en base al estudio de diagnóstico situacional.

Realizar el diseño de la Infraestructura adecuada para la comercialización.

Elaborar la estructura orgánico - funcional de la red de mercados para el cantón Santa Elena.

Organizar acuerdos de cooperación entre los productores agrícolas de la región peninsular.

Elaborar el presupuesto de inversión en infraestructura, como el de administración y funcionamiento de la red

Presentar la propuesta al gobierno autónomo descentralizado de Santa Elena para su aprobación y ejecución.

4.5 FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

Los hogares ecuatorianos promedios, gastan más del 60% de sus ingresos en alimentación y aquellas familias de menores ingresos ocupan hasta el 80% o quizás más en alimentación.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, tiene la constante preocupación de tratar de proveer de alimentos sanos y nutritivos a los habitantes de la cantón, garantizando la soberanía alimentaria de la comunidad; de igual forma, se interesa en la creación de oportunidades de trabajo productivo para los agricultores locales a través de capacitación e incentivos, orientado al incremento de sus niveles de ingresos para su bienestar y el de sus familias.

La administración de la red de mercados por parte de la institución municipal va a permitir responsablemente crear las condiciones óptimas y necesarias para asegurar el desarrollo de las relaciones comerciales justas, equitativas y competitivas en todas las fases de producción, distribución y comercialización de los alimentos que se producen e introduzcan en el cantón. La Administración se preocupara en buscar los canales apropiados entre los productores distribuidores o comerciantes y consumidor utilizando las normativas locales y nacionales con el propósito de que exista una necesidad satisfecha de los consumidores.

La Administración de la red de mercados será dependiente del GAD Municipal; que con la participación de todas las unidades involucradas en el manejo de mercados tales como, Dirección de Riesgos, Dirección de Ambiente, Empresa de aseo y saneamiento ambiental (EMASA EP), Dirección de justicia y vigilancia, las mismas que aplicando o creando las normas municipales y con la participación de los organismos estatales de control tratar de fomentar la aplicación del buen uso y un adecuado manejo de los locales en la red de mercado y con extrita aplicación buscar un servicio eficiente y eficaz en beneficio de las familias consumidoras.

La propuesta de creación de una red de mercados origina una mayor apertura comercial e incentiva el aumento de la producción y comercialización generando altos niveles de inversión y empleo en el sector agrícola y comercial de la región, la oportunidad e interés de las familias peninsulares por comprar productos de primera necesidad de buena calidad y a precios competitivos, y en lugares cercanos a las comunidades donde residen, les permite ahorrar parte de sus ingresos para cubrir otras necesidades.

La red de mercados pretende apoyar a la distribución minorista, en sus iniciativas de impulso y potenciación del consumo de productos alimenticios de la región y otras, en lugares de venta que faciliten las relaciones comerciales entre consumidores, productores agrícolas y comerciantes.

4.6 PLAN DE ACCIÓN

Problema Principal: Escasez de mercados en los que se comercializan alimentos producidos en la región.				
Fin de la Propuesta: Proporcionar lugares adecuados para la venta de productos alimenticios de calidad y buen precio.		Indicadores: Ingreso de los productores agrícolas locales y ahorro de las familias peninsulares.		
Propósito de la Propuesta: Mejorar los procesos de comercialización entre productores agrícolas locales y los consumidores.		Indicadores: Simplificación de la cadena de ventas y de distribución.		
Coordinador del Proyecto: Poul Hermenejildo				
Objetivos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del Objetivo	Actividades
Diseñar un proyecto para el establecimiento de una red de mercados a través de un estudio de diagnóstico situacional del sector.	Situación actual del sector alimenticio.	Selección de oportunidades de mejoras. Propuesta de solución del problema.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal. Administración de los mercados. Investigador.	Identificación de los principales problemas que enfrenta el sector alimenticio de la provincia. Análisis de los procesos de producción y comercialización.

Fuente: Técnicas de Investigación

Elaborado por: Poul Hermenejildo Tomalá

Problema Principal: Escasez de mercados en los que se comercializan alimentos producidos en la región.				
Fin de la Propuesta: Proporcionar lugares adecuados para la venta de productos alimenticios de calidad y buen precio.			Indicadores: Ingreso de los productores agrícolas locales y ahorro de las familias peninsulares.	
Propósito de la Propuesta: Mejorar los procesos de comercialización entre productores agrícolas locales y los consumidores.			Indicadores: Simplificación de la cadena de ventas y de distribución.	
Coordinador del Proyecto: Poul Hermenejildo				
Objetivos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del Objetivo	Actividades
Mejorar la comercialización de los productos alimenticios en el cantón Santa Elena.	Mayores ingresos por ventas. Mejor calidad de vida. Líneas de productos definidas.	Promoción de productos alimenticios. Atención y servicio personalizado. Diversificación de la oferta.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal. Administración de los mercados.	Actividades de mercadeo y promoción de la red de mercados. Gestionar la transportación de los productos agrícolas hasta los mercados que conforman la red.

Fuente: Técnicas de Investigación

Elaborado por: Poul Hermenejildo Tomalá

Problema Principal: Escasez de mercados en los que se comercializan alimentos producidos en la región.				
Fin de la Propuesta: Proporcionar lugares adecuados para la venta de productos alimenticios de calidad y buen precio.		Indicadores: Ingreso de los productores agrícolas locales y ahorro de las familias peninsulares.		
Propósito de la Propuesta: Mejorar los procesos de comercialización entre productores agrícolas locales y los consumidores.		Indicadores: Simplificación de la cadena de ventas y de distribución.		
Coordinador del Proyecto: Poul Hermenjildo				
Objetivos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del Objetivo	Actividades
Realizar el estudio de diagnóstico situacional en el sector comercial con la participación de productores, comerciantes y consumidores.	Causas y efectos de la problemática planteada.	Clasificación de los mercados del cantón Santa Elena. Estudio de la oferta y la demanda de alimentos.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal. Administración de los mercados. Investigador.	Recolección de información en los diferentes mercados del cantón. Análisis de los datos recolectados.

Fuente: Técnicas de Investigación
Elaborado por: Poul Hermenjildo Tomalá

Problema Principal: Escasez de mercados en los que se comercializan alimentos producidos en la región.				
Fin de la Propuesta: Proporcionar lugares adecuados para la venta de productos alimenticios de calidad y buen precio.			Indicadores: Ingreso de los productores agrícolas locales y ahorro de las familias peninsulares.	
Propósito de la Propuesta: Mejorar los procesos de comercialización entre productores agrícolas locales y los consumidores.			Indicadores: Simplificación de la cadena de ventas y de distribución.	
Coordinador del Proyecto: Poul Hermenejildo				
Objetivos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del Objetivo	Actividades
Definir los sectores donde se ubicarán los mercados que conformarán la red en base al estudio de diagnóstico situacional.	Ubicación. Accesibilidad.	Estudio de mercado.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal. Administración de los mercados. Investigador.	Clasificación de los sectores de mayor consumo.
Realizar el diseño de la Infraestructura adecuada para la comercialización.	Presupuesto.	Estudio de los costos de construcción.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal. Administración de los mercados.	Diseño arquitectónico de los espacios físicos para la red de mercados.

Fuente: Técnicas de Investigación
Elaborado por: Poul Hermenejildo Tomalá

Problema Principal: Escasez de mercados en los que se comercializan alimentos producidos en la región.				
Fin de la Propuesta: Proporcionar lugares adecuados para la venta de productos alimenticios de calidad y buen precio.		Indicadores: Ingreso de los productores agrícolas locales y ahorro de las familias peninsulares.		
Propósito de la Propuesta: Mejorar los procesos de comercialización entre productores agrícolas locales y los consumidores.		Indicadores: Simplificación de la cadena de ventas y de distribución.		
Coordinador del Proyecto: Poul Hermenejildo				
Objetivos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del Objetivo	Actividades
Elaborar la estructura orgánico - funcional de la red de mercados para el cantón Santa Elena.	Organigrama.	Diseño de la estructura organizacional.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal. Administración de los mercados. Investigador.	Definición, análisis y diseño del organigrama.
Presentar la propuesta al gobierno autónomo descentralizado de Santa Elena para su aprobación y ejecución.	Propuesta elaborada.	Acciones conjuntas con el GAD Santa Elena.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal. Administración de los mercados.	Convenios de participación entre productores y municipalidad.

Fuente: Técnicas de Investigación
Elaborado por: Poul Hermenejildo Tomalá

4.7 PASOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RED DE MERCADOS

4.7.1 Determinación de las necesidades de comercialización de productos alimenticios.

El cantón Santa Elena, conocido como el “Cantón de los Balnearios”, comprende una extensión de 3.669 Km², y de acuerdo al Censo Poblacional realizado en el año 2010, cuenta con más de 144.000 habitantes, es decir, una densidad poblacional de 39.27 hab/km², se caracteriza por ser una zona semi-desértica pero con un potencial agrícola extraordinario, ya que no presenta mayores variaciones climáticas, lo que faculta la posibilidad de sembrar durante todo el año. Resulta importante indicar que más del 70% de la extensión es rural y su principal fuente de ingreso es la actividad agropecuaria, pesquera y de la construcción.

Los mercados en las zonas rurales son una necesidad imperiosa para poder atender a toda la población de las diferentes comunidades que comprenden el cantón Santa Elena, de igual manera, para que los pequeños y medianos productores agrícolas, puedan comercializar sus productos con mayores ventajas y comodidades.

Los diferentes problemas de comercialización de productos alimenticios que se siembran en la zona rural del cantón, pueden superarse con la implementación de nuevos mercados en comunidades estratégicas de la región peninsular.

El cantón Santa Elena, es uno de los más extensos del país, y en donde se desarrolla una amplia gama de actividades, entre las que se destacan la agricultura, ganadería, pesca, artesanías y turismo. Los productores agrícolas se dedican al sembrío y cosecha de tomates, sandías, pimientos, limones, maíz y otros productos que son comercializados en los lugares

de producción o en los diferentes mercados de abastecimiento del cantón y Guayaquil entre otros, con la desventaja de que los precios pagados no son los esperados por los agricultores. La pesca artesanal, también es significativa, tanto para el consumo doméstico como para la industria peninsular. En este sentido es importante contar el apoyo del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP), para conocer las principales zonas de producción agrícola, ya que dispone de censos, estudios socioeconómicos y mapas que suministran información destacable para determinar las necesidades de comercialización.

Lo expuesto en los párrafos anteriores y en el planteamiento del problema, permite determinar que en el cantón Santa Elena, existe una gran carencia de mercados, donde los agricultores y pescadores de la zona puedan exponer y comercializar sus productos donde las familias peninsulares encuentren alimentos básicos a precios justos para su economía y más cerca de sus hogares, ahorrando tiempo y dinero.

4.7.2 Convenios y acuerdos con los agricultores rurales.

La factibilidad de la propuesta se basa en tener un mercado adecuado para la comercialización de la cosecha de los productores, a quienes se les dará un espacio físico adyacente al área donde están los comerciantes permanentes, este espacio que ocuparán los productores se los denominará de circulación, es decir no serán permanentes para un solo productor si no se lo arrendará a medida de que vayan llegando con sus productos a la red de mercado, esto se lo puede visualizar en el plano que se encuentra en la página 93.

En virtud de que la red de mercados estará a cargo del GAD municipal este a su vez realizara convenios con distintos organismos tales como la federación de comunas para saber cuántos productores existen en nuestra región, acuerdos con la Universidad Estatal península de Santa Elena para la capacitación de los

agricultores y de los comerciantes para tener una mayor rentabilidad en sus negocios, con el MAGAP para que le brinde asesoría técnica en sus cultivos, Banco de Fomento para que otorgue préstamos a los productores para sus sembríos comerciantes para la compra de sus productos, Ministerio de Salud Pública para que realice charlas del buen manejo de los productos que se expendrán en la red y con otros estamentos estatales si el caso sea necesario, de esta manera tener una dinamización de todos los sectores involucrados.

La red de mercados constituye una de las formas más acogidas para la comercialización de productos alimenticios y otros servicios adicionales que se han venido implementando en varias ciudades del país, lo que permite vender y comprar alimentos frescos y de buena calidad.

Los mercados de productos agrícolas tienen una gran demanda; lo que respalda la comercialización, brindando la oportunidad de obtener mejores utilidades para los agricultores de la región.

La intervención de los agricultores locales en la oferta de productos alimenticios debe estar amparada en una propuesta de participación, de manera que en los mercados siempre se encuentren abastecidos y no existan problemas de mercadeo. Los convenios entre los productores agrícolas y la municipalidad de Santa Elena sobre las tasas e impuestos que deberán pagar por el uso de los locales, es otro tema que deberá tratarse de acuerdo a las ordenanzas municipales vigentes y de esta manera evitar cualquier inconveniente en el desarrollo de las actividades comerciales de los mercados.

Otro punto importante que también deben tratarse de solucionarse es el mantenimiento físico de los locales, que podría darse entre la empresa EMASA, la Municipalidad y los productores agrícolas, con el fin de lograr mejores condiciones para el sostenimiento de los mercados.

También será necesario entrar en contacto con las asociaciones de comerciantes u organizaciones de productores agrícolas para conocer sus requerimientos en cuanto a la venta de sus productos, estableciendo acuerdos con las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que brindan apoyo y asistencia a los agricultores, productores y comerciantes del cantón.

En la medida en que se vayan desarrollando las actividades al interior de la red de mercados, irán apareciendo otras necesidades y requerimientos que será necesario incluirlas como compromisos o alianzas para la sostenibilidad de los mercados, tales como una guardería para los hijos de los comerciantes las mismas que servirá para el cuidado seguro de sus hijos y de esta manera puedan desarrollar sus actividades comerciales en el expendio de los productos que ofrecen.

4.7.3 Determinación de las localidades y el espacio requerido

La ubicación de los mercados que conforman la red, deberá determinarse tomando en cuenta las localidades centrales en las zonas rurales, no necesariamente deberán ser las cabeceras parroquiales, sino aquellas en donde exista mayor viabilidad de encuentro entre compradores, vendedores y consumidores.

Desde otra óptica, se requiere hacer un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de los productos alimenticios, los niveles promedio de consumo y las expectativas de los consumidores en cuanto a la aceptabilidad de la ubicación, debe considerarse que un mercado debe estar en capacidad de dar abasto al manejo de un comercio creciente.

Un mercado debe dar cabida a las ventas y a la circulación interna de los compradores, tomando en cuenta las posibles variaciones estacionales del mercado en épocas de temporada alta o en feriados, de manera que el intercambio comercial sea fluido y cómodo.

En la determinación del espacio requerido, se debe considerar que con el paso del tiempo otros agricultores buscarán la oportunidad de ofrecer sus productos en los mercados, lo que implica una reducción gradual del área del mercado y su uso deberá ser más eficiente a través de los años, por lo que se debe establecer las necesidades futuras de ampliación.

4.7.3.1 Presupuesto Infraestructura

Presupuesto Referencial

OBRA: RED DE MERCADO MUNICIPAL			UBICACIÓN: CANTÓN SANTA ELENA		
ÍTEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
1.- PRELIMINARES					
1.1	Caseta de guardianía	m ²	15.00	25.00	375.00
1.2.-	Limpieza y arreglo del terreno	m ²	143.98	1.10	158.38
1.3.-	Trazado y replanteo	m ²	143.98	1.20	172.78
					706.15
2.- MOVIMIENTO DE TIERRAS					
2.1.-	Excavación manual	m ³	43.19	7.70	332.56
2.2.-	Re plantillo	m ³	43.19	6.60	285.05
2.3.-	Relleno hidratado y compactado	m ³	112.30	14.60	1,639.58
					2,257.20
3.- CIMIENTOS					
3.1.-	Muro de piedra base	m ³	12.71	131.68	1,673.65
3.2.-	Re plantillo	m ³	1.58	145.00	229.10
3.3.-	Plinto	m ³	5.98	418.32	2,501.55
3.4.-	Riostra	m ³	6.35	487.16	3,093.47
					7,497.77
4.- ESTRUCTURA					
4.1.-	Pilares	m ³	6.78	590.95	4,006.64
4.2.-	Vigas	m ³	9.84	531.00	5,225.04
4.3.-	Pilaretes	ml	114.70	15.18	1,741.15
4.4.-	Dinteles	ml	6.54	15.18	99.28
4.5.-	Mesones	m ²	22.58	280.00	6,322.40
4.6.-	Loseta de tanque elevado	m ³	1.44	280.00	403.20
4.7.-	Cisterna 2,00 x 2,00 x 1,50	m ³	3.00	418.32	1,254.96

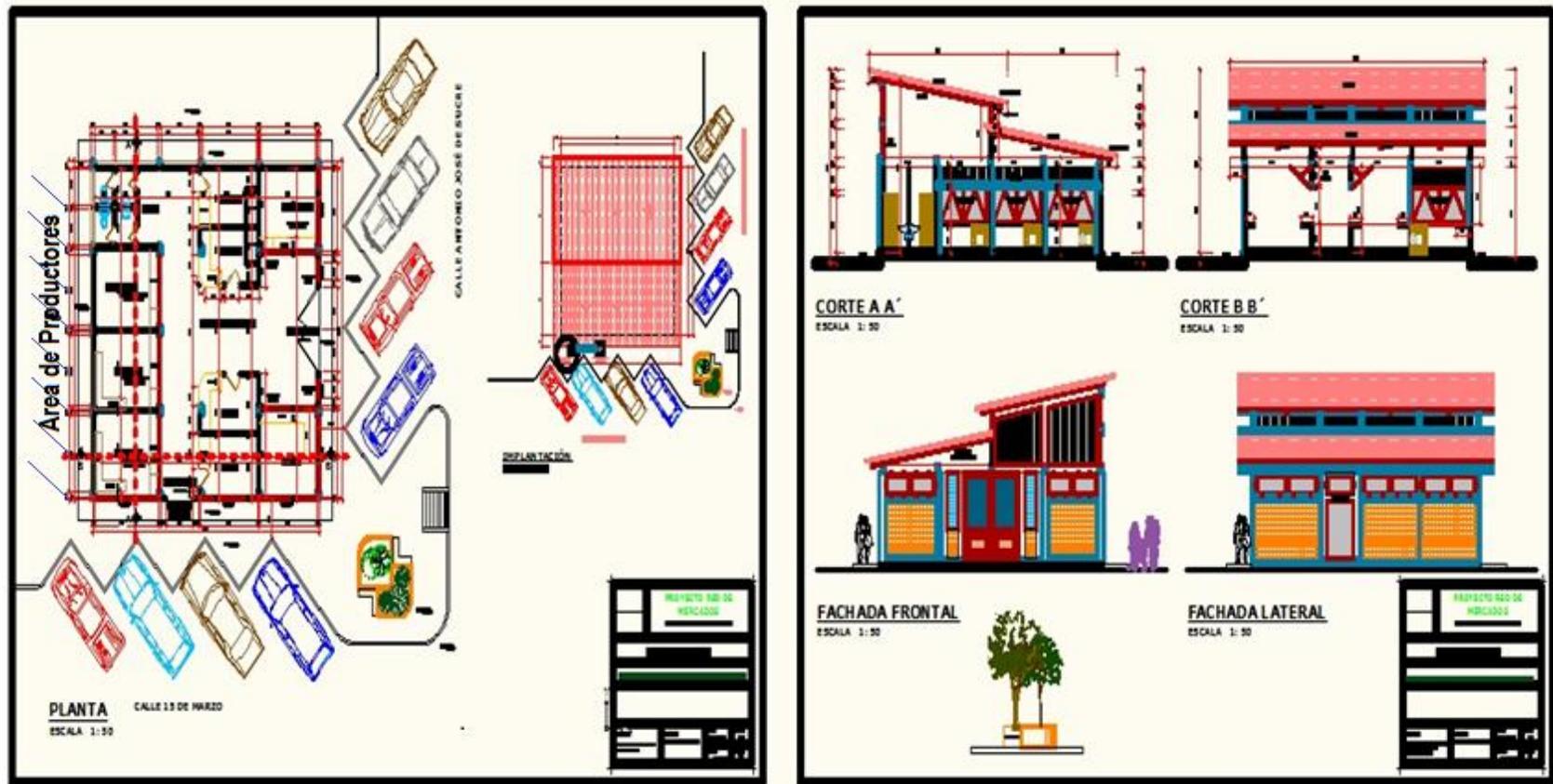
4.8.-	Viguetas	ml	105.94	15.18	1,608.17
					20,660.83
5.-	MAMPOSTERÍA				
5.1.-	Paredes PL 9	m ²	256.58	16.50	4,233.57
5.2.-	Bloques ornamentales	m ²	2.88	18.35	52.85
					4,286.42
6.-	ENLUCIDO				
6.1.-	Enlucido de pared	m ²	453.16	7.80	3,534.65
6.2.-	Enlucido de mesones	m ²	22.58	7.80	176.12
6.3.-	Enlucido tumbado de loseta	m ²	2.88	7.80	22.46
6.4.-	Cuadrada de boquete de ventana	ml	171.86	5.35	919.45
6.5.-	Cuadrada de boquete de puerta	ml	68.36	5.35	365.73
6.6.-	Enlucido de filos	ml	480.44	1.82	874.40
					5,892.81
7.-	INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
7.1.-	Punto de luz	pto	10.00	42.82	428.20
7.2.-	Luminaria Fluorescente 3x32	un	13.30	85.00	1,130.50
7.3.-	Tomacorriente doble polarizado	ml	22.00	43.00	946.00
7.4.-	Conexión a tierra	un	1.00	26.40	26.40
7.5.-	Acometida eléctrica	ml	50.00	6.92	346.00
7.6.-	Panel de breakers de 6 a 12	un	1.00	246.20	246.20
7.7.-	Tomacorriente de refrigeradora	pto	5.00	46.52	232.60
7.8.-	Tomacorriente de 220v	pto	1.00	73.20	73.20
					3,429.10
8.-	INSTALACIONES SANITARIAS				
8.1.-	Punto de AA.PP	pto	10.00	48.97	489.70
8.2.-	Tubería de agua potable 3/4"	ml	14.00	10.47	146.58
8.3.-	Tubería de agua potable 1"	ml	15.00	8.60	129.00
8.4.-	Tubería de agua potable 1/2"	ml	27.00	8.60	232.20
8.5.-	Punto de AA.SS	pto	11.00	48.23	530.53
8.6.-	Tubería de agua servida 2" pvc	ml	28.00	7.48	209.44
8.7.-	Tubería de agua servida 4" pvc	ml	6.00	16.22	97.32
8.8.-	Tubería de agua servida 6" pvc	ml	26.00	16.90	439.40
8.9.-	Inodoro y accesorio	un	2.00	141.90	283.80
8.10.-	Lavamanos y accesorio	un	2.00	85.67	171.34
8.11.-	Urinario y accesorio	un	1.00	122.80	122.80
8.12.-	Lavadero de 1 pozo acero inox	un	4.00	148.00	592.00
8.13.-	Llave de control	un	2.00	28.60	57.20
8.14.-	Caja de registro	un	6.00	102.60	615.60

8.15.-	Tapa caja de registro	un	6.00	40.00	240.00
8.16.-	Rejilla de piso sumidero	un	4.00	20.40	81.60
8.17.-	Bomba 1 hp	un	1.00	900.00	900.00
8.18.-	Tanque elevado 500 litros	un	1.00	300.00	300.00
					5,638.51
9.- SOBREPISOS					
9.1.-	Contrapiso de h/simple	m ²	143.98	18.62	2,680.91
9.2.-	Malla electro soldada R-64	m ²	143.98	7.70	1,108.65
9.3.-	Baldosines de alfadomus	m ²	39.61	28.20	1,117.00
					4,906.56
10.- PISOS					
10.1.-	Cerámica en piso de ingreso	m ²	54.02	28.20	1,523.36
					1,523.36
11.- REVESTIMIENTOS					
11.1.-	Cerámica en pared de baños	m ²	39.20	29.56	1,158.75
11.2.-	Cerámica en piso de baños	m ²	8.40	30.25	254.10
11.3.-	Granito lavado en mesones	m ²	22.58	22.42	506.24
					1,919.10
12.- CERRAJERÍA					
12.1.-	Rejas metálicas en ventanas ext	m ²	40.92	107.18	4,385.81
12.2.-	Rejas enmarcadas en puestos	m ²	43.60	107.18	4,673.05
12.3.-	Puertas de rejas en puestos	m ²	6.62	115.20	762.62
12.4.-	Puertas enrollables	m ²	15.00	206.50	3,097.50
					12,918.98
13.- PINTURA					
13.1.-	Pintura de caucho int. y ext.	m ²	478.62	5.80	2,776.00
13.2.-	Pintura de esmalte en rejas	m ²	421.14	6.20	2,611.07
					5,387.06
14.- CUBIERTA					
14.1.-	Cubierta de eternit con estr. metal.	m ²	169.48	35.90	6,084.33
					6,084.33
15.- VARIOS					
15.1.-	Limpieza final	m ²	183.59	1.10	201.95
15.2.-	Bordillo h/simple	ml	27.10	20.80	563.68
					765.63
TOTAL					\$ 83,873.82
SON: OCHENTA Y TRES MIL OCHOCIENTOS SETENTA Y TRES 82/100 DÓLARES					

Fuente: Datos de la información

Elaborado por: Poul Hermenejildo Tomalá

4.7.3.2 Planos Propuestos para la Red de Mercados



Fuente: Datos de la información
Elaborado por: Poul Hermenejildo Tomalá

4.7.3.3 Presupuesto Referencial Mercado de Santa Elena

OBRA: RED DE MERCADO MUNICIPAL			UBICACIÓN: CANTÓN SANTA ELENA		
ÍTEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT.	P. TOTAL
100 DEMOLICIONES					
101	Demolición estructura existente	m ²	2070.86	5.25	10,872.02
					10,872.02
200 MOVIMIENTO DE TIERRAS					
201	Excavación	m ³	183.73	5.80	1,065.63
202	Trazado y replanteo	m ²	2072.16	0.67	1,388.35
203	Relleno compactado	m ³	1258.70	7.24	9,112.99
					11,566.97
300 ESTRUCTURA DE HORMIGÓN					
301	Ho.plintos y dados 240kg/ cm2	m ³	18.46	300.35	5,544.46
302	Ho. en riostra 240kg/cm2	m ³	57.91	371.42	21,508.93
303	Ho. contrapiso 210 kg/cm2	m ²	2072.16	19.10	39,578.26
304	Ho. replantillo 140kg/cm2	m ³	89.14	113.89	10,152.15
305	Vigas de hormigón armado	m	177.20	19.49	3,453.63
306	Losa Ho. armado 0.10 espesor	m ³	25.17	401.70	10,110.79
					90,348.22
400 ESTRUCTURA METÁLICA					
401	Estructura metálica pilares	kg	6469.63	2.56	16,562.25
402	Estructura met. placa-pilares	kg	15.04	2.56	38.50
403	Estructura metálica Pilaretos	kg	1060.05	2.56	2,713.73
404	Estructura met. vigas principales	kg	15988.73	2.56	40,931.15
405	Estructura. met. viga secundarias	kg	8664.33	2.56	22,180.68
406	Est. metálica cercha cub. sup	kg	1876.61	2.56	4,804.12
407	Est. metálica cercha cubierta	kg	2466.73	2.56	6,314.83
408	Estructura met. rejas tubo-mall	m ²	320.50	29.76	9,538.08
409	Estruct. met. puertas acordeón	m ²	45.60	115.24	5,254.94
					108,338.29
500 PAREDES					
501	Mampostería perimetral	m ²	593.52	11.30	6,706.78
502	Mampostería int. para SS-HH	m ²	79.51	11.30	898.46
503	Mampostería int. lava gavetas	m ²	54.04	11.30	610.65
504	Mampostería int. Cuarto frío	m ²	80.66	11.30	911.46
505	Mampostería para mariscos	m ²	110.30	11.30	1,246.39

506	Mampost. Int. Pollos y ternenas	m ²	291.79	11.30	3,297.23
507	Mampost. Int. Para legumbres	m ²	374.24	11.30	4,228.91
508	Pilaretes	m	438.57	11.06	4,850.58
509	Viguetas	m	657.38	11.06	7,270.62
					30,021.09
600 ENLUCIDOS					
601	Enlucido exterior	m ²	846.26	6.09	5,153.72
602	Enlucido interior	m ²	3021.10	6.04	18,247.44
603	Enlucido de fillos	m	1358.36	1.29	1,752.28
604	Enlucido pilares metálicos	m ²	332.57	8.64	2,873.40
605	Enlucido fillos de pilares	m	1087.90	1.29	1,403.39
					29,430.25
700 MESÓN					
701	Mesones e=10cm 210 kg/cm2	m	446.60	24.62	10,995.29
					10,995.29
800 CERÁMICA NACIONAL					
801	Cerámica de paredes SS-HH	m ²	134.88	15.15	2,043.43
802	Cerámica locales pollo-tercena	m ²	60.00	15.15	909.00
803	Cerámica locales p/mariscos	m ²	12.00	15.15	181.80
804	Rastreras en SS-HH	m ²	31.60	15.15	478.74
					3,612.97
900 RECUBRIMIENTO DE PISO					
901	Recubrimiento de piso SS-HH	m ²	49.00	18.58	910.42
902	Recub. de piso lava gavetas	m ²	23.80	18.58	442.20
903	Recub. de piso cuarto frio	m ²	21.76	18.58	404.30
904	piso venta de pollos	m ²	92.00	18.58	1,709.36
905	piso tercena y embutidos	m ²	92.00	18.58	1,709.36
906	Recub. piso venta de mariscos	m ²	132.02	18.58	2,452.93
907	venta de legumbres	m ²	184.32	18.58	3,424.67
908	área de circulación	m ²	1071.96	18.58	19,917.02
					30,970.26
1000 BATERÍAS SANITARIAS					
1001	Piezas sanitarias-inodoro	u	6.00	82.59	495.54
1002	Piezas sanitarias-lavamanos	u	8.00	82.44	659.52
1003	Piezas sanitarias-freg, lavagav	u	5.00	102.16	510.80
1004	Piezas sanitarias. freg. Mariscos	u	25.00	102.16	2,554.00
1005	Piezas sanitarias-freg. Pollos	u	46.00	102.16	4,699.36
					8,919.22

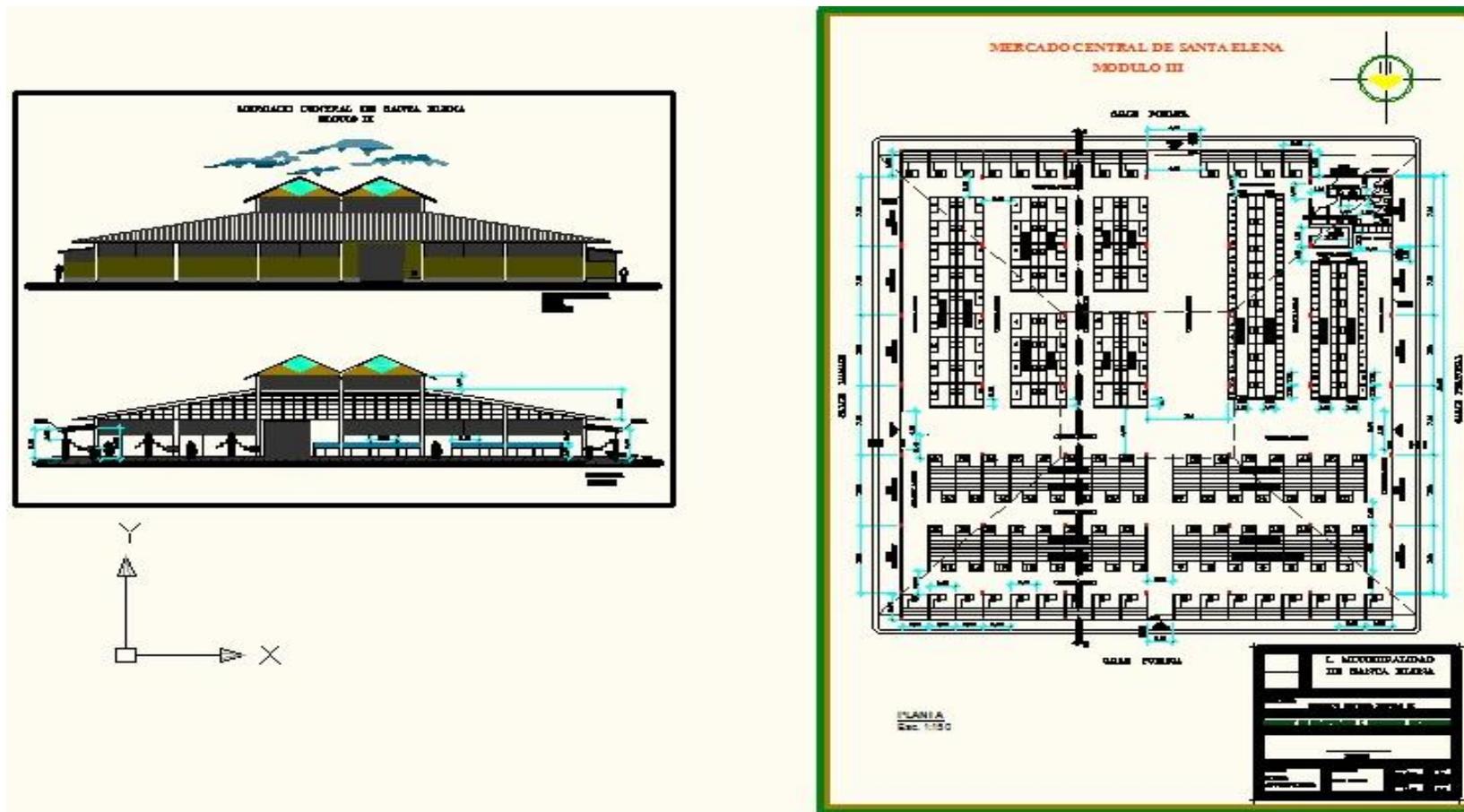
1100 TUMBADO FALSO					
1101-	Tumbado cuarto frio	m ²	92.10	17.26	1,589.65
					1,589.65
1200 ESTANTERÍA					
1201	Estantes para colocar legumbre	m	432.00	22.44	9,694.08
					9,694.08
1300 CUBIERTA					
1301	Cubierta panel metálico e=0.45	m ²	2587.40	15.46	40,001.20
					40,001.20
1400 EQUIPO DE ENFRIAMIENTO					
1401	Equipo de enfriamiento	glb	1.00	20160.00	20,160.00
					20,160.00
1500 PUERTAS					
1501	Puertas metálicas 0.90x2.00m	u	2.00	200.43	400.86
1502	Puertas metálicas 0.80x2.00m	u	3.00	184.73	554.19
1503	Puertas metálicas 0.70x2.00m	u	3.00	169.04	507.12
1504	Puertas metálicas 0.60x2.00m	u	6.00	153.72	922.32
					2,384.49
1600 OBRAS EXTERIORES					
1601	Bordillo Ho. 210 kg/cm2	m	180.80	18.24	3,297.79
1602	Acera perim.e =10cm 210kg/cm2	m ²	454.72	16.85	7,662.03
					10,959.82
1700 LIMPIEZA					
1701	Limpieza final de la obra	mes	5.00	1583.47	7,917.35
					7,917.35
1800 PINTURA					
1801	Pintura látex exterior	m ²	594.54	3.96	2,354.38
1802	Pintura látex interior	m ²	2976.12	3.68	10,952.12
1803	Pintura de rejas	m ²	393.16	4.12	1,619.82
					14,926.32
1900 ELEMENTOS DE FACHADA					
1901	Friso panel metálico e=0.45mm	m ²	60.08	21.81	1,310.34
					1,310.34
2000 INSTALACIÓN SANITARIA					
2001	Instalación de AA.SS	m	120.00	82.44	9,892.80
2002	Instalación de AA.LL.	m	120.00	23.93	2,871.60
2003	Instalación de AA.PP.	m	120.00	8.58	1,029.60
2004	Equipo hidroneomático	u	1.00	2333.95	2,333.95

2005	Trampa de grasas	u	4.00	777.39	3,109.56
					19,237.51
2100 INSTALACIÓN ELÉCTRICA					
2101	Puntos de alumbrado 110v	u	170.00	26.01	4,421.70
2102	Puntos de tomacorrientes 110v	u	169.00	25.23	4,263.87
2103	Puntos de tomacorrientes 220v	u	2.00	33.31	66.62
2104	Puntos de teléfono	u	1.00	27.20	27.20
2105	Instalación panel 32 espacios	glb	1.00	293.62	293.62
2106	Instalación acometida panel	glb	1.00	479.23	479.23
2107	Instalación tablero de luces	glb	1.00	795.41	795.41
2108	Instalación tablero de medidor	glb	1.00	324.85	324.85
2109	Inst. acometida tablero medidor	glb	1.00	407.52	407.52
2110	Inst. lámparas 2x40w selladas	u	63.00	91.92	5,790.96
					16,870.98
2200 CISTERNA					
2201	Hormigón armado 280 kg/cm2	m ³	9.71	394.81	3,833.61
2202	Impermeabilización cisterna	m ²	44.00	4.51	198.44
					4,032.05
2300 CANALÓN					
2301	Canal para cubierta superior	m	19.20	8.11	155.71
					155.71
TOTAL					\$ 484,314.08
SON: CUATROCIENTOS OCHENTA Y CUATRO MIL TRESCIENTOS CATORCE 08/100 DÓLARES					

Fuente: Municipio del Cantón Santa Elena

Elaborado por: Poul Hermenejildo Tomalá

4.7.3.4 Planos del Mercado Central de Santa Elena



Fuente: Municipio del Cantón Santa Elena
Elaborado por: Poul Hermenejildo Tomalá

4.7.4 Toma de decisiones sobre la necesidad de edificios y equipos

En cuanto a las decisiones sobre la necesidad de edificios nuevos o ampliaciones de mercadillos o mercados como el de San Pedro, con los equipos necesarios para almacenar y protección de los alimentos, es una competencia que le corresponde al GAD municipal de Santa Elena, para lo cual será necesario, la elaboración del presupuesto que implica la edificación nueva o la reconstrucción de los existentes.

El área de mercado no es solamente el espacio físico donde se realizan las operaciones de comercialización, en la mayoría de los casos, diariamente o varias veces por semana; sino que también es un lugar de encuentro en torno al cual gira la vida religiosa, política y social de una comunidad, por tal razón, aparte de los puestos para los comerciantes y el espacio de circulación para los clientes o consumidores, será necesario determinar un área de parqueo, instalaciones auxiliares, almacenamiento, puestos de alimentos preparados y puesto de policía para la seguridad de los clientes, comerciantes y agricultores.

Los equipos básicos para el inicio de las actividades comerciales en un mercado son: bastidores y puestos de exhibición, puestos de mercados prefabricados equipo para el pesaje, equipo para la recolección de desechos sólidos, bombas para el abastecimiento de agua y frigorífico, este último dependiendo de los productos que se expendan.

De igual forma para el correcto funcionamiento de la parte administrativa es necesario contar con un presupuesto para los servicios básicos y de mobiliarios que requiera el personal que estará como responsable en los distintos lugares donde se construirá la red de mercados de productos alimenticios, de esta forma se dará un servicio de calidad y calidez como nos enmarca el plan nacional del buen vivir

4.7.4.1 Presupuesto Operativo

PRESUPUESTO ORGANIZACIONAL

RED DE MERCADO					
ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
1.- MOVILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA					
1.01	Escritorios	U	1	250	250
1.02	Silla	U	1	37	37
103	Computadora	U	1	450	450
					737
2.- SERVICIOS BÁSICOS					
2.01	Cnt-internet	Año	12	18	216
2.02	Cnt-teléfono	Año	12	7	84
2.03	Agua	Año	12	20	240
2.04	Luz	Año	12	30	360
					900
SON: MIL SEICIENTOS TREINTA Y SIETE 00/100					\$ 1.637,00

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Poul Hermenejildo Tomalá

4.7.5 Construcción de la red de mercados

El cantón Santa Elena, se encuentra inmerso en una profunda etapa de transformación en pro del desarrollo sostenible, las diferentes actuaciones del GAD Municipal en diferentes áreas así lo demuestran, prueba de ello son las inversiones en educación, salud, vialidad y en el interés que ha despertado la propuesta de una red de mercados con el equipamiento necesario para mejorar el servicio a la comunidad peninsular y fortalecer la comercialización de productos de primera necesidad que se cultivan en la región.

La construcción de la red de mercados es competencia de la Municipalidad de Santa Elena; contará con espacios de comercialización de verduras y frutas

frescas, ventas de carne, pescado, aves y huevos; venta de granos y especias o condimentos; venta de alimentos preparados; zonas de circulación general; área de abastecimiento; y de otros usos, como almacenamiento, administración, seguridad y servicios sanitarios públicos.

La dotación de las edificaciones para la red de mercados dependerá de la asignación de recursos por parte de la entidad municipal. Será necesario el diseño de planos de análisis de sitio, de acceso para vehículos y peatones, de las construcciones circundantes, de servicios de infraestructura como canales de aguas lluvias, alcantarillado, electricidad, sin dejar de lado las medidas para disminuir el impacto ambiental.

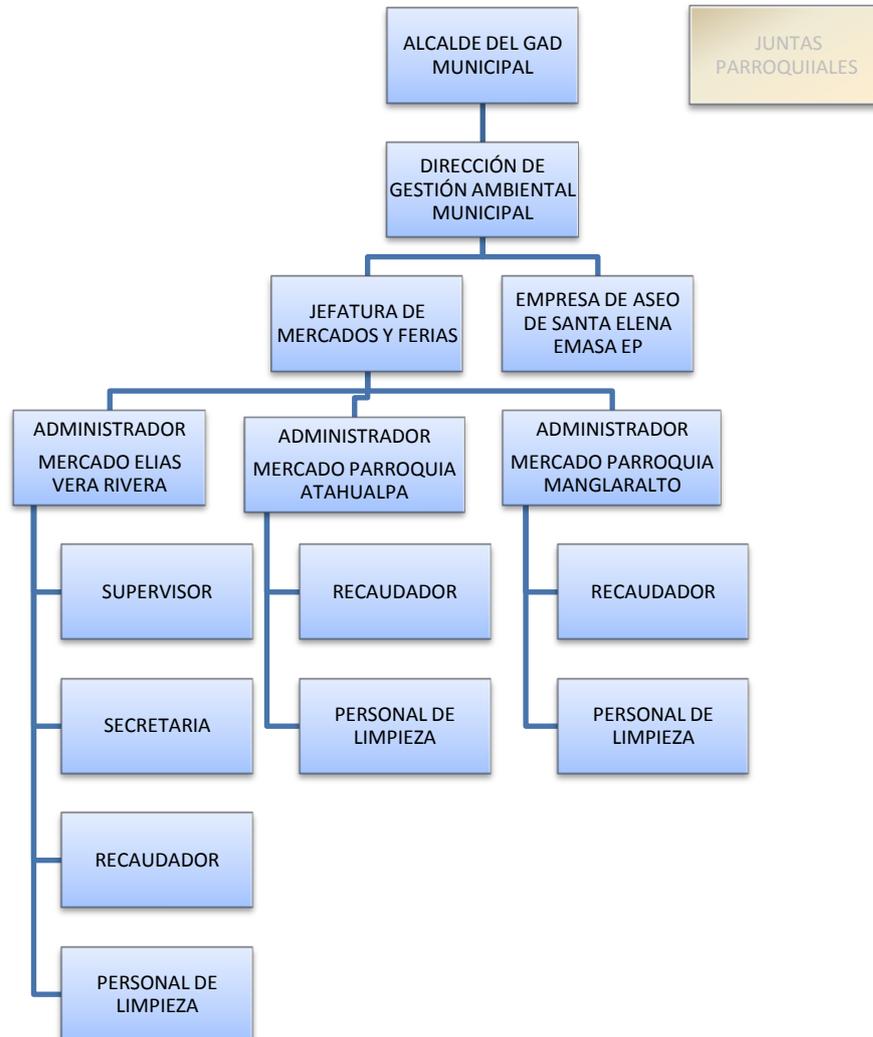
4.7.6 Talento Humano

El Talento Humano consiste en la planeación, organización, desarrollo, y coordinación así como control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficaz del personal, a la vez que el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos propios relacionados directamente o indirectamente con sus labores en la institución.

La factibilidad de la propuesta se basa en la implementación de una red de mercados en el Cantón Santa Elena, la cual estará ligado a la organización y capacitación de los involucrados hacia el interior de la institución, la misma que debe de ser del puesto jerárquico más alto hasta el personal que este en el menor nivel, ya que con una buena comunicación entre los distintos nivel se obtendrá un resultado óptimo y eficaz para la propuesta que se está planteando.

Con una medición de las destrezas y habilidades que tiene cada uno de los colaboradores que estarán prestando sus servicios se podrá promover a otros estamentos o nivel del Gobierno Autónomo Descentralizado.

4.7.6.1 Estructura organizacional



Fuente: Propuesta estructura organizacional
Elaborado por: Poul Hermenejildo Tomalá

Alcalde del GAD Municipal.- Es la máxima autoridad del Gobierno municipal, es el encargado de los destinos del Cantón Santa Elena, persona que asume todas las acciones que se tome en tanto y cuanto se realice en la red de mercados propuesta.

Director de Gestión Ambiental Municipal.-Persona que asume la responsabilidad de la red de mercados tanto en la parte interior como exterior,

tenga un buen manejo para beneficio de la colectividad, también encargada técnicamente de la parte ambiental y del buen uso de los recursos naturales que se vaya a requerir en nuestra propuesta.

Jefe de Mercados y ferias.- Encargada de la coordinación de la red de mercados, de su buen funcionamiento, conexión entre las distintas instituciones gubernamentales locales y nacionales para el correcto manejo y aplicación de las normas legales establecidas en la constitución y el COOTAD.

EMASA EP.- Es la empresa que se encargará de la recolección de los desechos sólidos y del mantenimiento de la red de mercados alimenticios del cantón Santa Elena.

Administración.- Facultada al buen funcionamiento de los Mercados, es la que normara y regulara a los comerciantes, productores y usuarios persona que coordina la limpieza y recolección de los desechos con la empresa de aseo, el que distribuirá y supervisara a los empleados municipales y no municipales que estén prestando servicios en la red de mercados Municipales.

Supervisor.- Es el personal destinado a la inspección de que se cumplan todas las políticas planteadas por la Administración a los comerciantes, productores y consumidores.

Secretaria.- Es la que se encarga de realizar los oficios, memorándum, cartas informes etc. Que se entregarán a los distintos estamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Elena.

Recaudador.- Personal encargado de la recaudación y recolección de información de las alcúotas que se establezcan por el arrendamiento de los cubículos o locales.

Personal de Limpieza.- Este personal es el que nos apoyara al mantenimiento y recolección de los desechos sólidos, cabe recalcar que este contingente es de la empresa EMASA EP.

PRESUPUESTO ORGANIZACIONAL

RED DE MERCADO

ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
------	-------	--------	----------	-------------	----------

1.- GASTOS CORRIENTES					
1.01	Personal - Administrador	año	12	600	7.200,00
1.02	Personal – Supervisor	año	12	318	3.816,00
SON: ONCE MIL DIECISÉIS 00/100					\$ 11.016,00

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Poul Hermenejildo Tomalá

4.7.7 Puesta en marcha y mantenimiento de la red de mercados

Para la puesta en marcha y mantenimiento en cada uno de los mercados que conforman la red, se deberá implementar un sistema de administración, que estar a cargo del GAD municipal en coordinación con los GAD’S parroquiales donde se asiente el mercado, lógicamente.

Lo que genere el manejo y uso del mercado por los diferentes rubros se hará como determina las ordenanzas municipales en las mismas instalaciones del mercado y estos valores serán entregados como determina la normativa legal vigente.

Se deberá coordinar la operación efectiva del mercado para evitar inconvenientes en la asignación de los puestos de trabajo, para lo cual se definirá un reglamento que será difundido entre los comerciantes y productores que ocupen el mercado.

Para el mantenimiento del mercado se establecerán los procedimientos para el aseo y limpieza diaria de las instalaciones, función que estará a cargo de la empresa pública EMASA, también se considerará el mantenimiento periódico de la instalación, estructura del mercado y de los servicios básicos.

Los gastos que incurran por estos servicios los asumirá el GAD municipal, que previo a la distribución y compromisos adquiridos de las partes sobre las recaudaciones estarán debidamente financiados para la buena imagen de los mercados.

4.7.8 Evaluación

El adecuado funcionamiento de la red de mercados exige el control de la entidad Municipal que a través de la unidad administrativa del mercado y con la participación de las unidades inmersas en el manejo, garantizarán la calidad de los productos que se expendan.

A pesar de que cada mercado, de los que conformen la red, pueda presentar particularidades diferentes, la Administración individual, medirá la satisfacción de los consumidores y tendrá en cuenta los siguientes factores: vías de acceso, desarrollo urbano, horarios de atención, presentación del personal que atiende, condiciones de aseo, pesas y medidas, gestión de residuos, presentación del listado de precios, calidad de los productos, abastecimiento, entre otros.

Además de lo expuesto, la evaluación de la red de mercados se realizará a través de diferentes actividades, tales como la integración de organización de los productores agrícolas y comerciantes, la gestión autónoma, el nivel de competitividad, reglamentación y políticas; se presentarán informes semestrales y anuales sobre el funcionamiento de la red, así como de sugerencias y recomendaciones que deban tomarse en cuenta.

4.7.9 Conclusiones y Recomendaciones

4.7.9.1 Conclusiones

El Cantón Santa Elena, cuenta con un gran número de productores agrícolas dedicados a la siembra y cosecha de productos alimenticios, pero que enfrentan una serie de problemas al momento de comercializar sus productos; con esta red de mercados el GAD Municipal trata de buscarlas soluciones para que los productores tengan un fácil acceso hasta el intermediario y el consumidor final.

Al existir los lugares apropiados o técnicamente construidos para la comercialización de estos productos la municipalidad asume esta responsabilidad a través de la red de mercados administrados por ella.

Los productores agrícolas locales, requieren comercializar sus productos de manera directa, en sitios apropiados, evitando a los intermediarios que les pagan valores ínfimos por sus cosechas; la construcción de los mercados en las comunidades donde exista la demanda de comercialización de producto ubicara estratégicamente los mercados.

El gobierno central ha emprendido una serie de programas orientados a la promoción y fomento de una alimentación sana y saludable; el GAD Municipal del cantón Santa Elena coordinar con las instituciones gubernamentales para que estos programas lleguen a la red mercados.

Los productores locales y las familias peninsulares, han considerado la propuesta como viable para mejorar las relaciones comerciales de los agricultores de la región, favoreciendo a la comunidad peninsular que busca reducir el impacto económico de los precios altos de los productos de primera necesidad.

4.7.9.2 Recomendaciones

Solucionar los problemas que enfrentan los productores agrícolas en la comercialización de sus cosechas, a través de la propuesta de una red de mercados con el propósito que los productos lleguen más rápido y en óptimas condiciones a los consumidores en los mercados a construirse en las diferentes comunidades.

El diseño y construcción técnica de la red de mercado localizados en los lugares estratégicos del cantón permitirá la comercialización de los productos alimenticios cosechados en la zona, se debe considerar las sugerencias y requerimientos de los productores agrícolas locales.

Presentar la propuesta de una Red de Mercados en el cantón Santa Elena a las diversas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales asentadas en la región, a fin de establecer el aporte que cada una de ellas brindaría para cristalizar este proyecto, para obtener e incorporar las ayudas de las instituciones privadas como por ejemplo, la difusión de los productos que distribuyen cadenas como del monte, sumesa, pronaca, entre otros.

Dar a conocer a las autoridades del cantón, la importancia de contar con una red de mercados que proporcione facilidades a los productores agrícolas de comercializar el producto de sus cosechas con los consumidores finales, beneficiándose de un intercambio comercial más justo y equitativo, considerando que el GAD municipal será el ente encargado del manejo de la red de mercados.

La municipalidad deberá establecer y definir las normas, leyes y reglamentos que se aplicaran, para el buen desarrollo de las actividades en los diferentes mercados que conformen la red, estableciendo controles, tanto para los productores, comerciantes y los consumidores finales, a fin de evitar inconvenientes futuros.

BIBLIOGRAFÍA

ARENAS, José. (2005). Control de tiempos y productividad. La ventaja competitiva. Ediciones Paraninfo. S.A. Madrid – España.

ARNOLETTO, Eduardo; DÍAZ, Ana. (2006). Metodología de la Investigación. Editorial: UCC. Buenos Aires – Argentina.

BERNAL, César. (2010). Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México. Pearson-Educación.

CASO, Alfredo. (2006). Técnicas de medición del trabajo. Segunda Edición. FC Editorial. Madrid – España.

CASTILLO, Ana; TOUS, Dolores. (2008). Administración de organizaciones en el entorno actual. Ediciones Pirámide, S.A. Madrid – España.

CHIAVENATO, Idalberto. (2005). Introducción a la Teoría General de la Administración. 7ª Edición. McGraw-Hill. México D.F.

FERNÁNDEZ, Guadalupe. (2006). Las competencias: Clave para una gestión integrada de los recursos humanos. Segunda Edición. Ediciones Deusto, S.A. Barcelona.

FERREL, O.C.; HIRT, Geoffrey; RAMOS, Leticia; ADRIAENSÉNS, Marianela y FLORES Miguel. (2004). Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante, Cuarta Edición. McGraw-Hill. México D.F.

FRANKLIN, Enrique. (2004). Organización de Empresas, Segunda Edición, Editorial Mc Graw Hill. México D.F.

GAN, Federico; TRIGINÉ, Jaume. (2006). Manual de instrumentos de gestión y desarrollo de las personas en las organizaciones. Ediciones Díaz de Santos. España.

HERNÁNDEZ, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos; BAPTISTA, Pilar. (2006). Metodología de la Investigación. 4ta. Edición. Mc Graw Hill. México D.F.

INSTITUTO NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA (2004). La Administración de Mercados y Centrales de Abastos Municipales. México.

MÉNDEZ, Carlos. (2006). Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con énfasis en Ciencias Empresariales. Editorial LIMUSA S.A. Cuarta Edición. México.

MERCADO, Salvador. (2008). Administración aplicada, teoría y práctica. Primera Parte. Editorial LIMUSA S.A. México.

MINTZBERG, Henry. (2001). Diseño de Organizaciones Eficientes. Ediciones El Atenero. Buenos Aires - Argentina.

PUCHOL, Luis. (2005). Dirección y Gestión de Recursos Humanos. Ediciones Díaz de Santos. España.

ROBBINS, Stephen. (2004). Comportamiento Organizacional. Pearson Educación. Prentice Hall. México.

ROBBINS, Stephen. (2005). Administración. Pearson Educación. Prentice Hall. México.

SÁNCHEZ, Gonzalo. (2011). Administración de Empresas. Ediciones Pirámide, S.A. España.

SÁNCHEZ, José. (2005). Comunicar con éxito: Teoría y práctica de la comunicación. Gestión 2000. España.

ZELAYA, Julio. (2006). Clasificación de Puestos. Editorial Universidad Estatal a Distancia, San José de Costa Rica.

Constitución de la República del Ecuador.

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

Plan Nacional del Buen Vivir

Ley de Régimen Municipal

Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria

Ley Orgánica de Empresas Públicas

Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

Páginas web consultadas

<http://biblioteca.clacso.edu.ar/subida/clacso/becas/20110127011712/fernandez.pdf>
.ori

http://es.wikipedia.org/wiki/Modelo_de_negocio el 22 de noviembre del 2012.

<http://manuelgross.bligoo.com/que-es-un-modelo-de-negocio-la-fuente-de-tu-competitividad>

<http://milagro.gob.ec/2012/06/red-de-mercados-municipales-en-marcha/>

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/311/31121089006.pdf>.

<http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/214816-sector-alimenticio-del-ecuador-crecio-usd-365-millones/>.

http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/coffee_break/cociendoparticipacionciudadana.pdf.

http://www.fao.org/ag/agn/nutrition/ecu_es.stm.

http://www.riprosat.org/memories/day_2/SEGURIDAD_ALIMENTARIA_VISIEN_IICA.pdf

<http://www.unircoop.org/unircoop/files/bibliotheque/Article%20-%20MethInvest%20-%2053.pdf>

ANEXOS

Anexo N° 1

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL
CANTÓN SANTA ELENA**

Año 2012

**OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO PARA LA FASE DEL
DIAGNÓSTICO**

OBJETIVO GENERAL

Recopilar información sobre la opinión de los involucrados respecto a la implementación de una Red de Mercados en el cantón Santa Elena.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recoger datos sobre la producción y comercialización de productos alimenticios en el cantón Santa Elena.
- Obtener datos acerca de la percepción de los informantes calificados sobre el aporte que brindaría la municipalidad a este tipo de proyecto.
- Conseguir información sobre los beneficios que obtendría la comunidad con la implementación de una red de mercados en el cantón Santa Elena.

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

ENCUESTA

Instrucciones: Para contestar este instrumento sírvase marcar con una X el número que corresponda a la alternativa que crea conveniente tomando en cuenta los siguientes parámetros.

Definitivamente si	5
Probablemente si	4
Indeciso	3
Probablemente no	2
Definitivamente no	1

Escoja sólo una respuesta. De su aporte depende el éxito del estudio.

I. Información General

Condición del informante

Sexo: Hombre Mujer

Condición: Cliente Comerciante Productor

II. Información Específica

ÁREAS E INDICADORES	1	2	3	4	5
1. ¿Visita periódicamente el mercado para la adquisición de productos alimenticios?					
2. ¿Considera conveniente la implementación de una red de mercados para el sector alimenticios del cantón Santa Elena para productores y consumidores?					
3. ¿Cree usted que los precios de los productos de primera necesidad con la implementación de una red de mercados para el sector alimenticios del cantón Santa Elena serían más ventajosos para productores y consumidores?					
4. ¿Mejoraría la producción el sector alimenticio del cantón Santa Elena con una red de mercados?					
5. ¿Serían adecuadas las cabeceras parroquiales del cantón para la ubicación de la red de mercados?					
6. ¿Debería la municipalidad de Santa Elena estar a cargo de la gestión de la red de mercados?					
7. ¿Cree usted que la iniciativa de implementación de una red de mercados mejorará la calidad de vida de los habitantes del cantón?					
8. ¿Considera usted que un tejido comercial como el propuesto incentivará la asociatividad entre los comerciantes y productores?					
ÁREAS E INDICADORES	1	2	3	4	5
9. ¿Generaría desarrollo la implementación de esta propuesta, para la comunidad donde se ubique?					
10. ¿Cree usted que podría aplicarse un modelo de producción, distribución y comercialización sostenible a través de la red de mercados?					
11. ¿Conoce algún tipo de restricciones para esta propuesta en su comunidad?					
12. ¿Estima conveniente la participación de otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales en este proyecto?					
13. ¿Se debería aplicar estándares de calidad en la comercialización de productos alimenticios que se expendan en la red de mercados?					

14. ¿Está de acuerdo en que la red de mercados preste otros servicios complementarios?					
15. ¿Aportaría una red de mercados a la alimentación y nutrición sostenible de la población del cantón?					
<p>Sírvase expresar, alguna sugerencia sobre el tema:</p> <p>.....</p>					
<p>No escriba su nombre (recuerde que éste instrumento es anónimo)</p>					

Lugar y Fecha.....

Gracias por su amable colaboración

Anexo N° 2

Red de Mercados en Quito

La Hora
Google™ Búsqueda personalizada

FOROS EDICIÓN IMPRESA TITULARES CONTACTENOS

INICIO DEPORTES OPINIÓN ARTES - CULTURA PAIS AL DÍA SOCIEDAD LUCES MUNDO VIDA SOCIAL SERVICIOS ECONOMÍA

PORTADAS REVISTA JUDICIAL

QUITO

Nuevo modelo de administración de los mercados en la agenda municipal

Jueves, 24 de Mayo de 2012



cambio. Se busca la optimización y competitividad de los espacios comerciales que maneja el Municipio de Quito.

Logística con competencia directa en los 54 mercados y ferias populares, archivada por el pleno del Concejo el 9 de julio de 2010, en esta ocasión los comerciantes se concentraron para respaldar la aprobación de un proyecto de ordenanza que crea una denominada empresa exclusivamente para el Mercado Mayoristas.

Previo a concentración, los comerciantes de este mercado suspendieron la atención al público por varias horas, hasta que el presidente de la comisión mencionada, concejal Eddie Sánchez, confirmara que el proyecto ya cuenta con información favorable de Procuraduría para el inicio del trámite de aprobación en dos sesiones ordinarias.

El mayorista, según sus dirigentes y organizadores de la manifestación, sí cuenta con la infraestructura y condiciones necesarias para crear una empresa que los administre directamente.

La segunda es la vencida. Esa parece la consigna de la actual administración municipal luego de un año y 10 meses de un frustrado primer intento de reformar la administración de los mercados y plataformas de ferias populares en Quito, que provocara un rechazo de gremios de comerciantes.

El tema aparece nuevamente en la agenda municipal, a propósito de una sesión de trabajo de la Comisión de Comercialización que ayer se instaló luego de una masiva concentración de comerciantes del mercado Mayorista en la Plaza Grande.

A diferencia del rechazo a la propuesta de creación de una Empresa de Comercialización y

Visítanos también en:

facebook.com/lahoraecuador
 twitter.com/lahoraecuador

REGIONALES / NACIONAL

Nacional	Loja
Quito	Los Rios
Carchi	Manabí
Cotopaxi	Tungurahua
Esmeraldas	Santo Domingo
Imbabura	El Oro
Zamora	

Like 20,698 people like this.

Galería de Fotos



13 personas murieron

Red de Mercados en Milagro



Inicio Gobierno Municipal Servicios Ley de Transparencia Contáctenos
Buscar

Red de Mercados Municipales en Marcha

Publicado por [Roxana Torres](#) en junio 15, 2012 a las 3:16 pm



Anexo N° 3
Modelos de Mercados Saludables-Cuenca



Mercado Municipal 9 de Octubre-Cuenca

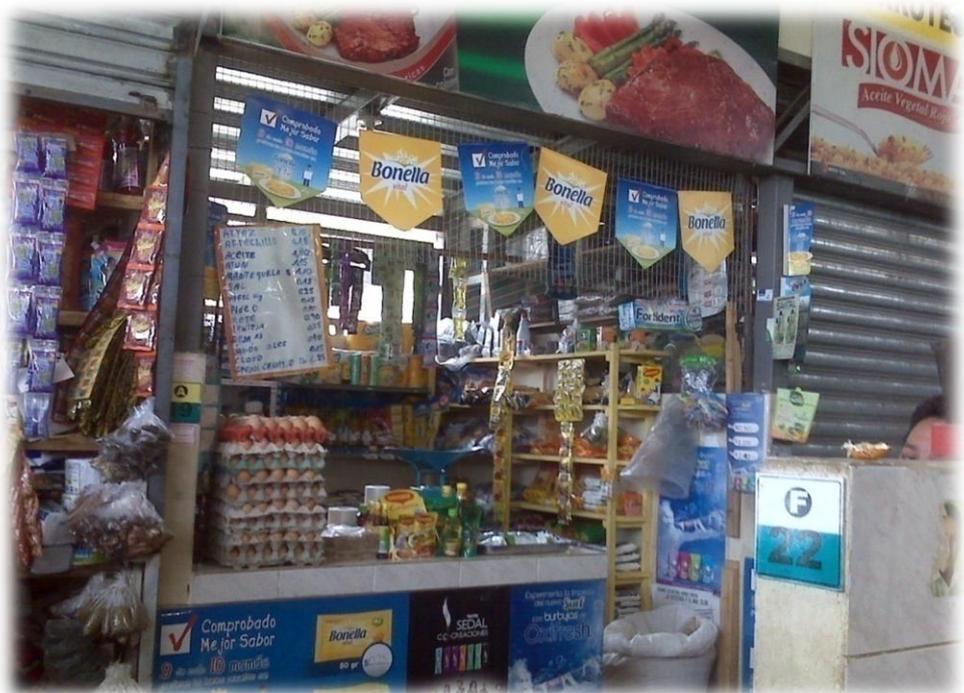


Anexo N° 4

Mercado Municipal de Santa Elena-Elias Vera R.



Abarrotes- Mercado Municipal -Santa Elena

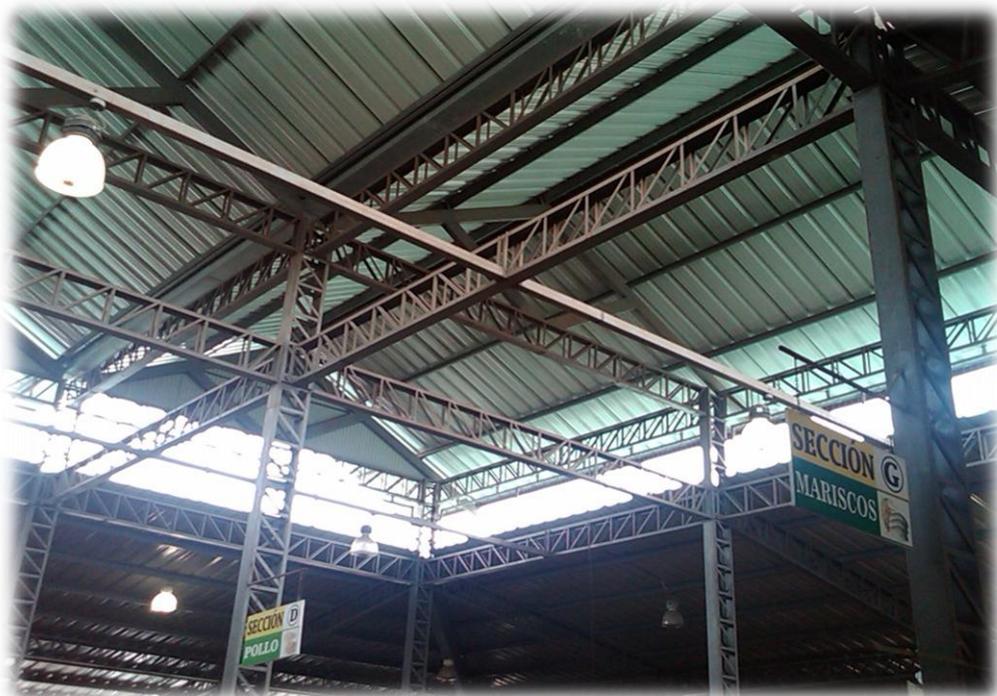


Anexo N° 5

Interior Mercado Municipal de Santa Elena



Infraestructura Mercado Municipal -Santa Elena



Anexo N° 6

Fotografías – Recolección de Información

