



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA  
PARAMEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS  
PÚBLICODEL MERCADO HONORIO  
DE LA CRUZ DE LA PARROQUIA  
JOSÉ LUIS TAMAYO CANTÓN  
SALINAS, AÑO 2015**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**AUTOR: NELSON FREDDY COBOS REYNA**

**TUTOR: ECON. DAVID BATALLAS GONZÁLEZ, MSc.**

**LA LIBERTAD - ECUADOR**

**2015**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA  
MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS  
PÚBLICO DEL MERCADO HONORARIO  
DE LA CRUZ DE LA PARROQUIA  
JOSÉ LUIS TAMAYO CANTÓN  
SALINAS, AÑO 2015**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**AUTOR: NELSON FREDDY COBOS REYNA**

**TUTOR: ECON. DAVID BATALLAS GONZÁLEZ, MSc.**

LA LIBERTAD - ECUADOR

2015

La Libertad, 20 de enero de 2015

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “**MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS PÚBLICO DEL MERCADO HONORIO DE LA CRUZ DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**”, elaborado por el Sr. NELSON FREDDYCOBOS REYNA, egresado de la Carrera de Administración Pública, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración Pública, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

---

Econ. David Batallas González, MSc  
**TUTOR**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de Titulación o Graduación, “**MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS PÚBLICO DEL MERCADO HONORIO DE LA CRUZ DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**”, elaborado por quien suscribe la presente declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica de la autora. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

La Libertad, 20 de Enero de 2015

Atentamente

---

Nelson Freddy Cobos Reyna  
C.C 0909740557

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación se lo dedico a las personas más importantes, mi adorada esposa y mis hijos, quienes me han apoyado en el transcurso de mi estudio universitario, y han sido el pilar fundamental de mi vida

Nelson Cobos Reyna

## **AGRADECIMIENTO**

A mi Dios quien me ha dado la sabiduría, fortaleza, y lo más importante de estar en esta vida, y de darme la oportunidad de cumplir con unas de mis metas.

A mi tutor Econ. David Batallas González, quien con sus conocimiento y experiencias vividas me guió en el desarrollo de mi trabajo de Titulación.

Nelson Cobos Reyna

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

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

---

Econ. David Batallas González, MSc  
PROFESOR – TUTOR

---

Ing. Steve Guarnizo Crespo, MSc.  
PROFESOR DE ÁREA

---

Ab. Joe Espinoza Ayala  
SECRETARIO GENERAL

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

**MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA MEJORAR LA  
CALIDAD DE SERVICIOS PÚBLICO DEL MERCADO HONORIO  
DE LA CRUZ DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO,  
CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2015”**

Autor: Nelson Freddy Cobos Reyna  
Tutor. Econ. David Batallas González, MSc.

**RESUMEN**

El Modelo de Gestión Administrativas constituye una herramienta fundamental en la ejecución de las actividades del sector público, ya que ayudan a lograr las metas que se desea alcanzar; es decir, que son acciones que se encuentran orientadas al logros de los objetivos de una institución, como en es el caso del presente proyecto en el cual se busca mejorar la calidad del servicio público del Mercado Honorio De La Cruz, a través del cumplimiento y la optimización de las funciones administrativas (planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar). El Mercado Honorio De la Cruz, cuenta con 37 comerciantes, un administrador, un Director de Higiene del Municipio del Cantón Salinas, un comisario Municipal, y un Director de Justicia y Vigilancia. El presente trabajo de investigación busca solucionar el problema respondiendo a la siguiente interrogante ¿De qué manera el Modelo de Gestión Administrativa ayudaría a mejorar la calidad de servicios público y Gestión en la administración del Mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas?. Se propuso una planificación adecuada, que permita la solución de conflictos subsistente tanto interno como externo; logrando de esta manera el desarrollo de ambas partes, no solamente en el aspecto económico sino también en el aspecto productivo, beneficiando a los administrativos y a todo los usuarios que busca buen servicio. La propuesta se desarrolló considerando la variable independiente que fue el “Modelo de Gestión Administrativa” y la variable dependiente que fue la “Calidad del Servicio”, se desarrolló aplicando métodos como el inductivo y deductivo, y técnicas como la entrevista y encuestas aplicadas a los comerciantes, administrador de higiene del GAD de Salinas, Comisario municipal y Director de Justicia y Vigilancia. Las preguntas fueron estructuras con el propósito de obtener información para el desarrollo de la presente propuesta.

Palabras Claves: Modelo Administrativo, Gestión administrativa, Mercado Honorio De la Cruz.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
TRIBUNAL DE GRADO .....	vi
RESUMEN.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
INTRODUCCIÓN .....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
TEMA .....	3
EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
Planteamiento del Problema.....	3
Formulación del Problema .....	4
Sistematización del Problema .....	5
OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN .....	5
Objetivo General .....	5
Objetivos Específicos.....	5
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
HIPÓTESIS .....	7
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	7
CAPÍTULO I.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
1.1. ANTECEDENTE DEL TEMA .....	10
1.2. MERCADO .....	11

1.2.1. Orígenes de los mercados .....	11
1.2.2. Mercado de José Luis Tamayo .....	11
1.3. PROCESOS ADMINISTRATIVOS .....	12
1.3.1. Planificación .....	13
1.3.1.1. Planificación Estratégica .....	13
1.3.1.2. Planificación Operativa .....	14
1.3.2. Organización .....	14
1.3.3. Dirección .....	15
1.3.4. Control.....	16
1.3.4.1. Control Preventivo .....	16
1.3.4.2. Control Correctivo.....	17
1.4. CALIDAD DEL SERVICIO .....	17
1.4.1. Gestión Estratégica.....	17
1.4.1.1. Misión.....	18
1.4.1.2. Visión. ....	18
1.4.1.3. Principios.....	18
1.4.1.4. Valores.....	19
1.4.1.5. Objetivos .....	20
1.4.2. Talento Humano .....	21
1.4.2.1. Capacitación .....	21
1.4.2.2. Manuales .....	22
1.4.3. Resultados .....	23
1.4.3.1. Eficiencia.....	24
1.4.3.2. Eficacia .....	24
1.4.3.3. Evaluación .....	25
1.5. BASE LEGAL.....	25
1.5.1. La Constitución Política de la República. ....	27
1.5.2. Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización COOTAD. ....	29
1.5.3. Ordenanza de Higiene y Abasto del Cantón Salinas: Parroquia José Luis Tamayo.....	31

CAPÍTULO II .....	35
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	35
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
2.3.1. Investigación Bibliográfica o documental.....	36
2.3.2. Investigación de Campo .....	36
2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN .....	37
2.4.1. Método inductivo. ....	37
2.4.2. Método Deductivo .....	37
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	38
2.5.1. Observación.....	38
2.5.2. Entrevista.....	38
2.5.3. Encuesta.....	39
2.6. INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
2.6.1. Escala de Likert .....	41
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	41
CAPÍTULO III.....	43
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	43
3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA .....	43
3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS.....	57
3.3. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	58
CAPÍTULO IV.....	60
MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS PÚBLICO DEL MERCADO HONORIO DE LA CRUZ, PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN SALINAS, AÑO 2015 .....	60
4.1. DATOS INFORMATIVOS .....	60
4.1.1. Institución.....	60
4.1.2. Beneficiarios.....	60
4.1.3. Equipo Técnico responsable.....	60

4.2. PRESENTACIÓN .....	60
4.3. OBJETIVOS.....	61
4.3.1. Objetivo General .....	61
4.3.2. Objetivos Específicos .....	61
4.4. MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA EL MERCADO HONORIO DE LA CRUZ.....	62
4.4.1. Proyección Estratégica .....	63
4.4.1.1. Misión.....	63
4.4.1.2. Visión .....	63
4.4.1.3. Objetivos Institucionales .....	63
4.4.1.4. Actividades .....	64
4.4.1.5. Principios.....	64
4.4.1.6. Valores.....	65
4.4.2. Estructura Organizacional .....	65
4.4.2.1. Estructura Orgánica.....	66
4.4.2.2. Funciones de Puestos del Mercado Honorio De La Cruz.....	67
4.4.2.3. Lineamientos de Acción .....	70
4.4.2.4. Cualidades De Un Administrador .....	72
4.4.3. Estrategias .....	73
4.4.3.1. Estrategias de Comunicación .....	73
4.4.3.2. Estrategias de Formación de equipos de trabajo .....	74
4.4.3.3. Estrategias para una atención de calidad .....	75
4.4.3.4. Estrategias de programas de capacitaciones.....	76
4.5. PLAN DE ACCIÓN .....	79
4.6. PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA.....	84
4.6.1. Gastos de Inversión .....	84
4.6.2. Gastos de Capacitación .....	85
CONCLUSIONES .....	86
RECOMENDACIONES.....	87
BIBLIOGRAFÍA .....	88
ANEXOS .....	90

**ÍNDICE DE TABLAS**

TABLA 1 Motivación e incentivo a los comerciantes.....	44
TABLA 2 Políticas y procedimientos administrativos .....	45
TABLA 3 Responsabilidades.....	46
TABLA 4 Comunicación .....	47
TABLA 5 Modelo Administrativo.....	48
TABLA 6 Capacitaciones .....	49
TABLA 7 Ambiente Administrativo .....	50
TABLA 8 Acciones Administrativa .....	51
TABLA 9 Evaluación Periódica .....	52
TABLA 10 Gestión administrativa actual.....	53
TABLA 11 Medición de desempeño .....	54
TABLA 12 Motivación a Comerciantes .....	55
TABLA 13 Toma de Decisiones.....	56

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Motivación e incentivo a los comerciantes.....	44
GRÁFICO 2 Políticas y procedimientos administrativos .....	45
GRÁFICO 3 Responsabilidades .....	46
GRÁFICO 4 Comunicación.....	47
GRÁFICO 5 Modelo Administrativo.....	48
GRÁFICO 6 Capacitaciones .....	49
GRÁFICO 7 Ambiente Administrativo .....	50
GRÁFICO 8 Acciones Administrativa .....	51
GRÁFICO 9 Evaluación Periódica .....	52
GRÁFICO 10 Gestión administrativa actual .....	53
GRÁFICO 11 Medición de desempeño .....	54
GRÁFICO 12 Motivación a comerciantes.....	55
GRÁFICO 13 Toma de Decisiones .....	56
GRÁFICO 14 Modelo de Gestión Administrativa .....	62
GRÁFICO 15 Estructura Orgánica .....	66
GRÁFICO 16 Habilidades que debe tener el Administrador.....	71

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Operacionalización de la Variable Independiente.....	8
CUADRO 2 Operacionalización de la Variable Dependiente .....	9
CUADRO 3 Población.....	41
CUADRO 4 Plan de Acción .....	79
CUADRO 5 Gastos de Inversión .....	84
CUADRO 6 Gastos de Capacitación .....	85

**ÍNDICE DE ANEXOS**

ANEXO 1 Encuesta .....	91
ANEXO 2 Entrevista.....	94
ANEXO 3 Carta Aval .....	96
ANEXO 4 Nómina de comerciantes activos.....	97
ANEXO 5 Evidencia fotográfica de la investigación de Campo.....	99

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se busca realizar diferentes acciones orientadas a los logros de los objetivos del mercado Honorio De La Cruz; a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

El modelo de Gestión Administrativa aplicado en la administración del mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo, permitirá la optimización de los procesos, con el fin de incrementar la cantidad y eficacia en la gestión de los servicios, además con este modelo permitirá la reducción en el tiempo empleado en los trámites y consultas entre administrador y comerciantes, así como una mayor calidad en el servicio prestado, que es recibido por el usuario.

La investigación del desarrollo del Modelo de Gestión Administrativa del Mercado Honorio De La Cruz, está estructurada en cuatro capítulos.

En el primer capítulo se identifica y se conceptualiza el marco legal y conceptual, la actividad comercial del mercado de víveres, abarcando en si la reseña histórica, evolución y desarrollo entre otros aspectos.

En el capítulo segundo se desarrollará el estudio del mercado y las metodologías, es decir las diferentes técnicas de investigación que se aplicará para la recolección de información, las mismas que proporcionarán aspectos relevantes para la toma de decisiones.

En el capítulo tercero, se describe y se analiza los resultados de las técnicas de investigación aplicadas como son las encuestas y las entrevistas; a través de estas técnicas se conoce las diferentes respuestas por partes de los encuestados.

En el cuarto capítulo se desarrollará la propuesta del Modelo de Gestión Administrativa para el Mercado Honorio De La Cruz de la Parroquia José Luis Tamayo del Cantón Salinas, el mismo que permitirá establecer y delinear procedimiento de seguimiento y control de los procesos internos y de los servicios que presta

## **MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

### **TEMA**

Influencia del proceso administrativo en la calidad de servicio público, mediante la aplicación de métodos y técnicas de recopilación de información confiable y relevante. Modelo de gestión administrativa para mejorar la calidad de servicio público del mercado Honorio De La Cruz, parroquia José Luis Tamayo Muey del cantón Salinas, año 2015.

### **EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **Planteamiento del Problema**

El mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo, se inauguró el 15 de diciembre del 2007, nace con el objetivo de convertirse en una alternativa de servicio para la población Tamayense, pero durante estos 7 años contados hasta la fecha, su operatividad ha ido de más a menos, en vista que dentro de la administración no existe una óptima aplicación del proceso administrativo, existen locales fuera de uso, cerrados y deteriorados por carecer de mantenimientos, el número de comerciantes que expende sus productos de primera necesidad es limitado, cada propietario apenas cancela mensualmente 0,50 centavos y con esto se financia los gastos operativos del mercado.

Los propietarios de locales del mercado en mención se sienten desmotivados por el desinterés que muestran las autoridades parroquiales y cantonales a las demandas presentadas por ellos a través del administrador, esta situación trae como consecuencia insatisfacción en los usuarios por el servicio recibido, instancias totalmente adversas a lo que establece la Constitución de la República (2008) en el numeral 3, artículo 3, el cual hace referencia a la búsqueda del buen

vivir mediante el trabajo en equipo entre los diferentes actores de una comunidad, incidiendo ésta realidad en la decisión de los usuarios al momento de decidir donde adquirir sus víveres, quienes abandonan el lugar cercano y eligen trasladarse al mercado Jorge Cepeda Jácome del cantón La Libertad.

Los canales de comunicación en el mercado son cerrados y por ende la toma de decisiones de los actores va en beneficio y a conveniencia individual, dejando sin atención los requerimientos colectivos y sin realizar esfuerzo alguno que conduzca al logro de los objetivos para los que fue creado, acciones que limitan el reconocimiento del derecho de las personas a recibir bienes y servicio de muy buena calidad tal como lo prescribe la Carta Magna (2008) en el artículo 52.

La ausencia de estrategias de organización, promoción y realización de campañas de publicidad; procedimientos de recaudación de valores, registro por concepto de cobro de tasas de alquiler de locales, y control; deficiente inversión en mantenimiento del edificio e instalaciones internas del mercado; desinterés en el desarrollo del personal administrativo y comerciante a través de capacitaciones, ocasionando desorden y abandono del Mercado Municipal de José Luis Tamayo, incumpliendo lo establecido en el artículo 53 de la Constitución del Ecuador (2008).

Por lo que se hace necesario proponer un modelo de gestión administrativa para la optimización de procesos y mejora del servicio hacia el consumidor y comunidad en general.

### **Formulación del Problema**

¿De qué manera el Modelo de Gestión Administrativa ayudaría a mejorar la Calidad de servicio público y la Gestión en la administración del Mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas?

## **Sistematización del Problema**

¿Cómo incide la planificación en la gestión de los factores que complementan el proceso del Mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas?

¿Cómo incide la organización en el desempeño del talento humano del mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas?

¿Cuál es el efecto de la dirección sobre los resultados de la administración del mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas?

¿Cuál es el efecto de los controles sobre los niveles de eficiencia del mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas?

¿Cree usted en la necesidad de modelo de gestión administrativa para el mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo, cantón Salinas?

## **OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo General**

Evaluar la influencia del proceso administrativo en la calidad del servicio público, mediante la aplicación de técnicas de recopilación confiable y relevante, direccionadas a la elaboración de un manual de gestión administrativa para el mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo, cantón Salinas.

### **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la incidencia de la planificación en la calidad del servicio del mercado Honorio De La Cruz de José Luis Tamayo del cantón Salinas.

- Analizar la influencia de la organización en el desempeño del talento humano del mercado Honorio De La Cruz, mediante la aplicación de técnicas de recopilación de información.
- Determinar la influencia de la dirección en el desarrollo del talento humano del mercado Honorio De La Cruz de José Luis Tamayo del cantón Salinas.
- Determinar el efecto del control sobre los niveles de eficiencia del mercado Honorio De La Cruz m, José Luis Tamayo, cantón Salinas.
- Precisar el efecto del control sobre los niveles de eficacia del mercado Honorio De La Cruz, José Luis Tamayo. Cantón Salinas.
- Determinar la necesidad de un modelo de gestión administrativa para el mercado Honorio De La Cruz de José Luis Tamayo del cantón Salinas.

## **JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.**

El mercado Honorio De La Cruz de José Luis Tamayo del cantón Salinas, es un lugar de vital importancia para toda la comunidad Tamayense, su principal característica es que en él se encuentra una variedad de productos que son de calidad y a un precio justo.

El mercado se compone de una de las actividades económicas más importantes que ha realizado el ser humano a través de los tiempos. Hoy en día los mercados es una actividad económica principal, ya que el lugar donde se pone en contacto a todas las sociedades entre sí.

El mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo, se inauguró el 15 de diciembre del 2007, nace con el objetivo de convertirse en una alternativa

de servicio para la población Tamayense, sin embargo actualmente no existe dentro de la administración procesos administrativos y operativos que ayude a mejorar el servicio deficiente hacia el consumidor y la comunidad, por tal razón surge la necesidad de proponer la aplicación de un modelo de Gestión Administrativas como una alternativa viable para solucionar los procesos administrativos y de servicios.

La aplicación del modelo de Gestión Administrativa se justifica en razón de que se busca lograr la reducción en el tiempo y la aplicación de nuevos sistemas de gestión a los procesos administrativos, logrando de esta manera mayor eficacia en el servicio prestado y satisfaciendo a las necesidades del consumidor que acuda al mercado.

## **HIPÓTESIS**

La influencia del proceso administrativo viabiliza la calidad del servicio público del mercado Honorio De La Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas

## **OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

### **Variable Independiente:**

Proceso Administrativo

### **Variable Dependiente**

Calidad de Servicio Público

**CUADRO 1 Operacionalización de la Variable Independiente**

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
Proceso Administrativo	El proceso administrativo es una herramienta fundamental en el desarrollo de la Planificación, Organización, Dirección y Control con el propósito de cumplir con los objetivos de la empresa.	Planificación	Estratégico	¿Consideran la Planificación en el desarrollo de las actividades del mercado municipal de Salinas?	Encuestas  Entrevistas
			Operacional	¿El administrador del mercado utiliza algún mecanismo para medir el desempeño de su gestión?	
		Organización	Tipos	¿Cree que existe comunicación entre administrador y comerciante?	
			Niveles	¿Considera el criterio de los comerciantes del mercado municipal de Salinas en la toma de decisiones?	
		Dirección	Liderazgo Trabajo en Equipo	¿Cree usted que la acción de la administración conduce al equilibrio y armonía entre los comerciantes, con el fin de cumplir los objetivos de la administración del mercado municipal?	
				¿Considera usted que el administrador del mercado motiva a los comerciantes para trabajar en equipo?	
		Control	Estándares	¿Aplican herramientas de control en el desarrollo de las actividades?	
			Acciones	¿Qué acciones aplica para la corrección de los resultados?	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cobos Reyna Nelson Freddy

**CUADRO 2 Operacionalización de la Variable Dependiente**

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
Calidad del Servicio	La calidad del servicio se basa en resultados que se derivan de la eficiencia, eficacia y la evaluación de los procesos de la organización con la participación del Talento Humano	Gestión Estratégica	Misión	¿La gestión que realiza la administración del mercado se orienta a la satisfacción de los comerciantes?	Encuestas  Entrevista
			Visión		
			Principios	¿Considera usted que debe mejorar la calidad del servicio en la administración del mercado “Honorio De La Cruz”?	
			Valores		
			Objetivos		
		Talento Humano	Capacitación	¿Considera usted que el desempeño del Talento Humano depende de la capacitación?	
			Manuales	¿Cree usted que es necesario que la gestión administrativa del mercado deba dar respuesta rápida a los requerimientos de los comerciantes?	
		Resultados	Eficiencia	¿Cuál es la percepción que tienen los comerciantes por los servicios que le ofrece la administración?	
			Eficacia		
			Evaluación	¿Existen evaluaciones periódicas para el mejoramiento continuo en el mercado “Honorio De La Cruz” a favor de los comerciantes?	

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Cobos Reyna Nelson Freddy

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1.ANTECEDENTE DEL TEMA**

La parroquia José Luis Tamayo Muey es y ha sido protagónica en la historia de la Provincial, su nombre está asociado en el pasado de haber sido el reservorio y fuente de agua dulce de la zona. En la parroquia antes mencionada se crea el mercado municipal Honorio De la Cruz, creando un una visión de tener un nuevo estilo de mercado.

El mercado de víveres para la comunidad de José Luis Tamayo tiene una vital importancia dentro de la sociedad Tamayense, poseyendo una característica sin igual que lo reconoce en todo el cantón Salinas, ya que tiene una variedad de servicio de su principal cliente o consumidor, ofreciendo productos y de calidad y a un precio

Los comerciantes del mercado de la parroquia José Luis Tamayo dan a conocer que tienen pocas afluencias de clientes, no cuenta con publicidad, tiene aislamiento y desvinculación con programas de productos, falta de liderazgo con amplio margen de acción en el municipio.

El mercado se encuentra alejado de los barrios de la población, por esta razón los comerciantes deben programar aperturas de ferias para cubrir los sectores más alejados de la zona urbana. Además la escasez de recursos materiales es un problema sentido por los trabajadores del mercado, y para poder cumplir con sus actividades y obligaciones, los comerciantes se abastecen del mercado de la

Libertad, hay pocos accesos de vehículos para trasladarse de un lugar a otro, tanto para los comerciantes como para los clientes; existe poco personal para cubrir horarios de turnos de empleados que trabajan en el mercado de la parroquia. Antes de desarrollar los antecedentes referentes a la actividad económica del mercado de víveres, se define primeramente e, concepto de mercado: “Los Mercados.

## **1.2.MERCADO**

Mercado no es nada más que el conjunto de diferentes transacciones o acuerdos entre dos o más partes, lo mismos que se denominan compradores y vendedores.

### **1.2.1. Orígenes de los mercados**

Los mercados surgen por necesidades económicas o desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, generando en este caso la oferta y la demanda. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. El mercado existió en los pueblos y tribus más antiguas que poblaron la tierra, y a medida que se fue desarrollando y evolucionando las organizaciones desarrollaron el comercio

### **1.2.2. Mercado de José Luis Tamayo**

La parroquia rural de José Luis Tamayo, forma parte del cantón Salinas, en la antes mencionada parroquia se encuentra construido el mercado Honorio De La Cruz. La Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), es la Institución de Educación superior quien a través del programa de desarrollo toma la iniciativa de crear un nuevo mercado, el mismo que se encuentra ubicado en el Barrio Paraíso. Para el inicio de las actividades en el mercado la Ilustre Municipalidad del Cantón

Salinas hoy Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Salinas para su inicio ofreció dos meses de gracias para los arrendatarios. El valor que se cancela diario por tal arrendamiento es de 0.50 centavos.

El mercado Honorio De la Cruz da inicio el 15 de diciembre del 2007, ofreciendo diferentes alternativas de servicios a los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo Muey. El mercado ofrece los siguientes productos y servicios:

- Legumbres y frutas
- Abastos y Helados Pingüinos
- Pescados y mariscos
- Pollo, carnes y embutidos
- Play Station, CD (música, mp3 y videos)
- Comedores, batidos y panadería
- Bisutería y plásticos Desechables
- Cabinas telefónicas y otros

El mercado está dividido en varios sectores como: frutas, legumbres, bisuterías mariscos, artículos varios, patio de comidas entre otros. El mercado funciona diariamente en horario regulados por el Gobierno autónomo Descentralizado del Cantón Salinas.

### **1.3.PROCESOS ADMINISTRATIVOS**

La Administración es de vital importancia dentro de las instituciones por eso es importante citar algunos conceptos teóricos de la Administración como el de Harold Koonts y Cyril O` Donnell, quienes definen la administración como la Dirección de un organismo social y su integrantes (Harold Konnts, 2010).

Para (Amaru, 2009) “La administración es el proceso de tomar decisiones sobre los objetivos y la utilización de los recursos. Abarca cinco tipos principales de decisiones, llamadas también procesos o funciones: Planeación, organización, dirección y control”

### **1.3.1. Planificación**

Es la ejecución de una guía que permite visionar lo que se dará en el futuro en las organizaciones, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, dentro del mercado Honorio De la Cruz.

(Amaru, 2009). La planificación es la herramienta para administrar las relaciones con el futuro; es una aplicación específica del proceso de tomar decisiones

Coulter (2010). Indica que la “Planificación implica definir los objetivos de la organización, establecer estrategias para lograr dichos objetivos y desarrollar planes para integrar y coordinar actividades de trabajo”. Pág. 144

La Planificación es una herramienta que direcciona la toma de decisiones de la organización, lo que significa que en todos los aspectos o actividades empresariales se debe planificar con el propósito de tener claro las acciones a emprender para el fortalecimiento y logros de los objetivos empresariales como es en el mercado de Salinas.

#### **1.3.1.1. Planificación Estratégica**

Coulter (2010). Indica que la “Planificación Estratégica es lo que hacen los Gerentes para desarrollar las estrategias de la organización. Es una importante tarea que involucra todas las funciones básicas de la administración, como Planificación, Organización, Dirección y Control”. Pág. 163

La Planificación Estratégica está dada por los mandos altos; es decir los que tienen la responsabilidad de Gerencia o Administrar una organización, les corresponde determinar las formas de ejecutar las actividades para la consecución de las metas institucionales.

### **1.3.1.2. Planificación Operativa**

Coulter (2010). Indica que la “Planificación Operativa es lo que se encarga de planes que abarcan un área operativa de la organización”. Pág. 147

En esta fase la planificación se constituye en acciones netamente operativas; es decir, que se reciben disposiciones de la alta gerencia o administrador para la ejecución de las actividades institucionales.

### **1.3.2. Organización**

(Slocum, 2009) “Es un grupo formal y coordinado de personas, el cual opera para alcanzar metas específicas. Los gerentes efectivos deben prestar atención a todo lo que ocurre dentro y fuera de sus organizaciones. Sea cual fuere el punto en el cual los gerentes tienen concentrada su atención en un momento determinado”

Las organizaciones son territorios creados con fines específicos, lo cual se fijan objetivos, propósitos, metas, políticas, entre otros a corto y largo plazo de acuerdo a la planificación que ello realicen o efectúen. Sus actividades a dirigirse o a iniciarse esta manejada bajo normas, políticas, reglamentos como base principal reglamentaria interna de la empresa

(Amaru, 2009) “Para llevar a cabo los planes es necesario organizar los recursos. Organizar es el proceso de utilizar cualquier conjunto de recursos en una estructura que facilite la realización de planes”

La organización es el segundo paso dentro del proceso administrativo, y está vinculado con el primer ítem. La planeación facilita la realización de los propósitos. En este paso las empresas tienen las estructuras con las funciones de manera definida.

Coulter (2010). Indica que la “Es la distribución formal de los puestos de una organización. Esta estructura, la cual puede demostrarse visualmente en un organigrama, también tiene muchos propósitos”. Pág. 114

La organización es la distribución de tareas que se dan a los miembros de la organización con el propósito de que se cumplan las actividades de acuerdo a las responsabilidades encomendadas.

### **1.3.3. Dirección**

(Cristiani, 2012) “Los gerentes deben tener la habilidad para fomentar normas alternativas; usarlas de manera apropiada determina si la cultura apoya efectivamente la particular actividad emprendida por la organización. El Directivo debe comunicar con claridad la dirección del cambio, su urgencia y necesidad”

La dirección dentro de las empresas e instituciones sean pública y privadas es considerada como la parte más importante, ya que este paso ejerce la realización de las actividades de acuerdo al área.

Coulter (2010). Indica que la “Es una función muy importante, ya que involucra a la gente de una organización. Sin embargo, precisamente porque involucra personas, pueden ser muy desafiantes. Administrar personas de manera exitosa requiere atender sus actitudes, comportamientos, personalidades, motivación, etc.”. Pág. 279

En la dirección se requiere de liderazgo y de cualidades inherentes a la administración, ya que deben tomarse decisiones considerando de que el talento humano es quien actúa directamente en el proceso de la institución, por tal razón

es necesario considerar los comportamiento individuales para el direccionamiento correcto.

#### **1.3.4. Control**

(Fincowsky, 2009) “El Control es el proceso que utiliza una persona, un grupo o una organización para regular sus acciones y hacerlas congruentes con las expectativas definidas en los planes, en las metas y en los estándares de desempeño”.

El control es donde las organizaciones establecen los procesos a efectuar de acuerdo al área de trabajo y las jerarquías existente en las empresas. Dentro del proceso de Control se divide en dos partes, la que permite a las organizaciones a evitar errores.

Coulter (2010). Indica que la “Es el proceso de monitoreo, comparación y corrección del desempeño laboral. Todos los Gerentes deberían controlar, aun cuando piensen en sus unidades están trabajando según lo planificado”. Pág. 399

Los controles son muy necesarios en las instituciones, esto permite evaluar los resultados en la toma de decisiones, hacer las correcciones necesarias en el proceso para los reajustes de las actividades de la institución.

##### **1.3.4.1. Control Preventivo**

(Slocum, 2009) “Los controles preventivos son mecanismo que tienen por objeto, reducir la posibilidad de que se presenten un hecho no deseado y por lo mismo, que minimicen la necesidad de aplicar medidas correctivas”

Los controles preventivos son herramientas que permiten tomar decisiones correctivas con anticipación, esto ayuda en los procesos empresariales, toda esta

información requiere de un tratamiento estratégico prever las eventualidades que se dan durante las actividades diarias.

#### **1.3.4.2. Control Correctivo**

(Slocum, 2009) “Los controles correctivos son mecanismos que tienen por objetos reducir o eliminar los comportamientos o los resultados no deseados y con ello sirven para que la situación regrese a la observación de los reglamentos y las normas de la organización”

Los controles correctivos son aplicados después de los controles preventivos que son la base para tomar acciones que fortalezcan las acciones que se planificaron y que en el transcurso de las actividades empresariales se presentan.

### **1.4.CALIDAD DEL SERVICIO**

La calidad del servicio se basa en resultados que se derivan de la eficiencia, eficacia y la evaluación de los procesos de la organización con la participación del Talento Humano.

#### **1.4.1. Gestión Estratégica**

La Gestión Estratégica está constituida por los siguientes elementos que representan el direccionamiento de la institución para la Calidad del Servicio.

- Misión
- Visión
- Principios
- Valores
- Objetivos

#### **1.4.1.1. Misión.**

Riveros (2007). Indica que “la misión determina la razón de ser una organización, define para que existe la identidad. La misión debe ser ante todo orientadora, es decir que toda acción que emprenda una empresa debe tener como referente fundamental cumplir con la misión y encuentra sentido al agregarle valor al alcance de dicha misión”. Pág. 39

La misión corresponde a las tareas que deberán realizar los involucrados de la institución, esto contribuye a la consecución de las metas propuestas en la planificación, constituye un direccionamiento estratégico.

#### **1.4.1.2. Visión.**

Riveros (2007). Indica que “Es una visualización de lo que se quiere sea la empresa en un futuro determinado. Proyecta la misión en el tiempo. La visión normalmente es formulada por la alta dirección de la organización. Pág. 43

La Visión es la aspiración que persigue la institución, son los resultados del desarrollo eficiente y eficaz de la misión. La visión es como desea verse la institución en un tiempo determinado, es el posicionamiento que persigue y que se conseguirá con el trabajo constante de los involucrados.

#### **1.4.1.3. Principios.**

Riveros (2007), indica que “En términos generales se puede decir que los principios son el conjunto de razonamiento que se aplican en los quehaceres de la organización, razonamientos que guían el comportamiento y la toma de decisiones, moldean el ambiente de trabajo, generan la cultura organizacional”. Pág. 52

Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización. Son el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos. Estos principios se manifiestan y se hacen realidad en nuestra cultura, en nuestra forma de ser, pensar y conducirnos.

#### **1.4.1.4. Valores.**

Riveros (2007). Indica que “Los valores que más interesan para las organizaciones son los relacionados con los aspectos morales y sociales.

Los valores son principios que permiten orientar el comportamiento en función de realizarse como personas. Son creencias fundamentales que ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud. Proporcionan una pauta para formular metas y propósitos, personales o colectivos. Reflejan nuestros intereses, sentimientos y convicciones más importantes.

Ejemplo de los valores fundamentales son:

#### **Honestidad:**

Actuar con ética, hacer buen uso del tiempo y de nuestros recursos físicos y financieros.

#### **Responsabilidad:**

Se trata de una característica positiva de las personas que son capaces de comprometerse y actuar de forma correcta. En muchos casos, la responsabilidad viene dada por un cargo, un rol o una circunstancia, como un puesto de trabajo o

la paternidad. En una sociedad, se espera que las personas actúen de forma responsable, ejerciendo sus derechos y desempeñando sus obligaciones como ciudadanos. Asumir los compromisos y los resultados de nuestras decisiones y acciones.

### **Innovación:**

Aquella idea de cambio cuya condición esencial es su aplicación exitosa, porque no se trata solamente de crear algo, sino que requiere ser introducida satisfactoriamente y con repercusión en la sociedad o comunidad para que la ciudadanía lo conozca, en lo que sería una primera instancia y luego para que pueda disfrutar de la creación en cuestión.(Definiciones ABC, s.f.), a través de su página [www.definicionabc.com/general/innovacion.php](http://www.definicionabc.com/general/innovacion.php), dice:

El término innovación refiere a aquel cambio que introduce alguna novedad o varias. Cuando alguien innova aplica nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y prácticas a una determinada cuestión, actividad o negocio, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad.(pág. 1)

Los valores institucionales al ser aplicados, se constituyen en un principio; es decir, es la carta de presentación de todos los que conforman la institución. Representan el eje transversal de las actividades laborales de toda organización.

#### **1.4.1.5. Objetivos**

Los objetivos son metas, propósitos y actividades, primordiales en la gestión de las instituciones y empresas públicas, son fines que se pretende alcanzar y hacia los que se dirigen los esfuerzos y recursos; se formula en distintos niveles, expresados en forma muy concreta y generalmente en números, la consecución de este factor administrativo requiere de dimensiones temporales. Riveros (2007). Indica que “Los objetivos de localidad son establecidos por la alta dirección, de

acuerdo con la política de la calidad. Los objetivos de la calidad también deben estar alineados con los objetivos estratégicos”. Pág. 57

### **1.4.2. Talento Humano**

El talento humano, considerado para esta época como el capital intelectual de las instituciones y empresas públicas, tratado por algunas de ellas como miembro, socios, lejos de ser considerado simple subordinado; es aquel proveedor de conocimientos, habilidades, destrezas, experiencias, y sobre todo de inteligencia con la que aporta significativamente a la toma de decisiones para el alcance de los objetivos fijados con anterioridad. Las entidades públicas deben escuchar a sus servidores, apoyarlos en la resolución de sus necesidades con el fin de ganar su confianza, motivación y pertinencia para con la institución, actitudes que indirectamente incrementan el valor de los servidores públicos. Balza (2010) lo define como:

El conjunto de saberes y haceres de los individuos y grupos de trabajo en las organizaciones, pero también a sus actitudes, habilidades, convicciones, aptitudes, valores, motivaciones y expectativas respecto al sistema individuo, organización, trabajo y sociedad.

Hoy en día se reconoce al conocimiento como talento o capital humano y esto es tan así, que algunas empresas a nivel mundial están incluyendo dentro de sus estados financieros su capital intelectual. En este sentido Frappaolo y Koulopoulos (2001), plantean que la gestión del conocimiento incrementa la capacidad de respuesta y la innovación, a través de una combinación sinérgica de datos y capacidades de procesamiento de información mediante la creación e innovación por parte de los seres humanos.

#### **1.4.2.1. Capacitación**

Es el desarrollo de los servidores públicos a través del enriquecimiento de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos, que los hace competitivos en el

cumplimiento de sus obligaciones, mejora la imagen de la institución o empresa a la que pertenecen, facilita la relación con los jefes; eleva la moral de la fuerza laboral; aumenta la productividad y calidad en el trabajo; el individuo elimina los temores de la incompetencia, sube su nivel de satisfacción con el cargo que ostenta, aumenta la autoestima y desarrolla un sentido de prosperidad, progreso. Sobre el tema (rrhh-web.com, s.f.) Prescribe:

Capacitación es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del individuos en el desempeño de una actividad. Se puede señalar, entonces, que el concepto capacitación es mucho más abarcador.

La capacitación en la actualidad representa para las unidades productivas uno de los medios más efectivos para asegurar la formación permanente de sus recursos humanos respecto a las funciones laborales que y deben desempeñar en el puesto de trabajo que ocupan.

Si bien es cierto que la capacitación no es el único camino por medio del cual se garantiza el correcto cumplimiento de tareas y actividades, si se manifiesta como un instrumento que enseña, desarrolla sistemáticamente y coloca en circunstancias de competencia a cualquier persona. (pág. 1)

#### **1.4.2.2. Manuales**

Los manuales son exposiciones generales sobre una materia, son una de las obras más utilizadas, identificados como documentos didácticos, divulgativos y de lenguaje claro, que contienen las nociones esenciales de una ciencia, técnica o arte,, accesibles en cuanto a su manejo, suelen tener un solo volumen, pero es posible encontrar manuales de varios volúmenes; redactados y organizados de manera sencilla por especialistas; usan gráficos, diagramas, tablas, ilustraciones, ejercicios de autoevaluación, casos prácticos, etc., para ayudar en la comprensión; son sintéticos; exponen claramente los conocimientos básicos de la materia. Al respecto (Definición org, s.f.) A través de su página web [www.definicion.org/manual](http://www.definicion.org/manual), define a los manuales como:

Instrumento administrativo que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de los órganos de una institución; así como las instrucciones o acuerdos que se consideren necesarios para la ejecución del trabajo asignado al personal, teniendo como marco de referencia los objetivos de la institución.(pág. 1)

### **1.4.3. Resultados**

Entendidos como la derivación final de una serie de acciones, actividades o eventos, expresados en forma cualitativa o cuantitativa. Algunos resultados posibles pueden ser: ventaja, desventaja, ganancia, pérdida, el avance o el alcance de la victoria, el no lograrlo puede indicar que las acciones son ineficientes, inefectivas o defectuosas.

Los resultados pueden ser divididos en varios tipos, dependiendo del procedimiento que se haya llevado a cabo para obtenerlo. Por ejemplo, en cualquier estudio extensivo un resultado puede implicar las conclusiones de una investigación. Para la administración pública el resultado de una gestión debe ser el denominado “Valor Público”.(García Moreno & García Jópez, 2011) A través de la obra Gestión para resultados en el desarrollo de los Gobiernos Subnacionales: Presupuesto por resultados, dice:.

Intermedios. Corresponden a los cambios en el comportamiento, estado, actitud o certificación de los beneficiarios una vez que han recibido los bienes o servicios de un programa o acción pública. Su importancia radica en que su ocurrencia facilita y hace más probable alcanzar los resultados finales y, en consecuencia, constituyen una buena aproximación a estos.

Finales o impacto. Son resultados a nivel del fin de los bienes o servicios entregados e implican un mejoramiento en las condiciones de la población objetivo, y atribuible exclusivamente a aquellos. En algunas oportunidades, es difícil disponer de estas mediciones, principalmente, por la dificultad de aislar los efectos de las variables externas y/o porque muchos de estos efectos son de largo plazo.(págs. 29,30)

#### **1.4.3.1. Eficiencia**

Tiene relación inmediata con las actividades, operaciones y procesos en la obtención o producción de bienes y servicios. La eficiencia, es el grado o cantidad de recursos de la organización, utilizados para realizar un trabajo u obtener un producto, para el alcance de una alta eficiencia es importante el recurso humano, que implica la mejor manera de hacer o realizar las cosas (mínimo de esfuerzo y costo); supone la optimización en el uso de los recursos a utilizar. La eficiencia se centra en los medios.(García Moreno & García Jópez, 2011) A través de la obra Gestión para resultados en el desarrollo de los Gobiernos Subnacionales: Presupuesto por resultados, describe a la eficiencia como:

La relación entre dos magnitudes: la producción física de un producto (bien o servicio) y los insumos o recursos que se utilizaron para alcanzar ese nivel de producción. En otros términos, se refiere a la ejecución de las acciones, beneficios o prestaciones y el uso de recursos.(pág. 30)

#### **1.4.3.2. Eficacia**

Mide el grado de cumplimiento de las metas u objetivos propuestos por la institución u empresa pública; es decir que mide la capacidad de obtener o lograr resultados. La eficacia se centra en los fines (en tanto que la eficiencia lo hace en los medios o recursos). En la formulación de la estrategia y de los objetivos estratégicos prevalece la eficacia. La obra de (García Moreno & García Jópez, 2011) Presupuesto por resultados sobre este indicador dice:

Se refiere al grado de cumplimiento de los objetivos planteados, es decir, en qué medida se está cumpliendo con los objetivos, sin tener en cuenta necesariamente los recursos asignados para ello. La calidad del servicio puede ser considerada una dimensión específica del concepto de eficacia o ser tratada como una dimensión adicional. La calidad se refiere a los atributos de los productos (bienes o servicios) entregados, tales como oportunidad, accesibilidad, precisión y continuidad en la entrega del servicio, comodidad y cortesía en la atención, etcétera.(pág. 30)

### **1.4.3.3. Evaluación**

Es aquel proceso dinámico y sistemático de recolección y de análisis de datos o información relevante y confiable, donde se emite juicios sobre las causas y la razón de ser de los resultados, examina las derivaciones no buscados pero detectadas, estudia el proceso que se ha seguido y por el que están presentes para sugerir recomendaciones. (García Moreno & García Jópez, 2011) En su obra denominada Gestión para resultados en el ámbito público, la definen como:

La apreciación sistemática y objetiva de un proyecto, programa o política en curso o concluido, de su diseño, su puesta en práctica y sus resultados. El objetivo es determinar la pertinencia y el logro de los objetivos, así como la eficiencia, la eficacia, el impacto y la sostenibilidad para el desarrollo. Una evaluación deberá proporcionar información creíble y útil, que permita incorporar las enseñanzas aprendidas en el proceso de toma de decisiones (OCDE, 2002).(pág. 71)

## **1.5.BASE LEGAL**

Los fines fundamentales del Estado son: procurar el bienestar de la colectividad en general, promoviendo el desarrollo el mismo.

### **a) Principio de la administración pública**

Se rige por principios que se encuentran proclamados en las normas jurídicas que le son aplicables, de los que merecen especial mención son: de legalidad, impugnabilidad, eficiencia, eficacia, agilidad, simplificación, transparencia, coparticipación, economía, solidaridad y vocación.

### **b) Principio de Eficiencia**

La virtud y facultad para lograr un efecto determinado

**c) Principio de Eficacia**

La eficacia representa la efectividad y oportunidad en la prestación de servicios o en los pronunciamientos de la administración.

**d) Principio de Simplificación**

Se refiere a que los procedimientos y trámites administrativos deben ser simples, sencillos, no formalistas ni engorrosos, exentos de rigorismos burocráticos.

**e) Principio de Transparencia**

Comporta la cualidad que se debe aplicar la administración pública en su accionar, aplicando procedimientos correctos, diáfanos, transparentes, exentos de sospechas y dudas.

**f) Principios de Coparticipación**

Radica en la vinculación que deben observar las instituciones públicas y privadas para la prestación de servicios a la colectividad.

**g) Administración desconcentrada**

Es la administración en la que se posibilita la transparencia de funciones de un órgano superior a otro inferior en el ámbito de una misma administración, permitiendo así la racionalización de los recursos y el mejor cumplimiento de funciones, por razones del territorio o de la clase de servicios.

### **1.5.1. La Constitución Política de la República.**

La Constitución Política es la Ley Suprema que regula en el orden jurídico la composición estructural del Estado y sus funciones, el ejercicio del poder y la competencia de las instituciones del sector público, central, dependiente y descentralizado.

Es la generadora de los derechos y garantías fundamentales de los gobernados y del Derecho público en todas sus ramas, en la que ocupa lugar preferente el Derecho Administrativo. El estudio se fundamenta en los siguientes artículos:

#### **Principios de aplicación de los derechos**

Art. 11.- El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios, entre ellos:

El Estado, sus delegatarios, concesionarios y toda persona que actúen ejercicio de una potestad público, estarán obligados a reparar las violaciones a los derechos de los particulares por la falta o deficiencia la prestación de los servicios públicos, o por las acciones u omisiones de sus funcionarias y sus funcionarios, y empleadas y empleados públicos en el desempeño de sus cargos.

#### **Trabajo y seguridad social**

Art. 33.-El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justa y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido a aceptado.

## **Personas usuarios y consumidoras**

Art. 52.-Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Art.53.-Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarios y consumidores, y poner en práctica sistema de atención y reparación.

Art.54.-Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad de producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

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

Art.55.-Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación de sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativa.

## **Políticas públicas, servicios públicos y participación ciudadana**

Art.85.-La formulación, ejecución, evolución y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.
2. Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de la políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, las políticas o prestación deberá formularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflictos

Con lo antes mencionado se aprecia que el Administrador del Mercado Honorio De la Cruz ubicado en José Luis Tamayo Muey, cantón Salinas debe ofrecer servicios públicos de manera óptima y eficaz, ya que como dice la Constitución el servicio debe ser de calidad.

### **1.5.2. Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización COOTAD.**

#### **Sección Primera Naturaleza Jurídica, Sede y funciones.**

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización: y, ejecutiva prevista en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden.

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

Artículo 54.- Funciones.- Son funciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal las siguientes:

- a. Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- b. Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- c. Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la Ley. En dicho marco, prestar los servicios públicos y construir la obra pública cantonal correspondiente, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, participación y equidad.
- d. Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno.
- e. Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios.
- f. Regular, fomentar autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad.

### **1.5.3. Ordenanza de Higiene y Abasto del Cantón Salinas: Parroquia José Luis Tamayo**

De la implementación del control sanitario

Art. 1 La presente ordenanza regulará la preservación de los principios elementales de higiene y salubridad para la preservación de la salud de la ciudadanía del cantón Salinas.

Art. 2.- Para los efectos y aplicación de esta ordenanza, cuando se mencione en la misma higiene, se entenderá lo relacionado al funcionamiento, control sanitario de establecimientos comerciales.

De igual manera cuando se menciona abasto se entenderá a todo lo que tiene que ver con mercados, administración de mercados, comercialización, conservación y manipuleo de alimentos, ferias libres, ventas ambulantes y control de pesas y medidas.

El control sanitario se ejercerá a través del conjunto de medidas de supervisión, capacitación, información y difusión que permitan garantizar condiciones de higiene y salud básica en sitios de expendio de productos de consumo humano y de convivencia o reunión de personas.

Estas actividades también se relacionan con la calidad de los productos a expendirse y propenderán a vigilar los mismos estén aptos para su consumo y no constituyan un peligro para la salud de la población.

Art. 6.- Será competencia de la Dirección de Higiene Ambiental, salud y Servicio Público la implementación del control sanitario en las instalaciones de los siguientes establecimientos o actividades comerciales del Cantón Salinas en especial del Mercado Honorio De la Cruz:

- a. Mercados, supermercados, micro mercados y tiendas de abarrotes.
- b. Consignación de víveres y rutas
- c. Ventas ambulantes de productos de consumo humano
- d. Terceñas, pescaderías y productos cárnicos en general
- e. Industrias alimenticias

Art. 7.- La Dirección de Higiene Municipal, otorgará anualmente los permisos de funcionamiento que faculden el ejercicio de las actividades señaladas en el art. 6, previo cumplimiento de los requisitos estipulados y pago de las obligaciones determinadas por el Municipio.

Art. 8.- Dirección de Higiene Ambiental, Salud y Servicio Público otorgará mensualmente los permisos de funcionamiento que faculden el ejercicio de las actividades en él.

**De los mercados y centros comerciales de la Dirección y Administración de los mercados.**

Art.80.- En los mercados y centros comerciales municipales ejercerán autoridades del Alcalde, Director de Higiene, el Administrador de Mercados o Centros Comerciales y Comisario Municipal.

Art. 81.- El control de la seguridad y vigilancia de los mercados y centros comerciales municipales que funcionan en La Libertad estarán a cargo de la Dirección de Justicia y Vigilancia con quien se coordinan dichas actividades, que las cumplirá con el apoyo del Administrador de mercados, Director de Higiene, Comisario Municipal, Cuerpo de Policía Municipal y personal de trabajadores asignados a tales áreas.

## **De la Organización y Funcionamiento**

Art. 83.- La organización, funcionamiento y control de los mercados municipales del Cantón Salinas, existentes en la actualidad y los que se constituyeren a futuro, se regirán por las disposiciones de la presente Ordenanza.

Art. 84.- Los mercados municipales se clasificarán en mayoristas y minoristas

Mayoristas se designarán a los centros de abastecimiento de productos alimenticios cuya comercialización se la haga al por mayor, y su principal función será la de concentrar la oferta total disponible que ingrese a la ciudad y abastecer permanentemente a los mercados minoristas y más sitios de distribución y consumo de alimentos de la ciudad del Cantón Salinas.

La categoría de mercados mayoristas o minoristas la conferirá la Dirección de Higiene Ambiental, Salud y Servicio Público, dependiendo si el centro de abasto se dedica a la comercialización de productos al por mayor o al menor.

Art. 85.- En cada mercado habrá un Administrador quién será el responsable ante las autoridades del municipio de la misma organización, funcionamiento y control del mercado y del área exterior del mismo

**Art. 86.-** Las funciones del Administrador de mercados y Centro Comercial son:

- a) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones contenidas en esta Ordenanza, Reglamento de Mercados y de las resoluciones pertinentes que emanen del Consejo, Alcalde, Dirección de higiene u Otras Instancias administrativas municipales.
- b) Vigilar el correcto desenvolvimiento de las actividades administrativas, el funcionamiento del sistema el

- c) Controlar se mantenga en cada mercado una balanza que sirva para verificación del peso por parte del público, cuando la actividad del expendedor lo amerite.
- d) Vigilar que los víveres se expendan con sujeción a los precios que constarán en las respectivas pizarras que los vendedores exhibirán al público.
- e) Determinar los períodos y fechas en los que el mercado se cerrará para proceder a una limpieza total, medida que será dada a conocer con la debida antelación al público y dependientes de puestos.
- f) Coordinar las labores de control con el personal del Mercado e Inspectores Municipales.
- g) Controlar se cumplan las normas de higiene y medio ambiente en el expendio de víveres.
- h) Atender los reclamos que presente el público y los dependientes de los puestos de venta.
- i) Presentar trimestralmente a la Dirección de Higiene un informe de las acciones desarrolladas por la sección, que contenga además sugerencias para el mejor desenvolvimiento.
- j) Realizar todos los actos que por su naturaleza sean compatibles con el cumplimiento de sus obligaciones.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de la investigación es la guía para encaminar los objetivos del estudio, para ello en el presente trabajo se aplicó el método cualitativo, técnica basada en principios teóricos que permitirá la interacción social, empleando procedimientos de recolección de datos.

Fue necesaria la implementación del método cuantitativo, el que establece parámetros para procesar los datos de manera científica y en forma numérica, convirtiendo el trabajo de investigación en un determinante para su desarrollo.

#### **2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La metodología que se aplicó en la investigación constituye el medio indispensable para canalizar las acciones, orientándolas a la utilización de una serie de herramientas teórico-prácticas que permitieron el estudio y la comprensión de los componentes del enfoque administrativo analizando las causas y consecuencias de los diferentes problemas, de esta manera se aplicó diversos tipos de técnicas e instrumentos de investigación.

(TORRES, 2010) “El proceso de investigación es un sistema constituido por varios componentes que a medida que va desarrollándose, cada componente recibe influencia del anterior, pero, a la vez, es seguido e influido por otro. En cada fase o etapa se desarrolla un componente, aunque no todos ellos siguen una secuencia de etapas”.

## **2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1. Investigación Bibliográfica o documental**

En el trabajo de investigación se analizó la información obtenida en documentos ya escritos sin alterar su naturaleza o contenido, sean estas fuentes primarias o secundarias, las mismas que permitieron conocer los diferentes enfoques del estudio.

(BERNAL, 2010) “La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio”.

Al usar este tipo de investigación se revisó y se analizó fuentes para obtener información importante, tales como: revistas, libros, diarios, entre otros, las que valieron y fundamentaron teóricamente el inicio de la investigación.

En la unidad administrativa del Mercado Honorio De la Cruz, se revisó la documentación obtenida internamente tales como, reglamentación interna, actas y resoluciones de sesiones de directorio y asamblea general de socios, listado de asistencia de socios, documentación que permitió detectar fortalezas y debilidades de la organización la que sostiene el diseño del Modelo de Gestión Administrativa.

### **2.3.2. Investigación de Campo**

La aplicación de este tipo de investigación se realizó en la jurisdicción de la Administración del Mercado Honorio De La Cruz, la misma que permitió un estudio metódico del problema y para la aplicación de los conocimientos teóricos trasladados a la práctica.

(DELGADO, 2010) manifiesta que “Se caracteriza porque el mismo objeto de estudio sirve de fuente de información para el investigador. Estriba en la observación directa y en vivo de las cosas y la conducta de personas, fenómenos, etc.”

Ante este tipo de investigación, se complementó con las técnicas de observación, entrevista y encuesta, de esta manera se detectó con mayor relevancia la problemática existente que se origina desde su administración, esta problemática se la logra describir, interpretar y comprender desde su origen.

## **2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.4.1. Método inductivo.**

(BERNAL, 2010) manifiesta que “Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría”.

EL Método inductivo permitió estudiar y analizar los hechos, hasta llegar a un todo, considerando desde lo particular, hasta el descubrimiento del por qué se generó el problema. Se aplicó este método con el fin de analizar los problemas que generaron un gran inconveniente burócrata y sacar una conclusión, sobre la influencia en la gestión administrativa del Mercado Honorio De La Cruz del Cantón Salinas de la provincia de Santa Elena.

### **2.4.2. Método Deductivo**

(BERNAL, 2010) “este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares”.

Este procedimiento permitió el análisis partiendo desde un todo o caso general a dificultades particulares que se establecieron como causas del principal problema, con la identificación de las causas se estableció un modelo de gestión administrativa, observando procedimientos específicos de gestiones por procesos que generaron un cambio y un impacto positivo sobre los habitantes que visitan el Mercado Honorio De La Cruz.

## **2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.5.1. Observación**

Méndez, C. (2006), menciona que “la observación científica conoce la realidad y permite definir previamente los datos más importantes que deben recogerse por tener relación directa con el problema de investigación. Supone un conocimiento profundo de un marco teórico que oriente al investigador”. Pág. 115

(**SAMPIERI, 2010**)“Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y su categorías. Útil, por ejemplo para analizar conflictos familiares, eventos masivos (como la violencia en los estadios de futbol), la aceptación – rechazo de un producto en un supermercado, el comportamiento de personas con capacidades mentales distintas, etc.” Pág. 80

La observación directa permitió la obtención de información directa en el desarrollo cotidiano de las actividades de la Dirección Administrativa, así como de los servidores públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de La Libertad.

### **2.5.2. Entrevista**

Mediante el diálogo directo que se realizó con los servidores públicos utilizando a la entrevista como medio, se obtuvo información que contribuyó al desarrollo de

la investigación y a la comprobación de la hipótesis de estudio, relacionada con los procedimientos y el control interno.

(DELGADO, 2010) “Palabra de origen francés por ENTREVUE, que significa VERSE MUTUAMENTE, REUNIRSE. La entrevista es un encuentro cara a cara entre personas que conversan con la finalidad, al menos de una de las partes, de obtener información respecto de la otra”

Esta técnica es una herramienta primordial que permitió tener información directa con los miembros que laboran en la administración del Mercado Honorio De La Cruz, y de manera más explícita con los integrantes de cada una de las áreas que establece su orgánico funcional, abriendo un diálogo personalizado donde se denotó las aptitudes y actitudes de los que componen la parte jerárquica superior, media e inferior.

La entrevista se dirigió a:

- Presidente
- Vicepresidente
- Secretario
- Tesorero
- Síndico

### **2.5.3. Encuesta**

Según manifiesta Bernal, C. (2000), es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de la persona encuestada.

La encuesta se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.

Esta técnica de recolección de datos se realizó mediante formularios, los cuales fueron aplicados a los directamente involucrados en la Dirección Administrativa, las mismas que permitieron la obtención de datos cuantitativos que ayudaron a determinar la hipótesis planteada relacionada con el control interno.

(DELGADO, 2010)“Consiste en la interrogación sistemática de individuos a fin de generalizar. Se usa para conocer la opinión de un determinado grupo de personas respecto de un tema que define el investigador”.

Esta técnica permitió una interacción con la población y sirvió para recoger la información pertinente, la encuesta fue dirigida principalmente a los usuarios que visitan y adquieren los productos que venden en el mercado Honorio De la Cruz, los parámetros considerados para la elaboración de la encuesta fueron los siguientes:

1. Preguntas de acuerdo a cada indicador de las variables.
2. Facilidad de comprensión en la elaboración de las preguntas.
3. Las preguntas fueron de selección múltiple.

## **2.6. INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

Los instrumentos de investigación utilizados y aplicados en el proceso investigativo, brindó el apoyo necesario, permitiendo obtener información verificada. Mediante la entrevista se profundizó temas específicos de las que eran necesarios obtener información, para ello se aplicó en las preguntas los parámetros de la escala de Likert.

### 2.6.1. Escala de Likert

(SAMPIERI, 2010) “en términos generales, una escala de Likert se construye con un elevado número de afirmaciones que califiquen al objeto de actitud y se administran a un grupo piloto para obtener las puntuaciones del grupo, en cada ítem o frase. ”

En la encuesta realizada en la investigación, se utilizó el instrumento de investigación de escala de Likert la que me permitió obtener respuesta y medir grados de conocimientos de cada usuario que visita el Mercado Honorio De la Cruz.

### 2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

El Universo, es la totalidad de unidades de análisis a investigar, que por su similitud de características son miembros de un grupo particular o, que en lo posible reúna todas las características de la población, el universo considerado en el estudio fueron los 37 comerciantes que pertenecen al mercado de víveres Honorio De La Cruz.

**CUADRO 3 Población**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Comerciantes	37
Administrador del Mercado Honorio De La Cruz”	1
Director de higiene del Municipio cantón Salinas	1
Comisario Municipal	1
Director de Justicia y Vigilancia	1
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

Para el análisis inferencial se utilizó encuestas y entrevista como vía primaria de recolección de datos. La muestra constituyen a los comerciantes (37), y 4 funcionarios involucrados en el entorno del Mercado Honorio De la Cruz.

La encuesta se aplicó a 37 comerciantes que son lo que actualmente labora en el mercado. La entrevista se aplicó al Administrador del mercado, Director de higiene del Municipio cantón Salinas, Comisario Municipal y al Director de Justicia y Vigilancia

En razón que la población es pequeña y por lo expuesto se determinó que la muestra es igual que la población.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

Los resultados obtenidos de la Encuesta aplicada a los 37 comerciantes, los mismos que laboran en el Mercado Honorio De La Cruz, de la parroquia José Luis Tamayo, cantón Salinas.

Las encuestas fueron realizadas con el propósito de obtener información relacionada sobre la administración del mercado, atención al cliente y la elaboración de un modelo de Gestión Administrativa, las mismas que con las respuestas de los comerciantes permitió tomar y mejorar las acciones de la organización.

Las entrevistas fueron realizadas al:

- Administrador del mercado Honorio De la Cruz.
- Director de higiene del municipio del cantón Salinas.
- Comisario municipal.
- El Director de justicia y vigilancia de la parroquia José Luis Tamayo, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

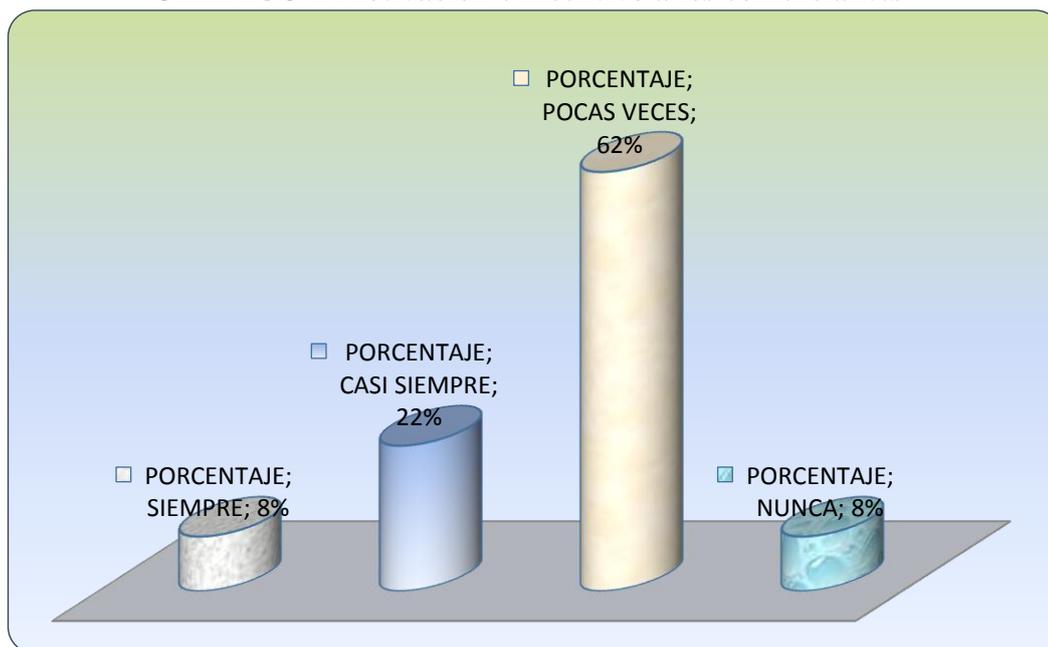
**1.- ¿Usted considera que el administrador motiva e incentiva constantemente a los comerciantes que labora dentro del Mercado Honorio De la Cruz?**

**TABLA 1 Motivación e incentivo a los comerciantes**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	8%
CASI SIEMPRE	8	22%
POCAS VECES	23	62%
NUNCA	3	8%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Freddy Cobos Reyna

**GRÁFICO 1 Motivación e incentivo a los comerciantes**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Freddy Cobos Reyna

En el gráfico antes detallado demuestra que la administración no motiva constantemente a los comerciantes para realizar de mejor manera sus actividades mercantiles en el mercado, de tal forma que el 8% de los encuestados de ellos si tienen una motivación de parte de la administración, constatándose con el 62% que pocas veces siente la motivación del administrador del mercado.

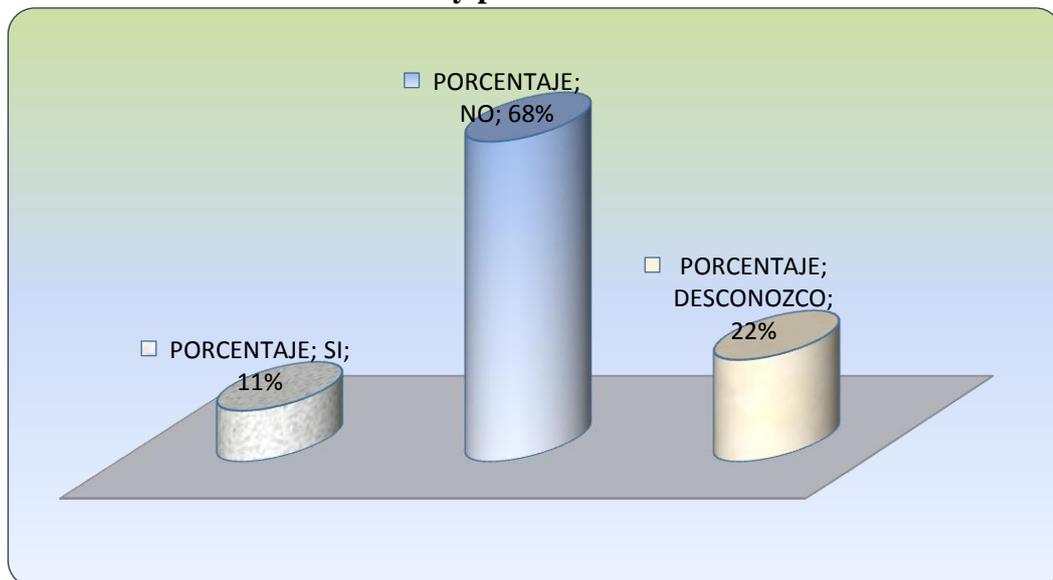
**2.- ¿Cree usted que se encuentran adecuadamente establecidos las políticas y procedimientos administrativos del mercado Honorio de la Cruz?**

**TABLA 2 Políticas y procedimientos administrativos**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	11%
NO	25	68%
DESCONOZCO	8	22%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

**GRÁFICO 2 Políticas y procedimientos administrativos**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

En el gráfico antes detallado demuestra que la administración del mercado no cuenta con políticas y procedimientos administrativos establecidos de una manera clara que permita efectuar actividades que en este mercado se realizan, así demuestra el resultado de la encuesta en un 68%

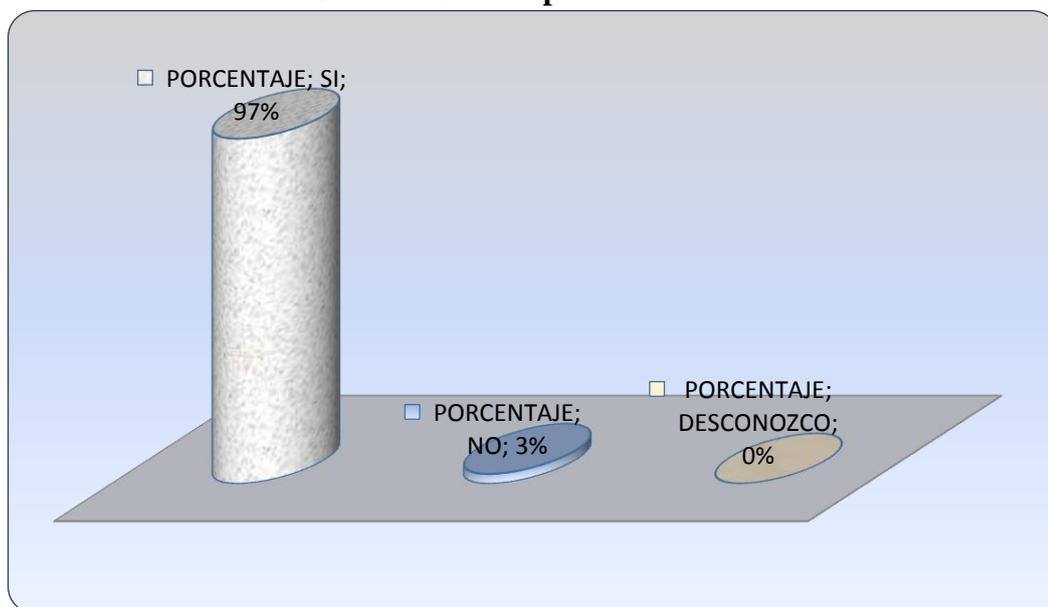
**3.- ¿Cree usted que se encuentran adecuadamente establecidos las responsabilidades de cada comerciante que labora dentro del mercado Honorio De La Cruz?**

**TABLA 3 Responsabilidades**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	36	97%
NO	1	3%
DESCONOZCO	0	0%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

**GRÁFICO 3 Responsabilidades**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

En relación a la pregunta N° 3, el gráfico antes detallado demuestra que los comerciantes en un 97% tienen pleno conocimiento de sus responsabilidades como parte activa del mercado.

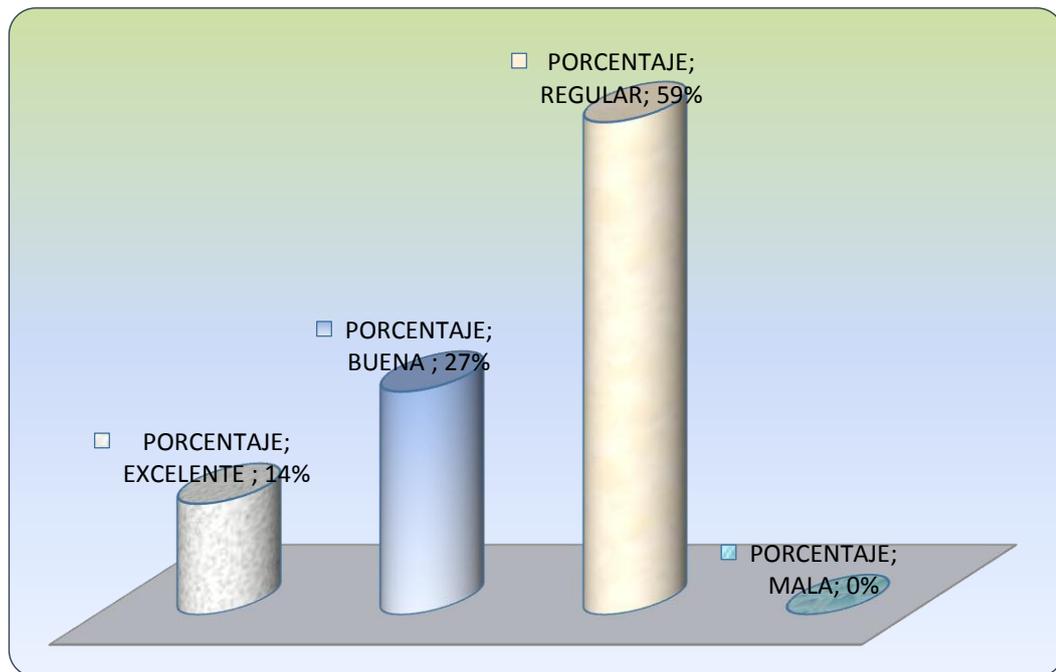
**4.- ¿Cómo califica la comunicación del administrador del Mercado Honorio De la Cruz con sus comerciantes?**

**TABLA 4 Comunicación**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	5	14%
BUENA	10	27%
REGULAR	22	59%
MALA	0	0%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

**GRÁFICO 4 Comunicación**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

La comunicación entre los comerciantes y la dirección administrativa del mercado se desarrolla de una manera no tanto eficaz, tanto así que el 59% de los escuestados manifiestan que es regular.

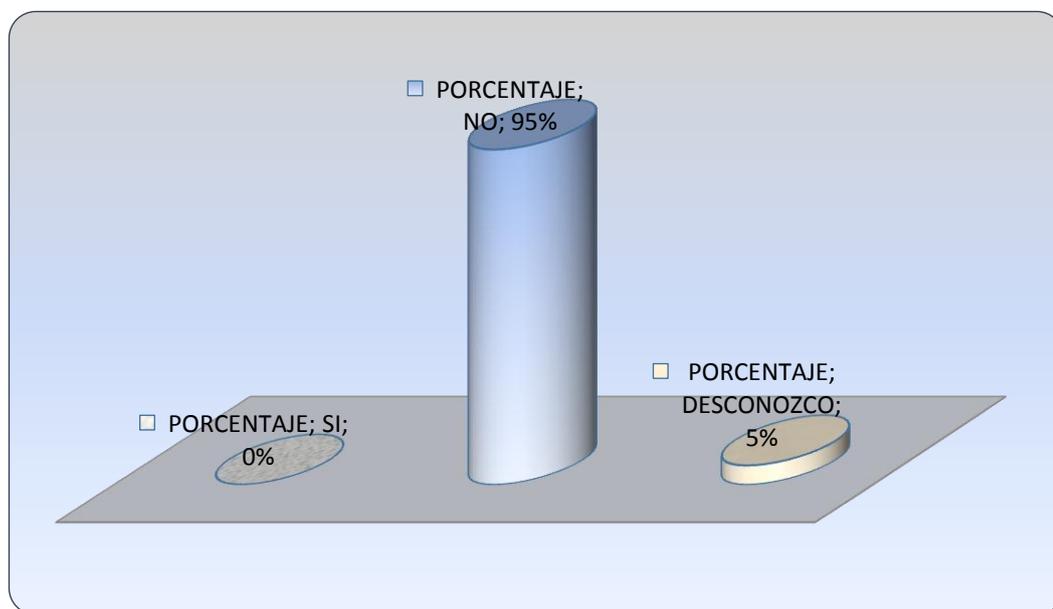
**5.- ¿Dispone el Mercado Honorio De La Cruz de un Modelo administrativo que guie el logro de los objetivos?**

**TABLA 5 Modelo Administrativo**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	35	95%
DESCONOZCO	2	5%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

**GRÁFICO 5 Modelo Administrativo**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Freddy Cobos Reyna

La tabla antes detallada, demuestra que en el mercado no existe un modelo administrativo que guie tanto a comerciantes como la parte responsable de la administración para lograr objetivos comunes.

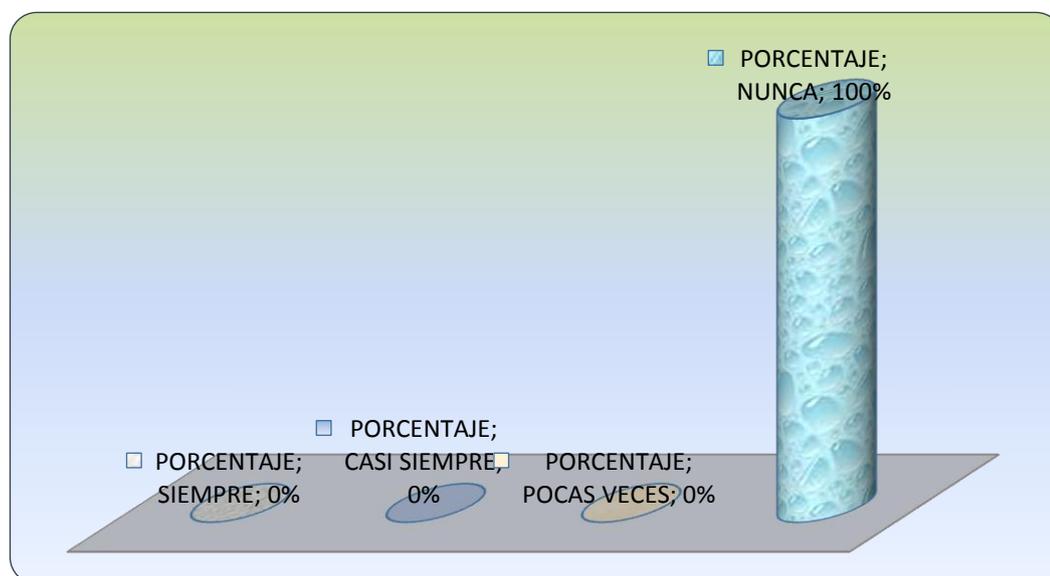
**6.- ¿Con qué frecuencia la administración ha implementado capacitaciones en temas relacionado con manipulación cuidados, conservación y buena higiene entre otros?**

**TABLA 6 Capacitaciones**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0%
CASI SIEMPRE	0	0%
POCAS VECES	0	0%
NUNCA	37	100%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

**GRÁFICO 6 Capacitaciones**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Freddy Cobos Reyna

En relación a la pregunta N° 6, el cuadro antes mencionado, demuestra que el 100% los comerciantes nunca han realizado capacitaciones que permita mejorar sus actividades.

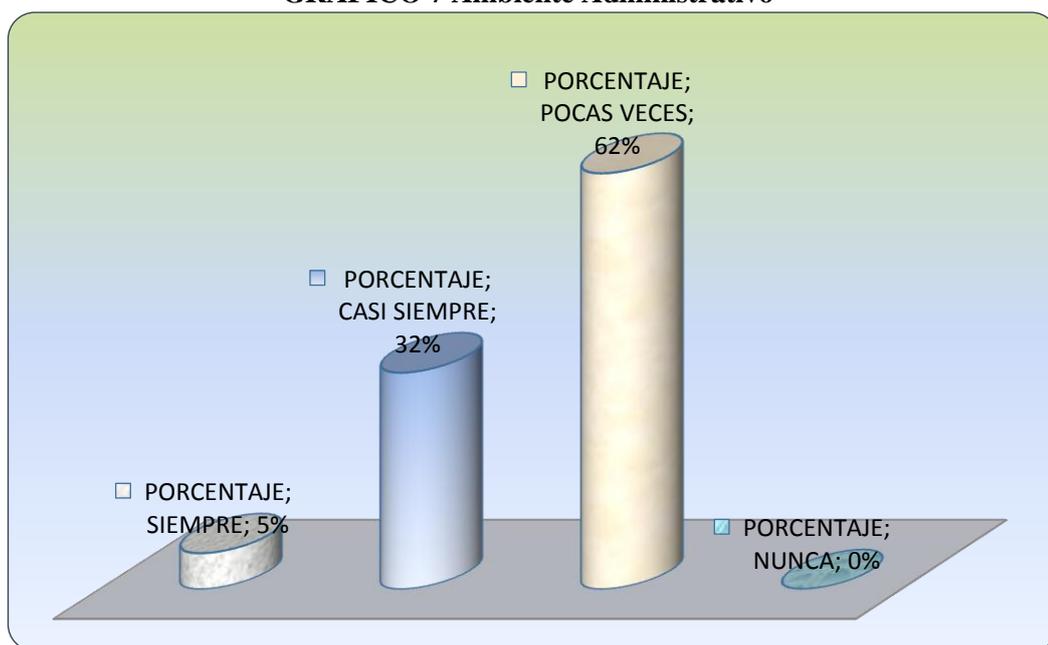
**7.- ¿Considera usted que el ambiente administrativo es el adecuado?**

**TABLA 7 Ambiente Administrativo**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	5%
CASI SIEMPRE	12	32%
POCAS VECES	23	62%
NUNCA	0	0%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

**GRÁFICO 7 Ambiente Administrativo**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

Para lograr un trabajo eficaz, se debe trabajar en un ambiente adecuado, es por eso que en relación a la pregunta N° 7, el 62% de los encuestados manifestaron que pocas veces es adecuado, es decir en su mayoría existe inconformidad al momento de realizar sus actividades.

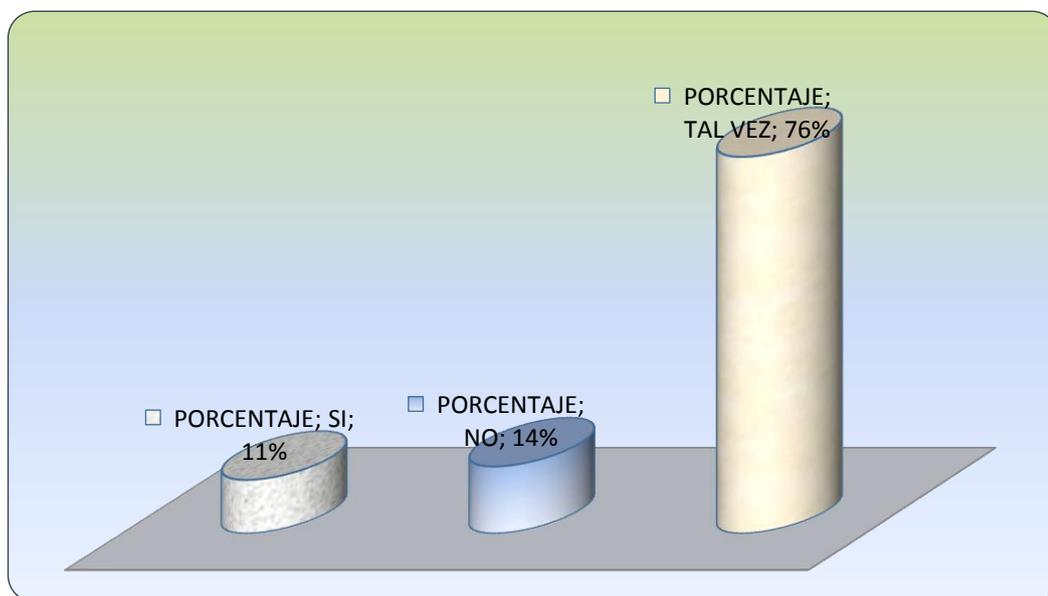
**8.- ¿Piensa usted que las acciones administrativas conduce al equilibrio y armonía entre los comerciantes?**

**TABLA 8 Acciones Administrativa**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	11%
NO	5	14%
TAL VEZ	28	76%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

**GRÁFICO 8 Acciones Administrativa**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

En el cuadro antes detallado, se demuestra que las acciones administrativas realizadas conllevan a que la armonía entre los comerciantes y la parte administrativa no sea tan eficiente, así lo demuestra el 76% de los encuestados.

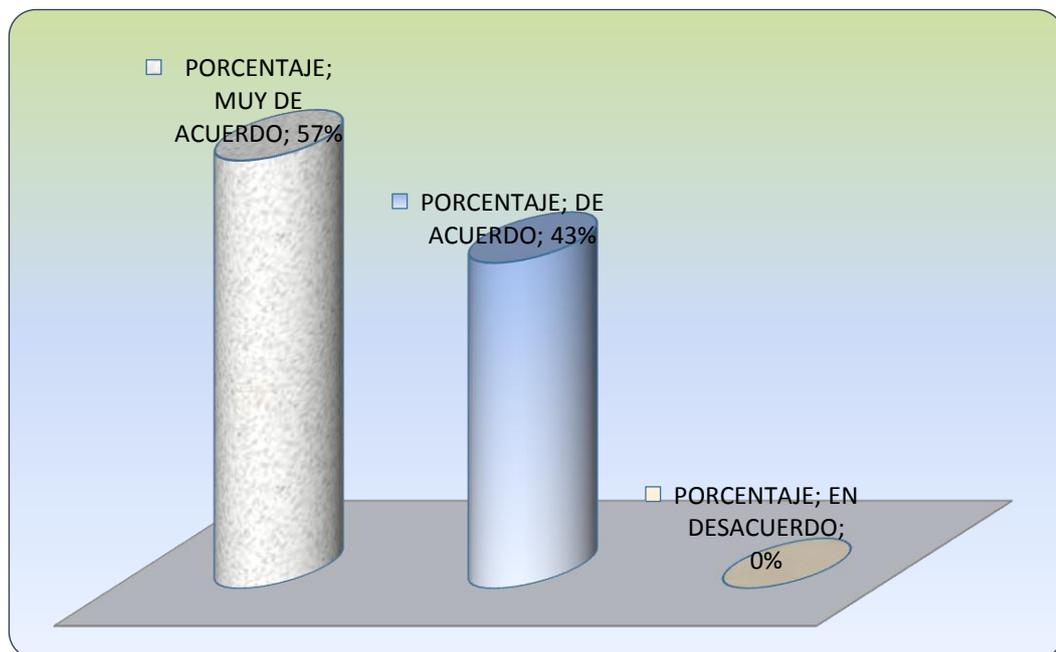
**9.- ¿Está de acuerdo que el administrador realice evaluaciones periódicas para garantizar una gestión efectiva?**

**TABLA 9 Evaluación Periódica**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY DE ACUERDO	21	57%
DE ACUERDO	16	43%
EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

**GRÁFICO 9 Evaluación Periódica**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Freddy Cobos Reyna

Como se muestra en el gráfico, el 57% de los encuestados están totalmente de acuerdo que la administración del mercado realice evaluaciones que garanticen la buena gestión del administrador.

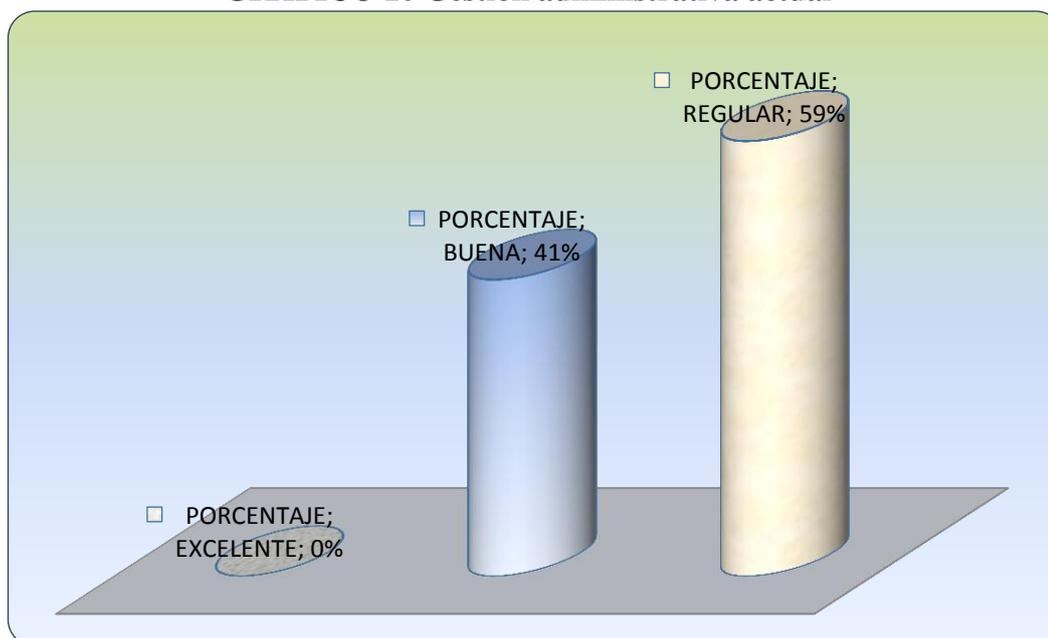
**10.- ¿Cómo califica la gestión que ha realizado el administrador del Mercado Honorio De La Cruz?**

**TABLA 10 Gestión administrativa actual**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0%
BUENA	15	41%
REGULAR	22	59%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

**GRÁFICO 10 Gestión administrativa actual**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

Para que el mercado funcione correctamente es necesario tener una buena gestión, pero lamentablemente este establecimiento no cuenta con esto, según los resultados, el 59% de los encuestados manifiestan que la gestión realizada por el administrador es regular.

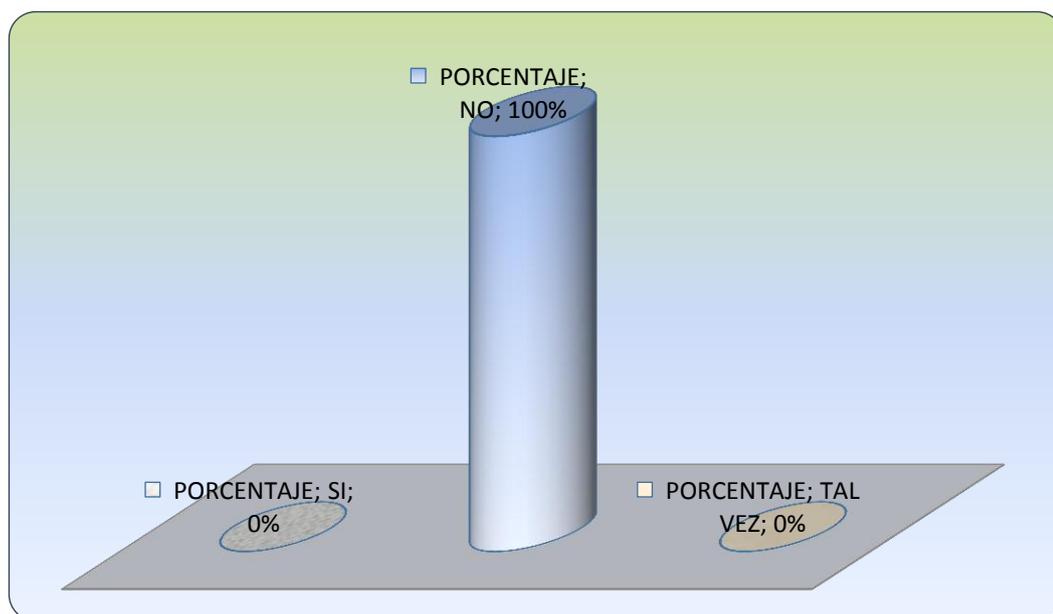
**11.- ¿El administrador del mercado utiliza algún mecanismo para medir el desempeño de su gestión?**

**TABLA 11 Medición de desempeño**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	37	100%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Freddy Cobos Reyna

**GRÁFICO 11 Medición de desempeño**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Freddy Cobos Reyna

Es necesario que toda institución se encuentre en constante control y seguimiento para que las tareas que ellos realices estén acordes a los objetivos propuestos, en este caso los comerciantes en un 100% manifiestan desconocer si existe un mecanismo de evaluacion de la gestión del administrador.

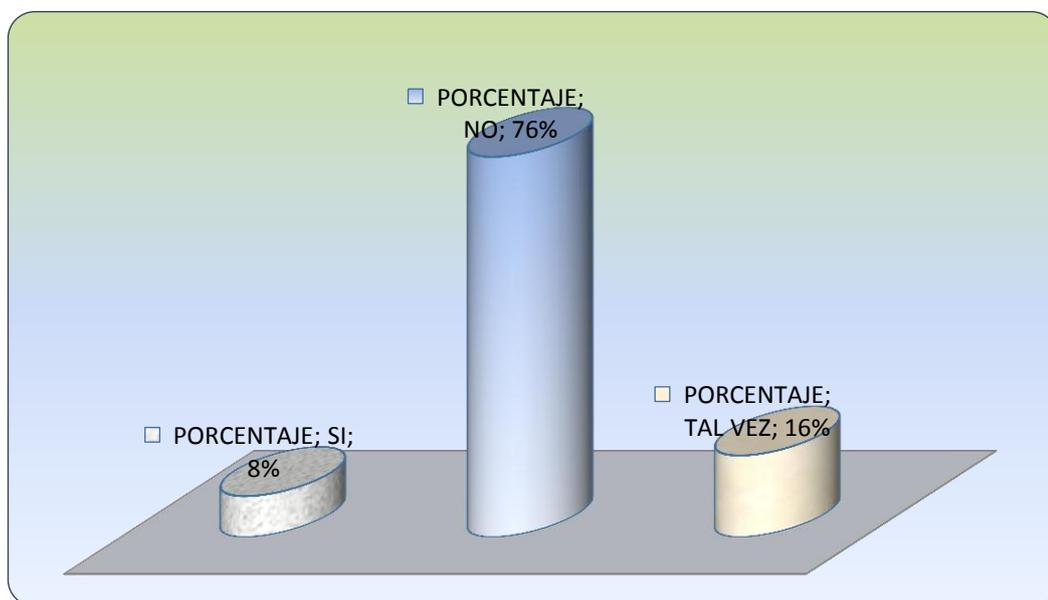
**12.- ¿Considera usted que el administrador del mercado motiva a los comerciantes para trabajar en equipo?**

**TABLA 12 Motivación a Comerciantes**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	8%
NO	28	76%
TAL VEZ	6	16%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

**GRÁFICO 12 Motivación a comerciantes**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

Según los resultados obtenidos, en el mercado los comerciantes en un 76% no tienen la motivación de parte de la administración, para la realización de trabajos en equipo.

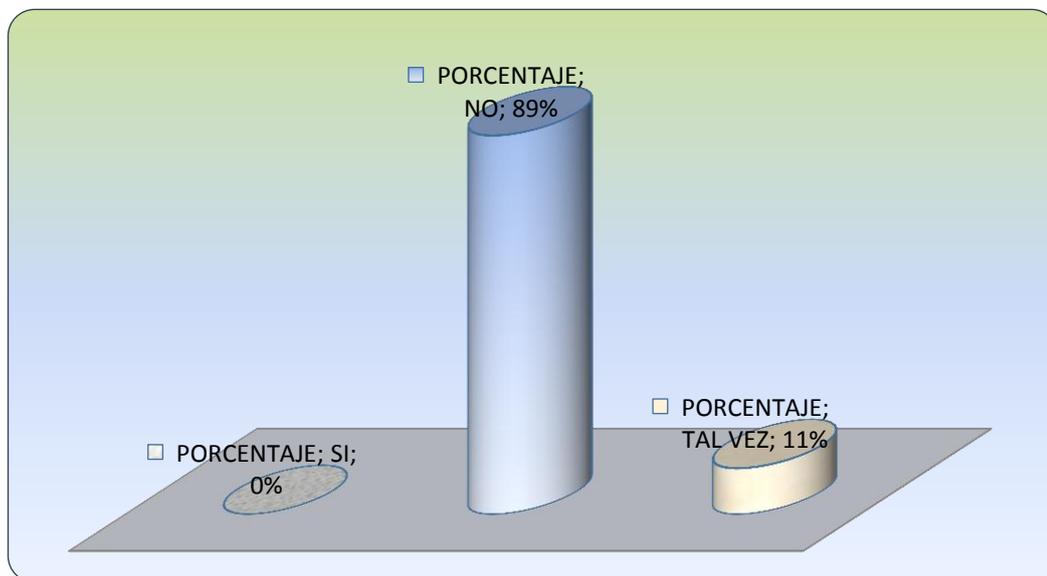
**13.- ¿Considera usted que quienes administran el mercado municipal escuchan la voz de los comerciantes como elemento fundamental en la toma de decisiones?**

**TABLA 13 Toma de Decisiones**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	33	89%
TAL VEZ	4	11%
TOTAL	37	100%

Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

**GRÁFICO 13 Toma de Decisiones**



Fuente: Aplicación de Encuesta  
Elaborado por: Freddy Cobos Reyna

Según los resultados obtenidos, el 89% de los comerciantes manifiestan que las opiniones para mejorar el sistema de administración del mercado no son escuchadas, es decir no son tomados en cuenta para tomar alguna decisión.

### **3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS**

La entrevista fue aplicada al Administrador del mercado Honorio De la Cruz, Director de higiene del Municipio del cantón Salinas, Comisario Municipal, El Director de justicia y vigilancia de la parroquia José Luis Tamayo, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

Los cuatros entrevistados coinciden que el desarrollo, desempeño y el buen funcionamiento del mercado depende de las motivaciones e incentivos que se les otorguen a los comerciantes.

Además consideran que se deben dar a conocer las políticas y procedimientos administrativos para que sea eficaz y eficiente el manejo de los procesos que se desarrollo entorno al mercado.

También coinciden que se deben otorgar capacitaciones a los comerciantes de acuerdo al área de trabajo.

Los entrevistados consideran que debe haber un modelo de gestión administrativa a seguir, ya que este modelo ayudará a direccionar las actividades dando cumplimiento las fases de los pilares administrativos y de mejorar la estructura organizacional del mercado.

El administrador Francisco Yagual Bacilio opina que si debe realizar evaluaciones periódicas para de esa manera conocer en que ámbito o aspecto se debe mejorar, también manifiesta que no hay como invertir en el Mercado; las cuotas son mínimas. El GAD Municipal de Salinas no invierte porque no todo los puestos están habilitados, para ellos es perdida.

Adicionalmente se entrevistó al presidente de la Asociación de comerciante Señor Teodoro López Mero, el antes mencionado da a conocer que renunciará a su cargo

en razón que no existe unidad, ni coordinación entre los comerciantes e incluso para tratar de mejorar la imagen del Mercado ha realizado diferentes gestiones con el GAD Municipal de Salinas, sin embargo no tiene respuesta.

Se entrevistó a un comerciante dando a conocer que actualmente el mercado está en la intemperie, porque no existe personal de guardianía, ni personal de mantenimiento. Hay 37 comerciantes activos, ellos trabajan con la finalidad de subsistir.

No hay colaboración por parte de la Junta Parroquial ni del GAD Municipal del Cantón Salinas. Los comerciantes piden al Municipio que regulen las tiendas en razón que esta microempresas vende carnes, pescado, mariscos, pollo, entre otros, lo que impiden que los clientes que este caso es la población de José Luis Tamayo no avanza hasta el Mercado Honorio De la Cruz. Al mercado le falta más publicidad.

Los comerciantes invierten poco, porque no quieren que sus productos estén en mal estado. No hay plan de mejoramiento continuo en el mercado por la falta de recursos.

### **3.3. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

Es importante considerar los aspectos que se han detectado y encontrado en la aplicación de las encuestas y entrevistas. Es importante considerar el trabajo en equipos, todos los integrantes involucrados en el manejo del mercado Honorio De la Cruz debe unirse y buscar el bien común trabajando en conjunto, en especial entre el administrador y los comerciantes.

Otro componente que hay que tomar en cuenta es la comunicación, ya que dentro del mercado no existe una buena comunicación, por tal razón se debe aplicar

estrategias comunicacionales entre toda la organización (Mercado Honorio De la Cruz).

El éxito del buen servicio dentro del Mercado Honorio De la Cruz es el desempeño eficiente y eficaz de los involucrados, satisfaciendo no solo a los comerciante sino al cliente, ofreciendo servicio de calidad, y mantener motivos e incentivados a los comerciantes.

## **CAPÍTULO IV**

### **MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS PÚBLICO DEL MERCADO HONORIO DE LA CRUZ, PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN SALINAS, AÑO 2015**

#### **4.1. DATOS INFORMATIVOS**

##### **4.1.1. Institución**

Mercado Honorio De La Cruz

##### **4.1.2. Beneficiarios**

Administrador, comerciantes, Usuarios (Población de José Luis Tamayo).  
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del José Luis Tamayo.

##### **4.1.3. Equipo Técnico responsable**

Autor: Nelson Freddy Cobos Reyna

#### **4.2. PRESENTACIÓN**

El mercado de víveres Honorio De la Cruz se crea con el fin de dar a conocer una variedad de producto con precio justo y alcance de la economía de los pobladores de la parroquia José Luis Tamayo.

El mercado está dividido en sectores como:

- Mariscos
- Legumbres
- Bisutería
- Bazares
- Patio de comidas
- Entre otros

Funciona regularmente con horarios regulados por el Municipio, los comerciantes pagan una tarifa diaria por alquiler del local (\$ 0.50 centavos).

El mercado José Luis Tamayo posee una estructura física de una planta, que incluye los principales servicios básicos en todos los locales comerciales (arrendado y no arrendado).El techo es de eternit, las puertas son de corredizas, existe un área de parqueo vehicular.

### **4.3. OBJETIVOS**

#### **4.3.1. Objetivo General**

Fortalecer la administración del mercado Honorio De La Cruz, mediante procedimientos de gestión que conduzcan a la mejora del servicio público hacia los consumidores y comunidad en general.

#### **4.3.2. Objetivos Específicos**

- ✚ Direccionar la planificación estratégica a través de factores administrativos como la misión, visión, objetivos, actividades, principios y valores para la eficiente y eficaz operatividad del mercado Honorio De La Cruz.

- ✚ Orientar la agrupación de funciones y responsabilidades a través de un organigrama para el correcto desempeño de las servidoras y servidores públicos del Mercado Honorio De la Cruz.
- ✚ Promover la motivación y participación de los involucrados en la administración institucional, con directrices de liderazgo gerencial que propicia la mejora en la atención al usuario del mercado Honorio De La Cruz.
- ✚ Facilitar procedimientos de control a través de la elaboración de un presupuesto institucional para la eficiente ejecución de las actividades del Mercado Honorio De La Cruz.

#### 4.4. MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA EL MERCADO HONORIO DE LA CRUZ

**GRÁFICO 14 Modelo de Gestión Administrativa**



**Fuente:** Modelo adaptado en base al autor Henry Fayol  
**Elaborado por:** Nelson Cobos Reyna

#### **4.4.1. Proyección Estratégica**

La administración del mercado Honorio De La Cruz, para el logro de los objetivos institucionales, aplicará las siguientes estrategias, identificadas también como factores que complementan los procesos administrativos:

-  Misión
-  Visión
-  Objetivos
-  Actividades
-  Principios y valores de la unidad administrativa pública

##### **4.4.1.1. Misión**

Consolidando al mercado a nivel local mediante la aplicación de normas, política, programas, y expender productos de primera necesidad y de calidad, conforme a los que establece la Constitución de la República Ecuatoriana.

##### **4.4.1.2. Visión**

Ser un mercado reconocido a nivel local y provincial con una gran estructura administrativa, brindando a sus usuarios un excelente servicio y de calidad.

##### **4.4.1.3. Objetivos Institucionales**

- Proveer productos de primera necesidad, mediante la oferta de bienes y servicios que satisfagan la demanda de los consumidores del mercado Honorio De La Cruz.

- Procurar el mantenimiento del edificio e instalaciones interna del mercado, mediante gestiones administrativas y operativas que garanticen la consecución de recursos presupuestarios en el año 2016.
- Gestionar el desarrollo del talento humano a través de gestiones administrativas que garanticen la consecución de recursos presupuestarios en el período 2015 - 2016.
- Fortalecer la imagen del mercado Honorio De La Cruz a través de estrategias administrativas y operativas que contribuyan al buen vivir de la comunidad Tamayense.

#### **4.4.1.4. Actividades**

- Comercializar bienes de primera necesidad y servicios con altos estándares de calidad, a precios razonables y al alcance de la comunidad.
- Promover la organización y distribución de productos de primera necesidad y servicios alimenticios de calidad al público en general.

#### **4.4.1.5. Principios**

**Transparencia.-** Principio fundamental en todo accionar de las instituciones y organizaciones en el ámbito público y social, permitirá la transparencia de gestión y la fiscalización de las actividades.

**Unidad.-** Todos los componentes o áreas administrativas deberán mostrar unidad en sus acciones, hacia un mismo fin u objetivo, realizando sinergia entre los valores como la igualdad y responsabilidad.

**Coordinación.-** Coordinar las acciones de acuerdo a los programas y planes, de tal forma que se trabaje de manera articulada con sus órganos dependientes, demostrando resultados en su cadena de valor.

#### **4.4.1.6. Valores**

**Solidaridad.-** Apoyo y unidad de todos los miembros de la Organización, para que en su ejecución se efectúe en un ambiente cálido.

**Igualdad.-** Trato cordial a todos los comerciantes y usuarios sin distinción de sexo, raza, religión o tipología de cualquier naturaleza, accediendo a todos los derechos que se tenga a favor de los comerciantes.

**Responsabilidad.-** Es el compromiso que van a tener los involucrados de la organización.

**Honestidad.-** Permite el comportamiento de acuerdo a la coherencia de los procedimientos y la proyección de confianza ante los demás integrante del Mercado

#### **4.4.2. Estructura Organizacional**

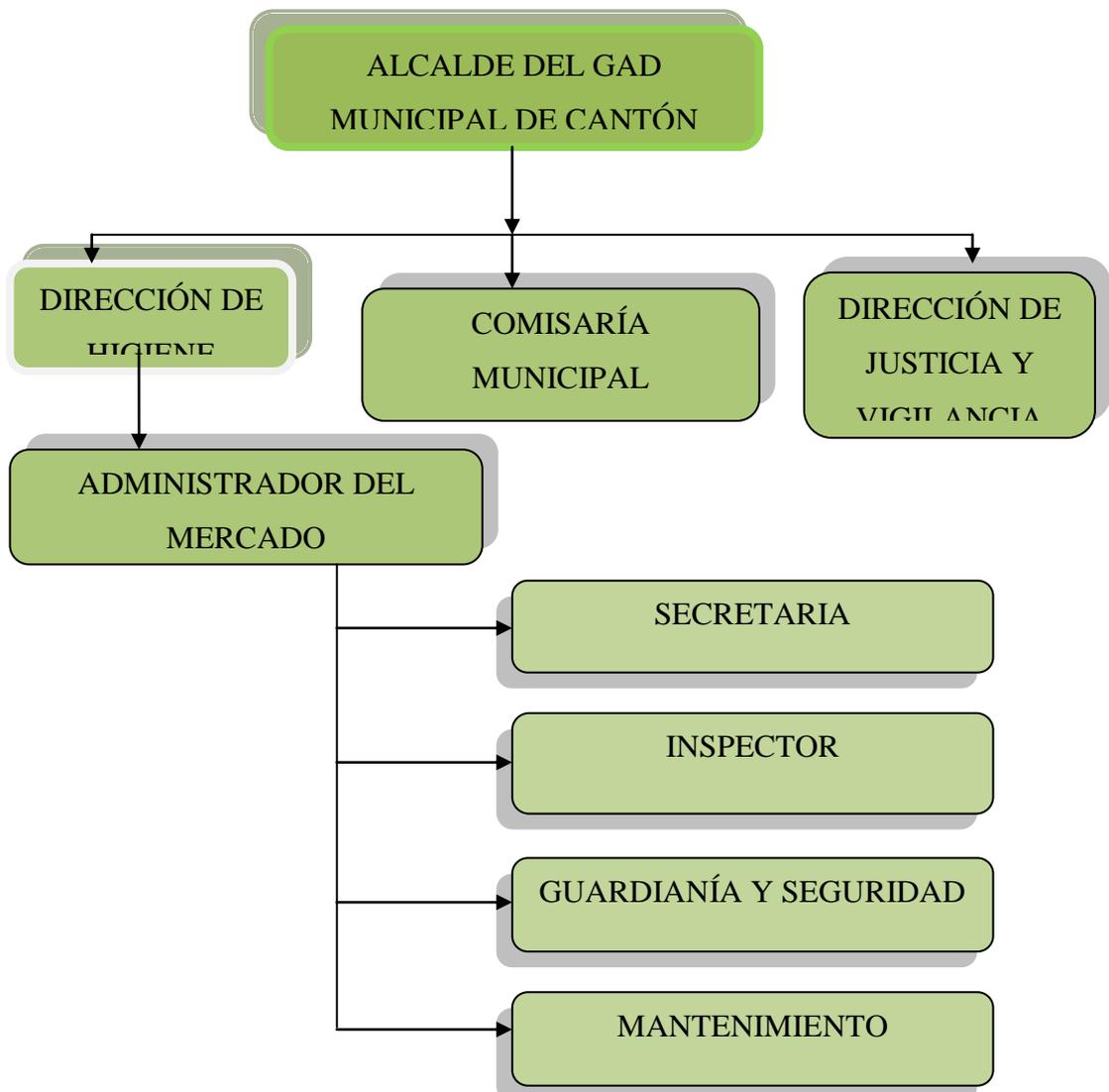
Son aquellas estrategias dirigidas a mejorar la efectividad de las operaciones funcionales dentro del mercado Honorio De La Cruz, y a través de esto alcanzar grados superiores de eficiencia, calidad, innovación y capacidad de satisfacción para el cliente:

- ✚ Estructura Orgánica.
- ✚ Descripción de funciones
- ✚ Lineamientos de acción

#### 4.4.2.1. Estructura Orgánica

La estructura orgánica del Mercado Honorio De La Cruz de la parroquia Rural José Luis Tamayo, cantón Salinas que a continuación se detalla facilita los procesos y delimita las funciones y responsabilidades. En esta estructura organizacional el administrador se apoya con una secretaria, un inspector, un guardia y un personal de mantenimiento

**GRÁFICO 15 Estructura Orgánica**



Fuente: Proceso de investigación  
Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

#### **4.4.2.2. Funciones de Puestos del Mercado Honorio De La Cruz.**

##### **Funciones Generales del Administrador.**

El administrador es el responsable de dirigir todo el personal para que desarrolle algunas actividades del mercado, mantener la relación con los dueños de locales de la misma; sus funciones de administrador son: planear, organizar, dirigir, y controlar todas las actividades del mercado y seleccionar a la persona necesaria de acuerdo a su perfil.

##### **Funciones Específicas del Administrador**

- Formular, coordinar, ejecutar, y evaluar el plan de trabajo con ayuda del personal.
- Velar por los desempeños de objetivos y metas del mercado.
- Entregar contrato de arriendo.
- Autorizar requisitos para adquirir local.
- Representar Legalmente al mercado.
- Velar por el buen funcionamiento y requerimiento de equipos necesarios.
- Llamar la atención verbalmente a los empleados y comerciantes.
- Otras funciones asignadas por la entidad nominadora.

##### **Funciones de la Secretaria**

- Registrar, clasificar, distribuir y archivar la documentación recibida y/o enviada.

- Preparar y redactar documentos del administrador para fines correspondientes.
- Emitir recibos a los comerciantes por el pago correspondiente de arriendo.
- Mantener el orden bajo carga de seguridad, la documentación.
- Cobrar diariamente el arriendo de local comercial.
- Otras funciones asignadas por el administrador.

### **Funciones del Inspector**

- Informa Novedades a la administración o secretaría.
- Controla y verifica los productos y precios oficiales establecidos.
- Revisa balanzas.
- Mantiene el orden y respeto entre todos.
- Supervisa orden y limpieza del mercado.
- Otras funciones asignadas por el administrador.

### **Funciones del Personal Servicio de Limpieza**

- Limpieza total del mercado, patios, parqueaderos, pasillo, y otras áreas.
- Realizar labores de conserjería.
- Cumplir con los turnos programados en el cuaderno o registro de control del personal.
- Entregar la basura al carro recolector en horas hábiles.
- Otras funciones asignadas por el administrador.

### **Funciones del Personal del Servicio de Mantenimiento**

- Realizar conexiones eléctricas y de teléfonos.
- Mantenimiento General de pinturas en toda la infraestructura del mercado
- Gestionar ahorro de energía.
- Control del alumbrado interno y externo del mercado.
- Verificar cerraduras de las puertas del mercado.
- Otras funciones asignadas por el administrador.

### **Funciones del Personal de Seguridad**

- Vigilar la seguridad interna y externa del mercado.
- Verificar cerraduras de las puertas de los locales.
- Elaboración de las solicitudes de memos.
- Vigilar los bienes que se encontrasen en el mercado.
- Cumplir con las normas de seguridad e higiene del mercado.

### **Funciones de la Dirección de Justicia y Vigilancia**

El control de la seguridad y vigilancia de los mercados está a cargo de la Dirección de Justicia y Vigilancia con quien se coordinan dichas actividades, está apoyado por el Director de Higiene, Comisario Municipal, Cuerpo de policía municipal y personal de trabajadores asignados a tales áreas.

### **4.4.2.3. Lineamientos de Acción**

#### **Habilidades que debe tener el Administrador**

##### **Habilidad técnica**

Destreza en diferentes actividades, para la ejecución o aplicación de nuevos procesos.

##### **Habilidad Humana**

Capacidad para tener a su cargo a un grupo de talento humano y trabajar en equipo.

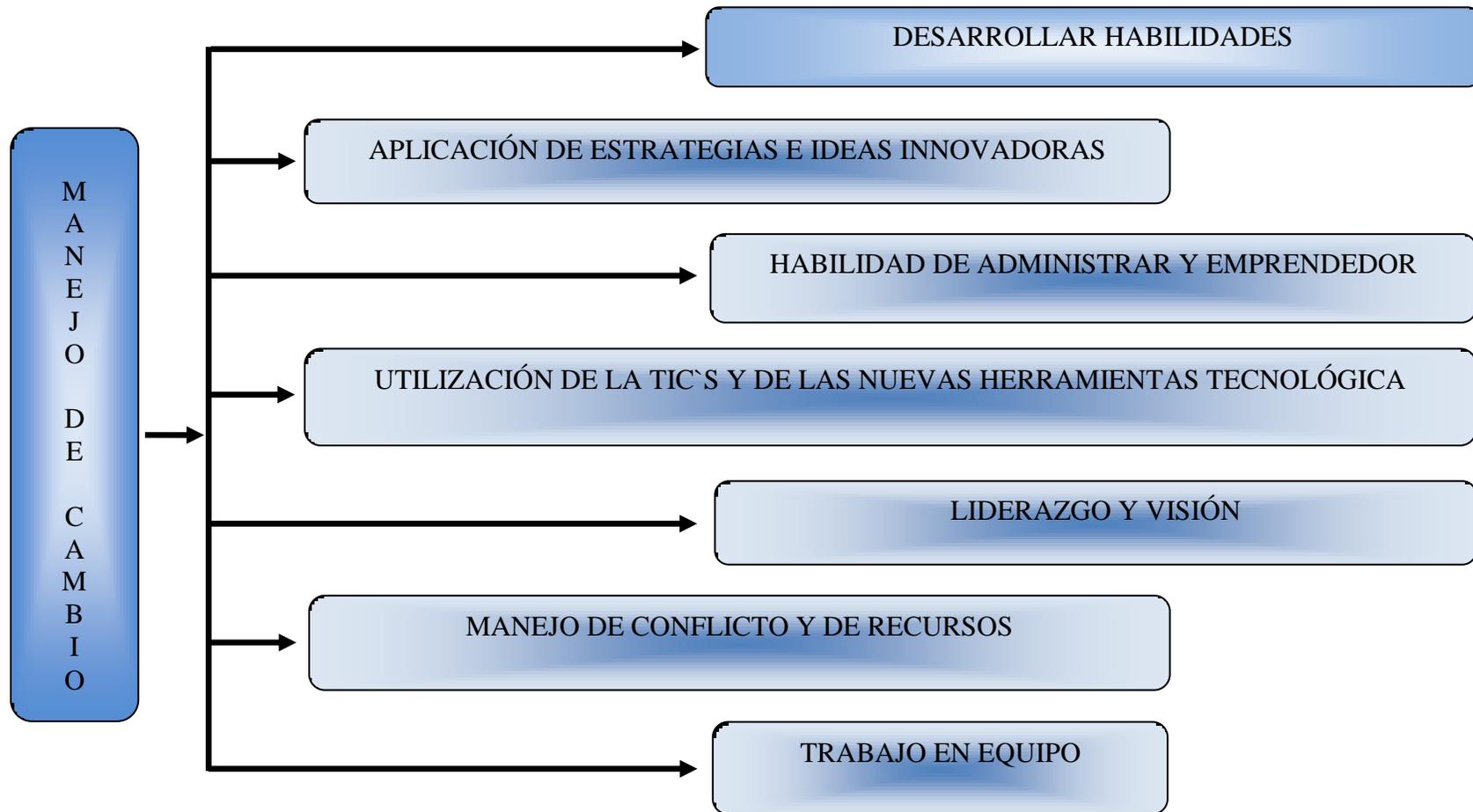
##### **Habilidad de conceptualización**

Capacidad de visionar

Habilidad de Diseño

Capacidad de ser creativa y de generar ideas para la solución de futuros problemas.

**GRÁFICO 16** Habilidades que debe tener el Administrador



Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

El Administrador además de las habilidades antes detallada, también debe tener lo siguiente:

- ✚ Saber escuchar
- ✚ Saber en qué momento los comerciantes necesita de él
- ✚ Capacidad de integrar y trabajar en equipo
- ✚ Capacidad de adaptación al cambio
- ✚ Ser emprendedor e innovador en la realización de nuevos procesos
- ✚ Respetar la ideología
- ✚ Motivar y generar confianza entre sus comerciantes y lo demás involucrados

#### **4.4.2.4. Cualidades De Un Administrador**

- ✚ Visionario
- ✚ Motivador
- ✚ Estratégico
- ✚ Incentivador
- ✚ Organizador
- ✚ Evaluador
- ✚ Reclutador
- ✚ Capacitador
- ✚ Tomar de decisiones
- ✚ Imparcial

 Equitativo

 Líder

 Consejero

 Creativo

 Entre otros

### **4.4.3. Estrategias**

#### **4.4.3.1. Estrategias de Comunicación**

Esta estrategia es de gran importancia en la administración del mercado Honorio De La Cruz, quienes lo integran interactuarán entre compañeros, superiores, consumidores, autoridades locales, etc. De la misma manera recibirá información, dará o acogerá instrucciones y coordinará con los equipos de trabajo, cada miembro de esta entidad tendrá la responsabilidad de ser comunicativo. Todos participan de la comunicación, serán afectivos con las personas.

Internamente las servidoras y servidores públicos, y comerciantes, conocerán lo que piensa el administrador; a su vez ésta también conocerá el pensamiento de los servidores públicos (hombres y mujeres) y de los comerciantes; y estos se conocerán entre sí. A todos quienes hacen el mercado Honorio De La Cruz, se les hará llegar suficiente información para que se sientan implicados en las actividades, además se tomará en cuenta la opinión ellos. Los directivos del mercado serán los responsable de iniciar y mantener una buena comunicación.

Concierne a todas las relaciones del mercado Honorio De La Cruz con el ámbito exterior, y con público para transmitir la identidad corporativa. La publicidad es la comunicación destinada a establecer, desarrollar, realizar y/o cambiar la imagen

del mercado. Las relaciones humanas de quienes hacen el mercado se enfocará al público en general, más allá de los consumidores.

En el mercado Honorio De La Cruz también se fortalecerá las relaciones comerciales, fortalecerán la comunicación con sus consumidores y proveedores. La comunicación comercial estará bien informado manera directa la comunicación interpersonal con mucho respeto atención y comprensión de los demás compañeros estructurando cadenas de relaciones de acuerdo a lo planificado u organizado para cada reunión. Otra de las variantes de esta estrategia es reconocer y recompensar los avances obtenidos tanto individuales como colectivos por lo que la administración tiene la responsabilidad de facilitar y motivar a continuar.

Es preciso definir el tiempo para la ejecución de las tareas que conlleven a cumplir con los objetivos propuestos, establecerse plazos para cada acción y tarea encomendadas a cada miembro del equipo este monitoreo se hará constantemente en las sesiones de trabajo o reuniones previamente planificadas, es recomendable asentar la fecha de inicio de la actividad y la fecha final para establecer el tiempo, actividad y recurso utilizado en la misma.

#### **4.4.3.2. Estrategias de Formación de equipos de trabajo**

El éxito del mercado Honorio De La Cruz y su permanencia en el tiempo depende del don de pertinencia de cada de sus actores, entre ellos: autoridades, comerciantes, servidoras y servidores públicos administrativos y de servicios, con metas y objetivos previamente establecidos.

El trabajo en equipo permite el análisis conjunto de ideas, formulación de propuestas y entrega de un servicio con calidad total, cimentado en la aplicación de gestión pública, reingenierías y procesos de cambios; pone en práctica la comunicación, coordinación, colaboración, honestidad, responsabilidad, y otros factores de importancia para lograr los objetivos trazados.

### ✓ **La unión**

La unidad de quienes conforman el equipo de trabajo del mercado Honorio De La Cruz, es imprescindible para el desarrollo de todos los procesos tanto administrativos como operativos, cada uno de estos integrantes tendrá que desempeñar un rol específico, lograrán cohesión a la medida que sean atraídos por los demás, las actividades y las tareas se ejecutarán conjugando conocimientos, habilidades, destrezas, y actitudes, a fin de alcanzar eficientes resultados.

### ✓ **Asignación de cargos y normas**

Las funciones a desempeñar por cada integrante del equipo estarán reguladas por normativas, políticas, ordenanzas y reglamentaciones internas, por lo tanto todas sus acciones estarán sustentadas en estas formalidades y sus actitudes y comportamientos se direccionarán hacia el alcance de los objetivos específicos de la organización.

#### **4.4.3.3. Estrategias para una atención de calidad**

1. Salude apropiadamente, la primera impresión se brinda seguridad
2. Preste atención inmediata a su cliente
3. Mire a los ojos a su cliente cuando le habla, salude pero de manera espontánea.
4. Deje de lado sus problemas, desconéctese del exterior y conéctese con su cliente, escúchelo atentamente.

5. Se debe prestar un servicio con valor agregado, esto es, ir más allá de lo convencional al momento de servir al cliente.
6. Comunicación adecuada con el cliente

#### **4.4.3.4. Estrategias de programas de capacitaciones**

- ✚ Capacitación en atención al cliente
- ✚ Capacitación sobre clima organizacional
- ✚ Capacitación en procesos administrativos
- ✚ Capacitación en Motivación laboral
- ✚ Capacitación en liderazgo.

##### **✓ Capacitación en atención al cliente**

Con esta capacitación se estimulará a cada participante una verdadera Actitud de Servicio, sensibilizando sobre la importancia del cambio en el Consumidor, la relación de objetivos corporativos y el Servicio al Cliente, hasta los componentes del Servicio al Cliente Interno y su impacto directo sobre la calidad del Servicio al Cliente Comprador o Usuario, aportando elementos conceptuales actuales de probada eficacia.

##### **✓ Capacitación sobre clima organizacional**

El Clima Organizacional refiere al ambiente que se crea y se vive en las organizaciones laborales, los estados de ánimo y como estas variables pueden afectar el desempeño de los trabajadores. El fin de esta capacitación es proveer al mercado de herramientas necesarias para mejorar el clima organizacional.

### ✓ **Capacitación en procesos administrativos**

Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarios para llevar a cabo una actividad o lograr un objetivo. El proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

En el proceso administrativo se conocerá sobre la importancia que tiene dentro de una organización ya que si no se llevan los pasos como son la planeación, organización, dirección y control no funcionaría adecuadamente, también es fundamental tener una buena comunicación dentro de la empresa ya que si se siguen todos los pasos correctamente ayudará a la toma de decisiones.

La planeación es lo primero que se debe tomar en cuenta ya que en ella el administrador se debe anticipar con la meta y las acciones, ya que se deben basar solo en metas y lógicas. Dentro de la planeación se deben hacer los siguientes pasos como: la investigación, estrategias. Políticas, propósitos, procedimientos en la planeación pueden ser de largo plazo, mediano plazo y corto plazo.

### ✓ **Capacitación Motivación laboral**

Toda institución pública o privada debe actualizarse con herramientas modernas que incentiven y motiven al personal de la institución. La administración debe buscar, adecuar e implementar los instrumentos, programas y documentos que se conviertan en una guía que servirá para la toma de decisiones referente a los empleados y su desempeño laboral.

El objetivo principal del programa es encaminar las actividades de cada empleado para obtener los resultados satisfactorios, así como cubrir las necesidades que el recurso humano manifieste, además de:

- Contribuir a mejorar en la satisfacción de las necesidades de los empleados del área administrativa a través del programa de motivación como guía administrativa para lograr la efectividad operativa.
- Facilitar a los jefes del área administrativa los lineamientos para la aplicación de programa de motivación.
- Proporcionar los pasos a seguir para lograr la efectividad operativa que contribuirá el desarrollo de las funciones administrativas.
- Mejorar el desempeño laboral de los empleados a través de la aplicación de incentivos.

✓ **Capacitación en liderazgo.**

El liderazgo requiere de altas responsabilidades y competencias para alcanzar exitosamente los objetivos. No solo de los rasgos individuales sino de la interrelación de la personalidad con los factores situacionales de carácter social.

Esta capacitación de liderazgo estará dirigida para mandos medios a altos que buscan ampliar sus conocimientos e incrementar sus habilidades de liderazgo desarrollando su capital humano, y promoviendo un sentido de excelencia en todos los aspectos de sus vidas.

#### 4.5. PLAN DE ACCIÓN

**CUADRO 4 Plan de Acción**

PROBLEMA PRINCIPAL: Falta de un Modelo de Gestión Administrativa y su incidencia en la calidad de servicio público en el mercado Honorio De la Cruz				
FIN DE LA PROPUESTA: Implementar un Modelo de Gestión Administrativa que permita mejorar la Gestión Administrativa mediante nuevos procesos y lineamientos de acción				
PROPÓSITO DE LA PROPUESTA: Mejorar la calidad de servicio público del Mercado Honorio De la Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas				
OBJETIVOS	INDICADORES	ESTRATEGIAS	COORDINACIÓN DEL OBJETIVO	ACTIVIDADES
Diseñar un modelo de gestión Administrativa considerando acciones y lineamientos estratégico que permita mejorar la calidad de servicio público	Gestión Administrativa y financiera Servicio al cliente	Diagnóstico participativo de los comerciantes y público en general Elaborar estrategias, políticas, funciones y normas institucionales que reflejen el modelo de Gestión Administrativas	Administración del Mercado	Identificar claramente las causas del problema. Realizar encuesta y entrevista

Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

<p><b>PROBLEMA PRINCIPAL:</b> Falta de un Modelo de Gestión Administrativa y su incidencia en la calidad de servicio público en el mercado Honorio De la Cruz</p>				
<p><b>FIN DE LA PROPUESTA:</b> Implementar un Modelo de Gestión de Administrativa que permita mejorar la Gestión Administrativa mediante nuevos procesos y lineamientos de acción</p>				
<p><b>PROPÓSITO DE LA PROPUESTA:</b> Mejorar la calidad de servicio público del Mercado Honorio De la Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas</p>				
<b>OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>COORDINACIÓN DEL OBJETIVO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<p>Promover la organización y coordinación entre productores, pescadores, transportista y comerciantes, con la finalidad de operar abasto de excelente calidad y con óptima condiciones</p>	<p>Mejora de la organización</p>	<p>Establecer mejora y acciones en el proceso organizativo</p>	<p>Administración del mercado, proveedores y comerciante</p>	<p>Formar comité o comisión de abasto</p>

Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

<p><b>PROBLEMA PRINCIPAL:</b> Falta de un Modelo de Gestión Administrativa y su incidencia en calidad de servicio público en el mercado Honorio De la Cruz</p>				
<p><b>FIN DE LA PROPUESTA:</b> Implementar un Modelo de Gestión Administrativa que permita mejorar la Gestión Administrativa mediante nuevos procesos y lineamientos de acción.</p>				
<p><b>PROPÓSITO DE LA PROPUESTA:</b> Mejorar la calidad de servicio público del Mercado Honorio De la Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas</p>				
<p><b>OBJETIVOS</b></p>	<p><b>INDICADORES</b></p>	<p><b>ESTRATEGIAS</b></p>	<p><b>COORDINACIÓN DEL OBJETIVO</b></p>	<p><b>ACTIVIDADES</b></p>
<p>Brindar un buen servicio al cliente y de calidad</p>	<p>Satisfacción de las necesidades de los clientes</p>	<p>Realizar capacitaciones a los comerciantes con temas relacionado al servicio al cliente y buenas normas de higiene y manipulación de los productos</p>	<p>Administración del mercados y el comité o asociación</p>	<p>Capacitación Continua</p>

Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

<p><b>PROBLEMA PRINCIPAL:</b> Falta de un Modelo de Gestión Administrativa y su incidencia en la calidad de servicio público en el mercado Honorio De la Cruz</p>				
<p><b>FIN DE LA PROPUESTA:</b> Implementar un Modelo de Gestión Administrativa que permita mejorar la Gestión Administrativa mediante nuevos procesos y lineamientos de acción</p>				
<p><b>PROPÓSITO DE LA PROPUESTA:</b> Mejorar la calidad de servicio público del Mercado Honorio De la Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas</p>				
OBJETIVOS	INDICADORES	ESTRATEGIAS	COORDINACIÓN DEL OBJETIVO	ACTIVIDADES
<p>Evaluar constantemente las gestión administrativas</p>	<p>Evaluación de desempeño administrativo</p>	<p>Evaluación rendición de cuentas de las actividades de manera anual</p>	<p>Alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas</p>	<p>Elaborar matrices de evaluación y socializaciones de las actividades realizadas con el respectivo resultado</p>

Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

<p><b>PROBLEMA PRINCIPAL:</b> Falta de un Modelo de Gestión Administrativa y su incidencia en la calidad de servicio público en el mercado Honorio De la Cruz</p>				
<p><b>FIN DE LA PROPUESTA:</b> Implementar un Modelo de Gestión Administrativa que permita mejorar la Gestión Administrativa mediante nuevos procesos y lineamientos de acción</p>				
<p><b>PROPÓSITO DE LA PROPUESTA:</b> Mejorar la calidad de servicio público del Mercado Honorio De la Cruz de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas</p>				
OBJETIVOS	INDICADORES	ESTRATEGIAS	COORDINACIÓN DEL OBJETIVO	ACTIVIDADES
<p>Implementar un Sistema de información y comunicación</p>	<p>Canales de información y comunicación</p>	<p>Coordinar de manera eficiente y eficaz los procesos de información y comunicacionales para que sean emitido de manera correcta, clara y eficiente</p>	<p>Administración del Mercado y comité o asociación de comerciante</p>	<p>Reuniones</p>

Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

#### 4.6. PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA

##### 4.6.1. Gastos de Inversión

**CUADRO 5 Gastos de Inversión**

<b>CANTIDAD</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
1	COMPUTADORA DE ESCRITORIO	550,00	550,00
1	IMPRESORA	230,00	230,00
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>			
1	ESCRITORIO	400,00	400,00
1	SILLA EJECUTIVA	35,00	35,00
<b>SUMINISTRO Y EQUIPO DE OFICINA</b>			
	PERFORADORA, GRABADORAS, RESMAS DE HOJAS, ENTRE OTROS	200,00	200,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.415,00</b>

Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

#### 4.6.2. Gastos de Capacitación

Las capacitaciones serán realizadas de acuerdo al área de trabajo, y dirigido al administrador y a los comerciantes.

**CUADRO 6 Gastos de Capacitación**

TEMAS	HORAS	VALOR HORAS	VALOR TOTAL
Métodos o técnicas de procesos administrativos	8	20,00	160,00
Trabajo en Equipo	8	20,00	160,00
Gerencia Proactiva	8	20,00	160,00
Servicio al Cliente	8	20,00	160,00
Manipulación de alimentos	8	20,00	160,00
Higiene y seguridad	8	20,00	160,00
Manejo de conflictos	8	20,00	160,00
Entres otro	16	20,00	320,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.440,00</b>

Elaborado por: Nelson Cobos Reyna

## CONCLUSIONES

- ✚ La proyección estratégica es fundamental en la aplicación de la misión, visión, principios, valores y objetivos para el direccionamiento eficiente y eficaz en las actividades comerciales del mercado Honorio De La Cruz.
  
- ✚ La Planificación es una herramienta en la ejecución de los procedimientos administrativos para el fortalecimiento de las actividades del Mercado Honorio De la Cruz.
  
- ✚ Las funciones y responsabilidades establecidas en los manuales de procedimientos permiten la correcta ejecución de las acciones de los funcionarios y empleados del Mercado Honorio De la Cruz.
  
- ✚ El Liderazgo Gerencial contribuye en la Dirección institucional para la motivación y participación de los involucrados del Mercado Honorio De La Cruz.
  
- ✚ Los presupuestos permiten la ejecución periódica de los recursos destinados para las actividades del Mercado Honorio De La Cruz.
  
- ❖ Un modelo de Gestión Administrativa aplicado en una organización o institución permite el crecimiento y el buen manejo de las operaciones y acciones.

## **RECOMENDACIONES**

- ❖ Aplicar la misión, visión, principios, valores y objetivos para el direccionamiento eficiente y eficaz en las actividades comerciales del mercado Honorio De La Cruz.
  
- ❖ Considerar la Planificación en la ejecución de los procedimientos administrativos para el fortalecimiento de las actividades del Mercado Honorio De la Cruz.
  
- ❖ Aplicar el manual de procedimientos para la correcta ejecución de las acciones de los funcionarios y empleados del Mercado Honorio De la Cruz.
  
- ❖ Liderar los procesos de manera participativa en todos los niveles para la motivación y participación de los involucrados del Mercado Honorio De La Cruz.
  
- ❖ Ejecutar los presupuestos de manera periódica para la correcta administración de los recursos del Mercado Honorio De La Cruz.
  
- ❖ Implementar el Modelo de Gestión Administrativa para el crecimiento y el buen manejo de las operaciones y acciones del Mercado Honorio De La Cruz.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Amaru. (2009). Fundamentos de Administración . mexico: Pearson Educación.

Asamblea. (2008). Constitución De La República del Ecuador. Quito: Asamblea Nacional Constituyente.

Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Pearson Education.

Chiavenato. (2009). Comportamiento Organizacional. México: McGraw-Hill.

Cristiani. (2012). Desarrollo Organizacional. México: Red Tercer Milenio S.C.

Cristiani, M. E. (2012). Desarrollo Organizacional. México: Red Tercer Milenio S. C.

Coulter Robbins. Administración. 10ma. Edición. Editorial Pearson. 2010

Delgado. (2010). Métodos de Investigación. México: Pearson Educación.

Fincowsky, E. B. (2009). Organización de Empresas. México: Mc Graw - Hill.

Harold Konnts, W. (2010). Administración una perspectiva Global. México: Mc Graw - Hill.

Hernández R, F. C. (2010). Metodología de la Investigación. México: McGraw - Hill.

Hernández Sampiere R., F. C. (2010). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw - Hill.

Méndez Álvarez, C. E. (2006). Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación. México: Mc Graw - Hill.

Política, M. (2011). Código Orgánico De Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. Quito: Gobiernos Autónomos Descentralizados .

Riversos Silva Pablo Emilio. Sistema de Gestión de la Calidad del Servicio. ECOE EDICIONES. 3era. Edición. Bogotá – Colombia. Año 2007.

Slocum, H. J. (2009). Admnsitración: Un Enfoque Basado en Competencias. México: Cengage Learning Editores S.A.

# ANEXOS

## ANEXO 1 Encuesta



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

#### ENCUESTAS DIRIGIDA A COMERCIANTE DEL MERCADO HONORIO DE LA CRUZ DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA.

**OBJETIVOS:** El presente instrumento tiene como propósito obtener información relacionada sobre la administración del Mercado Honorio De la Cruz, Atención al cliente y la elaboración de un modelo de gestión administrativa para mejorar las acciones de la organización.

**INSTRUCTIVO:** Marque con una “x” una de las opciones de cada pregunta de acuerdo a su criterio.

#### PREGUNTAS ENCUESTA

1.- Usted considera que el administrador motiva e incentiva constantemente a los comerciantes que labora dentro del Mercado Honorio De la Cruz?

SIEMPRE  CASI SIEMPRE  POCAS VECES  NUNCA

2.- ¿Cree usted que se encuentran adecuadamente establecidos las políticas y procedimientos administrativos del mercado Honorio de la Cruz?

SI  NO  DESCONOZCO

3.- ¿Cree usted que se encuentran adecuadamente establecidos las responsabilidades de cada comerciante que labora dentro del mercado Honorio De La Cruz?

SI  NO  DESCONOZCO

4.- ¿Cómo califica la comunicación del administrador del Mercado Honorio De la Cruz con sus comerciantes?

EXCELENTE  BUENA  REGULAR  MALA

5.- ¿Dispone el Mercado Honorio De La Cruz de un Modelo administrativo que guie el logro de los objetivos?

SI  NO  DESCONOZCO

6.- ¿Con qué frecuencia la administración ha implementado capacitaciones en temas relacionado con manipulación cuidados, conservación y buena higiene entre

s?  
 SIEMPRE  CASI SIEMPRE  POCAS VECES  NUNCA

7.- ¿Considera usted que el ambiente administrativo es el adecuado?

SIEMPRE  CASI SIEMPRE  POCAS VECES  NUNCA

8.- ¿ Piensa usted que las acciones administrativas conduce al equilibrio y armonía entre los comerciantes?

SI  NO  TAL VEZ

9.- ¿Está de acuerdo que el administrador realice evaluaciones periódicas para garantizar una gestión efectiva?

MUY DE ACUERDO  DE ACUERDO  EN DESACUERDO

10.- ¿Como califica la gestión que ha realizado el administrador del Mercado Honorio De La Cruz?

EXCELENTE  BUENA  REGULAR

11.- ¿El administrador del mercado utiliza algún mecanismo para medir el desempeño de su gestión?

SI  NO  TAL VEZ

12.- ¿Considera usted que el administrador del mercado motiva a los comerciantes para trabajar en equipo?

SI  NO  TAL VEZ

13.- ¿Considera usted que quienes administran el mercado municipal escuchan la voz de los comerciantes como elemento fundamental en la toma de decisiones?

SI

NO

TAL VEZ

## ANEXO 2 Entrevista



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

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DEL MERCADO HONORIO DE LA CRUZ, DIRECTOR DE HIGIENE DEL MUNICIPIO DEL CANTÓN SALINAS, COMISARIO MUNICIPAL Y EL DIRECTOR DE JUSTICIA Y VIGILANCIA DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

**ENTREVISTA A: \_\_\_\_\_**

#### **PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA**

¿Usted considera que se motiva y se incentiva constantemente a los comerciantes que labora dentro del Mercado Honorio De la Cruz?

¿Cree usted que se encuentran adecuadamente establecidos las políticas y procedimientos administrativos del mercado Honorio de la Cruz?

¿Cree usted que se encuentran adecuadamente establecidos cuales son las responsabilidades de cada comerciante que labora dentro del mercado Honorio De La Cruz?

¿Piensa usted que existe una buena comunicación con los comerciantes?

5.- ¿Considera usted que es conveniente que exista un Modelo administrativo que guie el logro de los objetivos dentro del Mercado Honorio De La Cruz ?

¿Se ha implementado capacitaciones en temas relacionado al área de trabajo, como cuales?

¿ Piensa usted que las acciones administrativas conduce al equilibrio y armonía entre los comerciantes?

¿Está de acuerdo que el administrador realice evaluaciones periódicas para garantizar una gestión efectiva?

¿Cómo califica la gestión que ha realizado el administrador del Mercado Honorio De La Cruz?

¿El administrador del mercado utiliza algún mecanismo para medir el desempeño de su gestión?

¿Considera usted que el administrador del mercado motiva a los comerciantes para trabajar en equipo?

¿Considera usted que quien administran el mercado municipal escuchan la voz de los comerciantes como elemento fundamental en la toma de decisiones?

¿La gestión que realiza la administración del mercado se orienta a la satisfacción de los comerciantes?

¿Considera usted que debe mejorar la calidad del servicio en la administración del mercado “Honorio De La Cruz”?

¿Considera usted que el desempeño de la organización depende de la capacitación y motivación de los administradores?

¿Cree usted que es necesario que la gestión administrativa del mercado deba dar respuesta rápida a los requerimientos de los comerciantes?

¿Cuál es la percepción que tienen los comerciantes por los servicios que le ofrece la administración?

¿Existen planes de mejoramiento continuos en el mercado “Honorio De La Cruz” a favor de los comerciantes?

## ANEXO 3 Carta Aval



# ALCALDÍA

Oficio No. 342 -GADMS/A  
18 de Septiembre de 2014

Señor Economista  
David Batallas González  
**DIRECTOR DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN  
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**  
Presente.-

De mi consideración:

Saludo a usted muy cordialmente y por consiguiente aprovecho esta oportunidad para acusar recibo a su atento oficio No. AP-226-2013, del 18 de Septiembre del 2014 del presente año, mediante el cual solicita la autorización para que el estudiante **COBOS REYNA NELSON FREDDY**, pueda desarrollar su tema de tesis en ésta institución, denominado **"MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO PÚBLICO DEL MERCADO "HONORIO DE LA CRUZ" DE LA PARROQUIA JOSE LUIS TAMAYO, DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013-2014"**

Al respecto, me permito hacerle extensivo que la petición ha sido acogida favorablemente, por lo que deberá coordinar con la Jefatura de Talento Humano, para que el estudiante, pueda desarrollar su tema de tesis.

Reitero los sentimientos de aprecio y distinguida consideración.

Atentamente

  
Daniel Cisneros Soria  
ALCALDE

Dirección:  
Av. 10 de Agosto entre calle  
Estados Unidos y Av. 22 de  
Diciembre - Cda. Italiana

E-mail:  
alcaldia@salinas.gob.ec

## ANEXO 4 Nómina de comerciantes activos

**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE SALINAS**

ADMINISTRACION DEL MERCADO "HONORIO DE LA CRUZ"

JOSE LUIS TAMAYO - SALINAS

**REPORTE DE RECAUDACIONES DEL MES DE FEBRERO DEL 2015**

JOSE LIS TAMAYO, 1 DE FEBRERO DE DEL 2015

	DETALLE	CANT	NUMEROS	SERIE	INGRESO	DEPOSITO
	AREA DE VARIOS	LOCALES	LOCALES		MES	MES
1	ROSA Y RODOLFO REYES AQUINO	2	# 1-2	4461	\$ 29,00	.....
2	KARINA ALARCON	1	# 3	4462	\$ 6,00	.....
3	MAX MO GJAMAN DEL PEZO	1	# 4	4463	\$ 14,50	.....
4	BLANCA MORDION	1	# 5	.....	.....	.....
5	MARIA GUAMAN	1	# 6	4464	\$ 14,50	.....
6	V LMA FIDOSTROZA LUDEÑA	1	# 59	4465	.....	.....
7	JAIMI LUIS LAIME	1	# 70	4466	.....	.....
8	YANITH ARILAGA	1	# 71	4467	\$ 15,50	.....
9	GUILLERMO SANJOS	1	# 84	4468	\$ 10,00	.....
	<b>AREA DE ABASTOS Y LEGUM.</b>					
10	ROSA CHIRAL	2	# 7-19	4469	\$ 37,00	.....
11	MARIA MAI LAMAR	3	# 8-20-25	4471	\$ 42,00	.....
12	ANGELA HINGA	2	# 9-21	4472	\$ 29,00	.....
13	FANNY CARRILLO	4	# 10-22 27 38	4473	\$ 54,00	.....
14	MYSHELLE PÉREZ	1	# 11	4474	\$ 8,00	.....
15	MARIA LINC	2	# 12 23	cerrado	.....	.....
16	SEBASTIAN CUJILLMA	1	# 24	4475	\$ 14,00	.....
	<b>AREA DE CONFIDORES</b>					
17	ELSANA SORIANO	2	# 13-14	4476	\$ 30,00	.....
18	CELIA NATIVIDAD PILAY	2	# 15 16	4477	\$ 23,00	.....
19	HILDA BENALCAZAR	2	# 17-18	4478	\$ 8,00	.....
20	LUANA BORBOR	2	# 29 30	4479	\$ 29,00	.....
21	ESPERANZA PINCAY	2	# 31-32	4480	\$ 30,00	.....
22	PAULA PINCAY	2	# 33-34	4481	\$ 34,00	.....
	<b>AREA DE FRUTAS</b>					
23	ANTONIO TOMALA	1	# 35	4482	\$ 8,25	.....
24	ELSA CHIMBOLEMA	1	# 36	4483	\$ 14,00	.....
	<b>AREA DE LACTEOS</b>					
25	QUERIDA NINFA ARCENTALES	1	# 45	.....	retirados	.....
26	ALEJANDRO AMPUÑO	1	# 46	.....	retirados	.....
27	HILDA POSLIGUA	1	# 47	.....	retirados	.....
28	ISABEL LAINEZ	2	# 48-49	4483	\$ 27,00	.....
29	NORMA CHIMBOLEMA	1	# 50	4484	\$ 18,50	.....
	<b>AREA DE CARNES Y POLLOS</b>					
30	GUILLERMO PEÑA	1	# 51	4485	\$ 32,00	.....
31	LUZMELA GRANADA	1	# 52	4486	\$ 31,00	.....
32	HECTOR REYES	1	# 53	4487	\$ 36,00	.....
	<b>PASA HOJA N°2</b>	.....	.....	.....	\$ 594,25	.....

**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE SALINAS**

ADMINISTRACION DEL MERCADO "HONORIO DE LA CRUZ"

JOSE LUIS TAMAYO - SALINAS

**REPORTE DE RECAUDACIONES DEL MES DE ENERO DEL 201**

JOSE LIS TAMAYO, 1 DE FEBRERO DEL 2014

DETALLE	CANT	NUMEROS DE	SERIE	INGRESO MES	DEPOSITO
<b>AREA DE MARISCOS</b>	<b>LOCALES</b>	<b>LOCALES</b>	<b>-----</b>	<b>\$ 594,25</b>	<b>MES</b>
33 ANDRES BAZAN Y RIVERO	2	# 71-72	4488	\$ 24,00	.....
34 ALFIS VERA ARCENTALES	1	# 74	.....	retirado	.....
35 CANDILARIO MUÑOZ	1	# 75	4459	\$ 5,00	.....
36 NOA DOMINGUEZ	1	# 77	4490	\$ 5,50	.....
37 JULIA TIGREFO	1	# 74	4491	\$ 8,50	.....
<b>TOTAL DE RECAUDACIONES</b>	<b>MES</b>	<b>ENERO</b>	<b>2015</b>	<b>\$ 637,25</b>	<b>.....</b>
<b>DEPOSITO EN BANCO DE GUAYAQUIL</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 637,25</b>
<b>CTA.#5906466 A NOMBRE DEL</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>
<b>ILUSTRE MUNICIPIO DE SALINAS</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>
<p align="center"><b>ENTREGA :</b> <span style="float:right"><b>RECIBE :</b></span></p> <p align="center">                 _____                  SR. JESUS F. YAGUAL BACILIO                  ADMINISTRADOR M. M.                  "HONORIO DE LA CRUZ"             </p> <p align="center">                 _____                  SRA. RUTH SALTOS                  SERVIDOR PUBLICO                  APOYO 2             </p> <p align="center">Sr. ECON. JULIO TOMALA GONZALEZ JEFE DE UNIDAD DE TESORERIA</p> <p align="center">C.C. ARCHIVO J.F.Y.B.</p>					

## ANEXO 5 Evidencia fotográfica de la investigación de Campo

### Fotos de Encuestas





## Fotos de Entrevista



## CARTA DEL GRAMATÓLOGO

MARITZA GONZÁLEZ YAGUAL  
INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL  
REGISTRO N° 1023-13-1235026

---

La Libertad, 25 de marzo del 2015

### CERTIFICO:

Que he procedido a revisar la GRAMÁTICA del Trabajo de Titulación del Sr. COBOS REYNA NELSON FREDDY, con cédula de identidad N°0909740557, cuyo tema es "MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO DEL MERCADO HONORIO DE LA CRUZ, PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN SALINAS, AÑO 2015 "

Es todo cuanto puedo certificar con respecto a la revisión del proyecto antes mencionado, por lo que el interesado puede dar el uso que estime conveniente con el presente documento,

Atentamente.

  
Ing. Maritza González Yagual  
C.I. 0914884465