



DOI: 10.26820/reciamuc/4.(1).enero.2020.406-423

URL: <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/465>

EDITORIAL: Saberes del Conocimiento

REVISTA: RECIAMUC

ISSN: 2588-0748

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Artículo de Revisión

CÓDIGO UNESCO: 5307 Teoría Económica

PAGINAS: 406-423

Modelo de gestión organizacional en la administración de los productos alimenticios que se expenden en el mercado de Jipijapa

Organizational management model in the administration of food products that are sold in the Jipijapa market

Modelo de gestão organizacional na administração de produtos alimentícios vendidos no mercado de Jipijapa

**Diana Victoria Marcillo Parrales¹; Douglas Hernan Chilan Quimis²;
Francisco Nazario Marcillo Parrales³; Freddy Lojano Lojano⁴**

RECIBIDO: 18/11/2019 **ACEPTADO:** 20/12/2019 **PUBLICADO:** 31/01/2020

1. Magister en Contabilidad y Auditoría; Economista; Docente de la Facultad de Ciencias Económicas; Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa, Ecuador; victoria.marcillo@unesum.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-2082-2402>
2. Magister en Docencia Universitaria e Investigación Educativa; Biólogo; Docente de la Facultad de Ciencias Económicas; Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa, Ecuador; douglas.chilan@unesum.edu.ec  <https://orcid.org/0000-0003-1146-9712>
3. Ingeniero en Administración de Empresas Agropecuarias; Facultad de Ciencias Económicas; Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa, Ecuador; don_naza17@outlook.es  <https://orcid.org/0000-0002-8116-161X>
4. Egresado de la carrera de Administración de Empresas Agropecuarias; Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa, Ecuador; freddy.lojano@unesum.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-5400-2525>

CORRESPONDENCIA

Diana Victoria Marcillo Parrales

victoria.marcillo@unesum.edu.ec

Jipijapa, Ecuador

RESUMEN

En la presente investigación se toma como referencia el mercado municipal de cantón Jipijapa, donde se busca “Analizar el modelo de gestión organizacional administrativo de los productos alimenticios, que se expenden en el mercado de Jipijapa” administrados por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Jipijapa, se realizaron entrevistas a los administradores del mercado municipal y 500 encuestas a los comerciantes formales e informales, se obtuvo como resultado que el 72,40% no tiene conocimiento de la existencia de un modelo de gestión organizacional que asegure el buen funcionamiento, se planteó como objetivo general “Analizar el modelo de gestión organizacional administrativo de los productos alimenticios que se expenden en el mercado de Jipijapa”, cuyos objetivos específicos fueron: Determinar los principales fundamentos de la gestión en la administración del mercado municipales, así también analizar la administración del mercado municipales del cantón Jipijapa en el manejo de los productos alimenticios y elaborar un modelo de gestión organizacional en la administración de los productos alimenticios que se expenden en el mercado de Jipijapa.

A través del método analítico se determinó que la organización en la administración de los productos alimenticios actual del mercado municipal es ineficiente, por lo que se propone un modelo de gestión organizacional administrativo que mejore la calidad de vida de los comerciantes y consumidores.

Palabras clave: Modelo de Gestión, Organizacional, Administrativo, Mercado Municipal.

ABSTRACT

In the present investigation, the municipal market of Canton Jipijapa is taken as a reference, where it is sought to “Analyze the model of administrative organizational management of food products, which are sold in the Jipijapa market” administered by the Autonomous Decentralized Government of Canton Jipijapa interviews were conducted with the administrators of the municipal market and 500 surveys of formal and informal traders, it was obtained as a result that 72.40% have no knowledge of the existence of an organizational management model that ensures the proper functioning, was raised as general objective “Analyze the administrative organizational management model of food products that are sold in the Jipijapa market”, whose specific objectives were: To determine the main foundations of management in municipal market administration, as well as to analyze market administration cantó municipal n Jipijapa in the management of food products and develop an organizational management model in the administration of food products that are sold in the Jipijapa market.

Through the analytical method it was determined that the organization in the administration of the current food products of the municipal market is inefficient, so a model of administrative organizational management is proposed that improves the quality of life of merchants and consumers.

Keywords: Management Model, Food, Organizational, Administrative, Municipal Market, Merchants.

RESUMO

No presente inquérito, o mercado municipal do cantão Jipijapa é tomado como referência, onde se busca “Analisar o modelo de gestão administrativa organizacional de produtos alimentícios vendidos no mercado de Jipijapa”, administrado pelo governo autônomo e descentralizado do cantão As entrevistas de Jipijapa foram realizadas com os administradores do mercado municipal e 500 pesquisas com comerciantes formais e informais; foi obtido como resultado que 72,40% não têm conhecimento da existência de um modelo de gestão organizacional que garanta o bom funcionamento, foi levantado como geral objetivo “Analisar o modelo administrativo de gestão organizacional de produtos alimentícios vendidos no mercado de Jipijapa”, cujos objetivos específicos foram: Determinar os principais fundamentos da gestão na administração municipal do mercado, bem como analisar a administração de mercado no município de Jipijapa gestão de produtos alimentícios e desenvolver uma gestão organizacional modelo atual na administração de produtos alimentícios vendidos no mercado de Jipijapa.

Por meio do método analítico, determinou-se que a organização na administração dos atuais produtos alimentícios do mercado municipal é ineficiente, sendo proposto um modelo de gestão organizacional administrativa que melhora a qualidade de vida dos comerciantes e consumidores.

Palavras-chave: Modelo de Gestão, Alimentos, Organizacional, Administrativo, Mercado Municipal, Comerciantes.

Introducción

Los mercados forman parte de los lugares más arcaicos de comercialización en el Ecuador, donde los comerciantes van a vender o intercambiar su mercadería, con el fin de generar ingresos extras para sus familias.

En el Ecuador de acuerdo a estadísticas del Instituto Nacional de Economía y Censos (INEC, 2000) existen 162.818 Unidades de Producción Agropecuaria (UPA), siendo de gran importancia los sectores primarios y secundarios por su aporte a la economía ecuatoriana.

Las UPA's en la provincia de Manabí abastecen de productos agrícolas a los mercados municipales, caracterizados por la compra-venta de productos agrícolas, pecuarios y de comidas preparadas, en él se constata la presencia de comerciantes, que deben sujetarse a normas calidad y manejo técnico, entre ellos la Organización Internacional de Normalización (ISO) así como manuales de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y disposiciones de los organismos entre ellos: Ministerio de Salud Pública (MSP), Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), Comisión Técnica de Consumo, Nutrición y Salud Alimentaria (Registro Oficial, 2015). Sin embargo, en la actualidad alguna de estas normas y especificaciones técnicas, no se cumplen debido a la falta de control y administración de las entidades competentes.

En el cantón Jipijapa el mercado municipal es dirigido y administrado por las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) municipal, a través del departamento de la unidad de administración de mercados y ferias libres municipales.

En la actualidad el mercado municipal carece de un sistema de control en el manejo administrativo que efectivice la toma de decisiones, evidenciándose en la desorganización e incumplimiento de los objetivos y normas técnicas.

La falta de organización ha llevado a que existan problemas en el manejo de los alimentos como la falta de salubridad, acumulación de basura orgánica e inorgánica, incumpliendo con la seguridad alimentaria (Constitución, 2008).

Metodología

Continuando con el análisis del proceso de gestión organizacional administrativo en la mejora de la comercialización en el mercado municipal, se aplicó el método de análisis-síntesis, también el método lógico – histórico, que fundamentan las bases conceptuales y principios, en las que se diseñará el modelo a proponer.

En el documento se establecieron componentes y relaciones esenciales que estructuran el modelo se aplican relaciones y procedimientos a través de flujogramas que permiten la descripción de funciones para su cumplimiento definitivo de los funcionarios, así como el mejoramiento de procesos y la valoración en la aplicación adecuada del modelo y en un momento determinado la validación de los resultados.

Para conocer las particularidades en el modelo se analizaron resultados en programas como: Word y Excel de encuestas y entrevistas, la observación se realizó sobre las principales actividades socioeconómicas, la implementación de políticas, programas y proyectos del GAD municipal para el desarrollo del mercado municipal.

Desarrollo

Descripción del modelo de gestión administrativa.

El mercado municipal del cantón Jipijapa, el departamento de la unidad de gestión, control y regulación de mercados y ferias libres municipales del Cantón Jipijapa, no ha generado hasta la actualidad un modelo de gestión que permita cumplir con las finalidades y metas, para el fortalecimiento del mercado municipal.

MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS QUE SE EXPENDEN EN EL MERCADO DE JIPIJAPA

El modelo de gestión organizacional para la administración del mercado municipal presentado a continuación considera el apoyo

de los componentes y sus mejoras en las funciones y competencias.

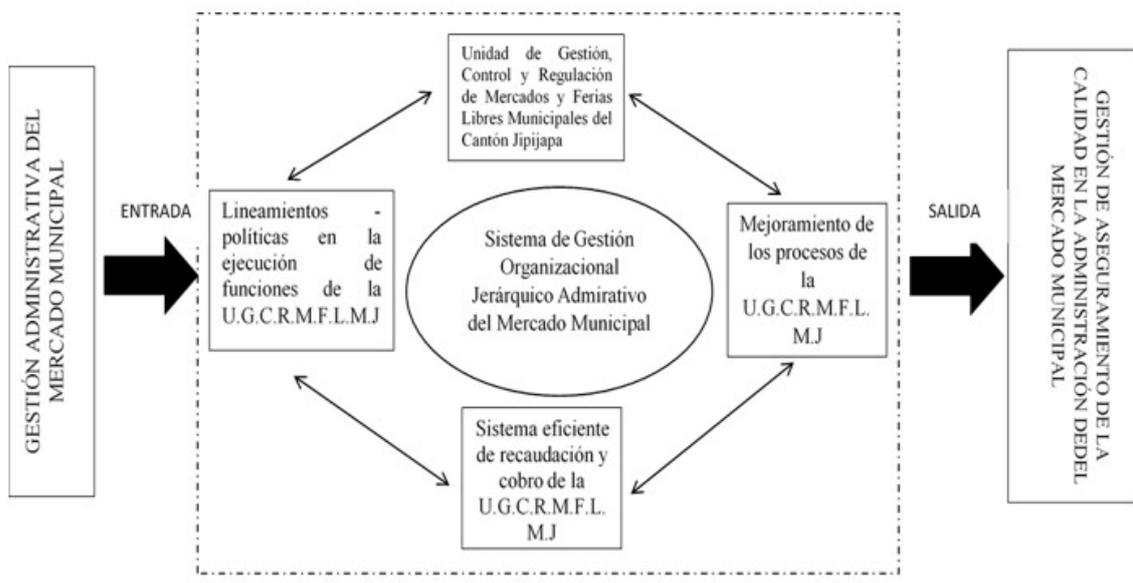


Gráfico 1. Modelo de gestión administrativa para el manejo de mercados municipales

Fuente: Autores 2020

Administración de la Unidad de gestión, control y regulación de mercados y ferias libres municipales del cantón Jipijapa

diseña dentro de este componente las funciones y obligaciones de personal encargado de la administración, conforme otras ordenanzas.

Para el mejoramiento de la organización y administración del mercado municipal se

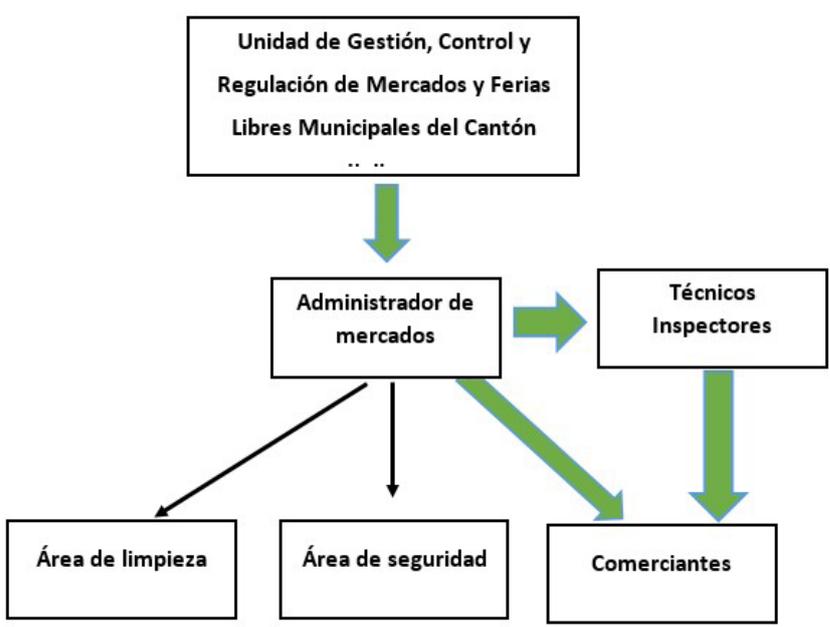


Gráfico 2. Organización estructural

Fuente: Autores 2020



1. Administración de la Unidad de gestión, control y regulación de mercados y ferias libres municipales del cantón Jipijapa

Para el mejoramiento de la organización y administración del mercado municipal se diseñó dentro de este componente las funciones y obligaciones de personal encargado de la administración, conforme otras ordenanzas.

1.1 Administrador:

Es la persona encargada de hacer cumplir las metas establecidas por la unidad de gestión, control y regulación de mercados y ferias libres municipales del Cantón Jipijapa.

Art. 42.- Deberes y atribuciones de la Unidad, Control y Regulación de Mercados Municipales y Ferias Libres.

Son deberes y atribuciones, los siguientes:

- a) Vigilar el cumplimiento de las disposiciones de la presente ordenanza a través de los Inspectores de mercados.
- b) Inspeccionar los puestos comerciales, sus instalaciones y el cumplimiento de los comerciantes.
- c) Otorgar permisos para el uso de puesto eventuales.
- d) Informará al alcalde o alcaldesa, sobre cualquier irregularidad que se produjere en el mercado municipal y las ferias libres de comercio.
- e) Controlar el ornato, aseo, permisos y presentación del mercado municipal;
- f) Adoptar medidas para mantener o restablecer la correcta presentación del servicio;
- g) Controlar el cumplimiento de las condiciones higiénico-sanitarias, así como de precios, etiquetado, manipulación y publicidad de acuerdo con la normativa vigente en materia de sanidad, seguridad y defensa del consumidor;

h) Controlar que las baterías sanitarias y los recipientes de basura cumplan con las condiciones higiénicas sanitarias;

i) Coordinar en el tesorero municipal el inicio de las acciones legales (juicios coactivos) para el cumplimiento del pago de los arriendos.

j) Solicitar al Sr. alcalde se sirva disponer a quien corresponda inicie las acciones legales pertinentes con el fin de recuperar cartera vencida a comerciantes morosos a través de los años en que no han tenido control administrativo y legal. (ORDENANZA, 2017)

Funciones:

- Mantener renovado el censo de los cubículos disponibles.
- Efectuar actividades operativas para mantener actualizado la base de datos de los puestos.
- Autorizar y avalar los cubículos.
- Recibir las quejas y sugerencias por parte de los comerciantes.
- Comunicación constante.
- Ser el órgano de comunicación entre los comerciantes y el alcalde municipal.

Competencias:

- a. Cumplir y hacer cumplir las leyes, ordenanzas, reglamentos y disposiciones superiores.
- b. Establecer disposiciones que mejoren el manejo y orden del mercado municipal, conjuntamente con los Directivos de cada asociación.
- c. Dirigir y controlar al personal que este bajo su responsabilidad.
- d. Vigilar la activar mercantil que se realice en el mercado municipal, los cuales deben estar establecidos en el marco legal penitente.
- e. Velar por el buen orden, limpieza y el uso

adecuado y las instalaciones del mercado municipal.

f. Responsabilizarse de la administración y mantenimiento de las áreas de uso común: armarios de transformación, medidores, tableros de controles y bombas, accesos y circulaciones, sistemas contra incendio, para esto se contará con el soporte técnico.

g. Atender a los reclamos o quejas del público o usuarios del mercado municipal.

h. Dar a conocer la información expresada por instancias superiores.

i. Inspeccionar las instalaciones, puestos y locales de ventas y velar por el cumplimiento del horario de abastecimiento de carga y descarga de los productos dentro del espacio establecido con el fin de no entorpecer el funcionamiento del mercado.

j. Ejecutar acciones para eliminar el comercio informal dentro del mercado municipal y sus alrededores.

k. Llevar la documentación administrativa del mercado, el catastro de los comerciantes, establecer un archivo de los comerciantes con su documentación básica y el registro de infracciones, sanciones cambios y demás información relevante.

l. Realizar informes sobre la situación operativa de funcionamiento del mercado municipal y demás que sean solicitadas por los organismos superiores.

m. Proponer proyectos o ajustes a los reglamentos u ordenanzas, encaminados al mejoramiento del mercado municipal.

n. Coordinar con las unidades pertinentes para las capacitaciones del personal, de comerciantes, y otros actores que participen en el proceso de comercialización de este centro de abastos.

o. Regular de cargadores de mercadería, triciclos de carga, organizándolos para que cumplan su trabajo con orden y limpieza. (PORTOMERCADOS, 2015)

1.2 Técnicos inspectores: Son los encargados de supervisar que los productos cumplan las normas de calidad y seguridad, su función es elaborar un plan de control, examinar productos, realizar controles e informes.

Competencias:

a. Cumplir y hacer cumplir el reglamento y ordenanzas establecidas por la municipalidad.

b. Controlar que los comerciantes se encuentren al día en los pagos por la utilización de puestos designados.

c. Vigiar que los puestos del mercado expendan únicamente el giro o productos con el cual esta catastrados.

d. Controlar que los puestos de mercado se encuentren en perfecto estado o servicio, manteniendo el aseo, haciendo cumplir las ordenanzas municipales y las normas de control sanitario.

e. Verificar que los puestos de los mercados no permanezcan abandonados, debiendo comunicar inmediatamente al administrador de mercado.

f. Controlar que se utilicen pesas y medidas exactas de acuerdo a las disposiciones legales y que se mantengan visibles al público controlar que se exhiban los precios de los artículos.

g. Controla que los comerciantes atiendan al público con amabilidad usando modales y lenguaje apropiado.

h. Verificar que los comerciantes tengan los permisos sanitarios, de funcionamiento y además actualizados. (PORTOMERCADOS, 2015)

1.3 Área de seguridad: Son los encargados de resguardar y vigilar la seguridad de los comerciantes y consumidores del mercado municipal.

Competencias.

- Permite la entrada de comerciantes y consumidores.
- La seguridad de los comerciantes y consumidores.
- No permitir el ingreso de alcohol, armas, drogas.
- Observar el comportamiento de usuarios y comerciantes.
- Hacer frente a situaciones de robo o clientes borrachos.

a. Las políticas relacionadas con la seguridad serán establecidas por la empresa pública de mercado municipal, incluyendo las necesidades seguridad por las asociaciones y ejecutadas a través del administrador de mercados con el personal de seguridad.

b. El personal de seguridad estará debidamente uniformado portando su identificación y todos elementos de la dotación asignada.

c. El personal de seguridad custodia las puertas de acceso existentes, controlando y garantizando el ingreso de los comerciantes, y el público en general haciendo cumplir los horarios de apertura, cierre, de abastecimientos y evitando el ingreso de vendedores ambulantes, personas en bicicletas, personas en estado etílico, mendigos y animales.

d. Controlar las áreas externas y el ingreso al mercado municipal las 24 horas de acuerdo a los turnos establecidos dentro de los horarios de funcionamiento, quienes efectuaran rondas periódicas, a fin de evitar que afecten los bienes del mercado municipal o su adecuado funcionamiento.

e. El personal de seguridad permitirá el ingreso de los funcionarios del mercado o empleados municipales, previa identificación a las áreas de acceso restringido, donde debe justificar el motivo de la visita y debida autorización.

f. Será responsabilidad del guardia de se-

guridad, efectuar rondas continuas por las diferentes áreas internas y externas del mercado municipal y anotar las novedades que se presenten, para que tomen correctivos necesarios, así como efectuar verificaciones de los comerciantes, a fin de evitar el uso de armas de cualquier tipo dentro de las instalaciones del mercado municipal.

g. Los guardias tendrán la obligación de mantener el orden público en las áreas administrativas y operativas del mercado municipal, vigilar moralidad y disciplina por parte de los comerciantes. (PORTOMERCADOS, 2015)

1.4 Área de limpieza:

Competencias

a. El personal de limpieza se encargará de mantener limpias y aseadas permanentemente las instalaciones internas y externas del mercado municipal.

b. Realizar la limpieza diaria en las áreas administrativas y comunales.

c. Conocer y hacer oportunamente el horario, sistemas y metodología de evaluación.

d. Participar en las mingas de limpieza que la administración establezca.

e. Utilizar los equipos apropiados y establecido para desarrollar las actividades de limpieza diaria. (PORTOMERCADOS, 2015)

1.5 Comerciantes: Son los individuos que ofrecen sus productos o servicios, a los habitantes del cantón Jipijapa, su función es proveer productos de excelente calidad.

Art. 11.- Requisitos para el arrendamiento. – El interesado de arrendar un local comercial deberá calificar con los siguientes requisitos.

1. Solicitud dirigida al alcalde o alcaldesa, quien remitirá y ordenará a la Unidad de Gestión, Control y Regulación de Mercados Municipal y Ferias libres, la continuación del trámite.

2. El informe favorable de la unidad de gestión, control y regulación de mercados municipales y ferias libres, dependerá de que el solicitante cumpla con ciertos requisitos tales como:

a. No adecuar a la municipalidad y a sus empresas públicas y al cuerpo de bombero del Cantón Jipijapa.

b. Que la tienda a renovar su contrato no haya sido utilizada como bodega, subarrendada que no prevenga de una venta de derecho de llave, o que haya permanecido cerrada sin ningún justificativo.

3. Certificado de salud otorgado por el organismo competente. (ORDENANZA, 2017)

Art. 26.- Requisitos para funcionamiento. - La persona a quien se adjudique en contrato de arrendamiento de un espacio o local comercial dentro de los mercados municipales debe cumplir con los siguientes requisitos:

a) Poseer patente municipal.

b) Permiso de funcionamiento inferido por el Ministerio de Salud Pública.

c) Permiso de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

d) Haber aprobado con los requisitos que estipula la Unidad de Gestión, Control y Regulación de Mercados Municipales y Ferias Libres en su Art. 11 numeral 2, literales a y b. (ORDENANZA, 2017)

En caso de patente municipal, se observará lo que establece la Ordenanza que reglamenta la determinación, administración, control y recaudación del impuesto de patentes municipal en el cantón Jipijapa. Si el arrendatario no cumple con estos requisitos, su solicitud no será aprobada. (ORDENANZA, 2017)

Art. 39.- Locales de productos provenientes de la sierra. - Los locales de víveres de la sierra y frutas y verduras estarán ubicados conforme lo establecido en el artículo 4 de

la ordenanza. (ORDENANZA, 2017)

Competencias:

a) Exhibir la credencial de identificación de comerciante y pagar lo correspondiente al arrendamiento.

b) Renovar patente las patentes municipales y permisos de higiene y demás documentos habilitantes para el funcionamiento de los puestos o locales.

c) Permanecer en el puesto de ventas durante el horario establecido para este mercado salvo el caso de calamidad doméstica o fuerza mayor comprobada previo conocimiento del administrador.

d) Observar con el Público y sus compañeros de trabajo la debida atención y cortesía usando buenos modales y lenguaje apropiado.

e) Asistir a cursos de capacitación y adiestramiento que se dicten y organicen por parte del administrador y las asociaciones de los comerciantes.

f) Comunicar al administrador de mercados cualquier irregularidad que observe entre los demás comerciantes o en el comportamiento de los colaboradores municipales o de los comerciantes.

g) Acercarse a las comisarias en el término de 48 horas cuando hubieren sido citados por la autoridad competente.

h) Todos los comerciantes deberán tener a la disposición, copias legibles de los respectivos permisos de ocupación de puestos, de higiene y sanitarios. Además, aportar su credencial de identificación de comerciantes, expedido por la autoridad municipal.

i) Mantener visibles al público los precios de las mercaderías o productos.

j) Exender su producto de tal manera que, durante la jornada de venta, no exista en los pasillos de circulación y fuera de los límites de los puestos asignados cualquier mue-

ble, objeto, implementó, mercadería que tenga relación con la actividad comercial que realicen.

k) Utilizar única exclusivamente el uniforme o vestimenta para cada actividad aprobado.

l) Cumplir con los requisitos higiénico – sanitarios y facilitar la inspección y diagnóstico sanitario de sus productos. (PORTOMERCADOS, 2015)

2. Mejoramiento del proceso para contrato de arrendamiento de un cubilo de mercados municipal.

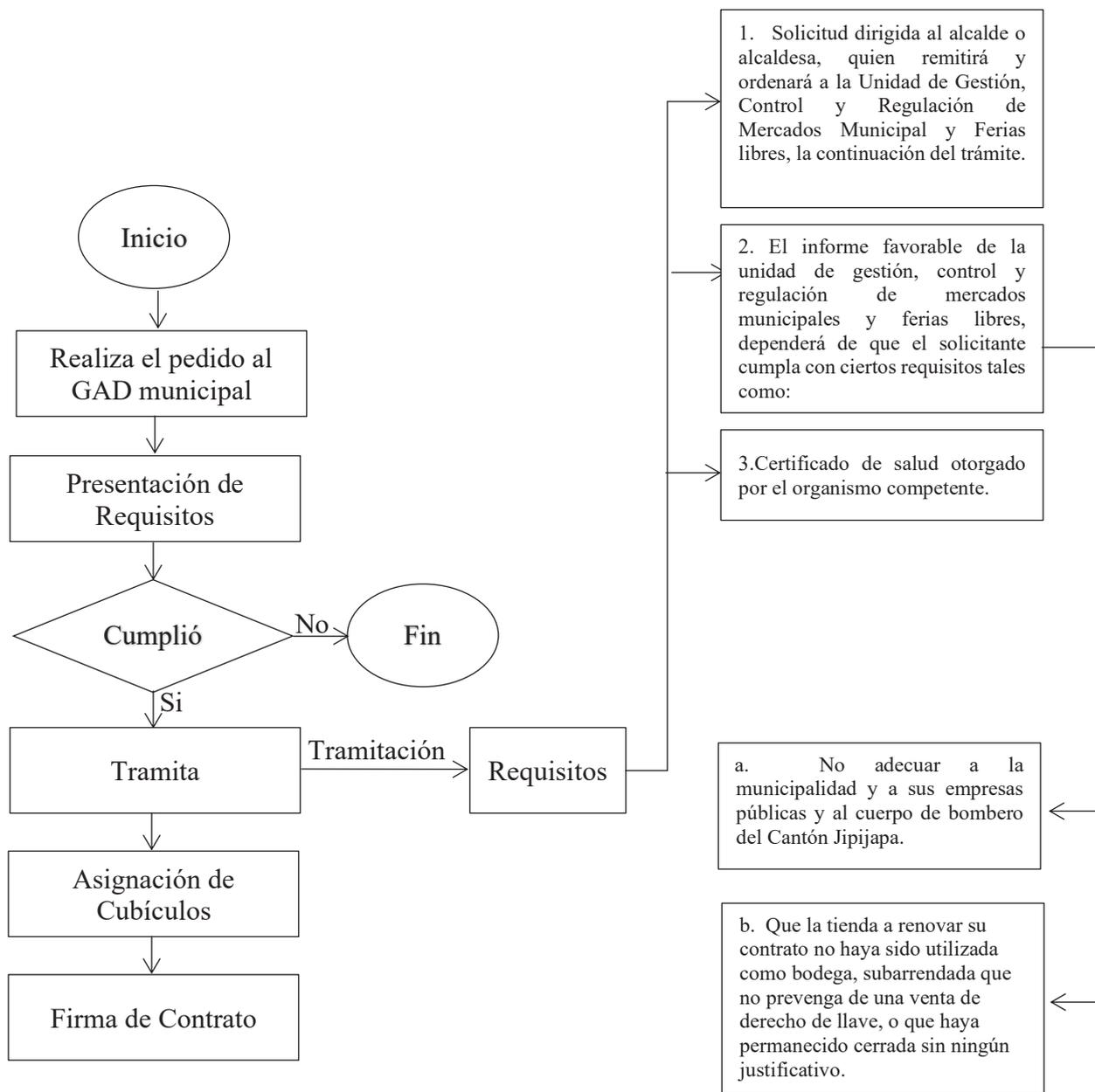


Gráfico 3. Diagrama de flujo para el mejoramiento de proceso para el contrato de arrendamiento de cubículos

Fuente: Autores 2020

2.2. Mejoramiento del proceso para la distribución del comerciante según su finalidad comercial.

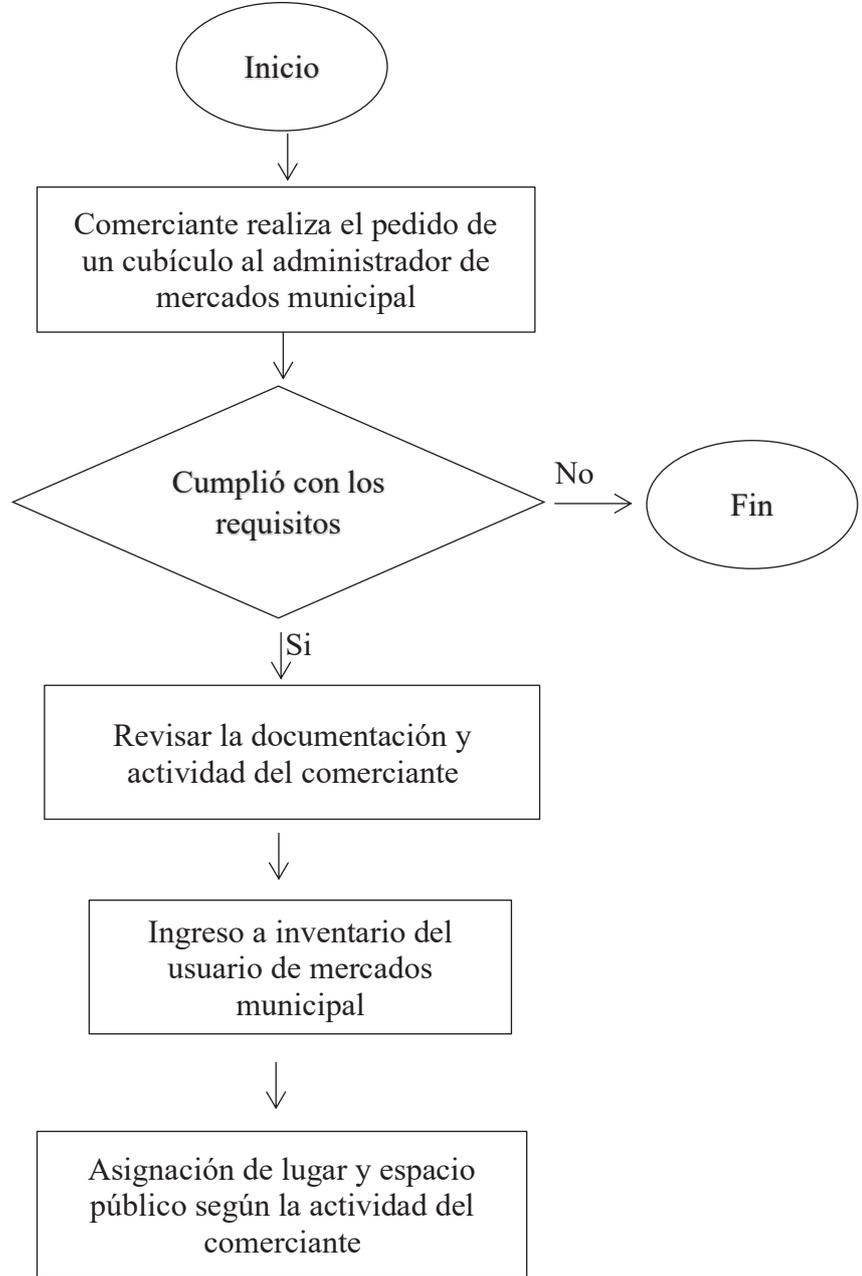


Gráfico 4. Diagrama de flujo para el mejoramiento de proceso, para la distribución del comerciante

Fuente: Autores 2020



2.3 Mejoramiento del proceso de supervisión del buen estado del cubículo, servicios y productos de los comerciantes de mercados municipal.

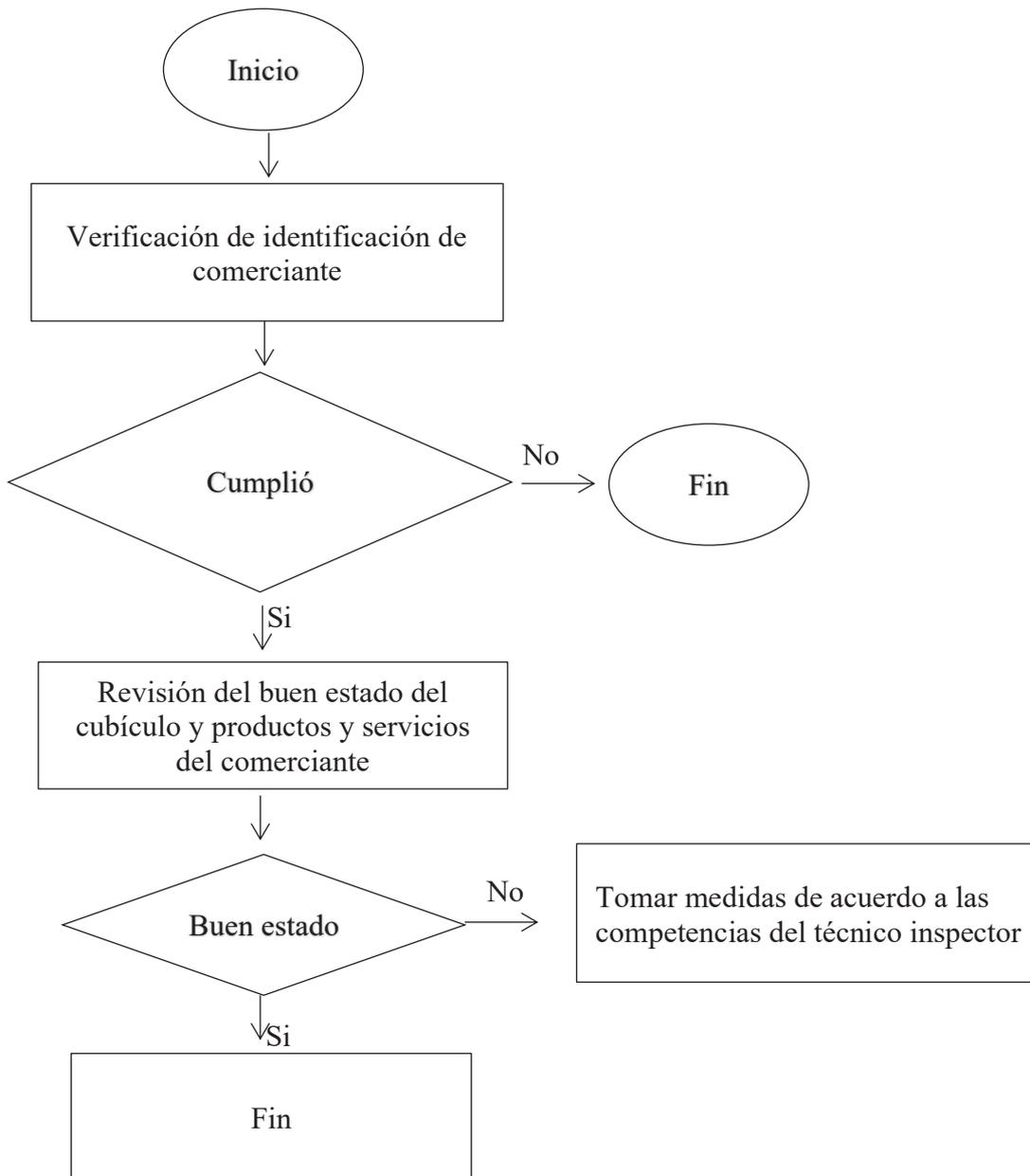


Gráfico 5. Diagrama de flujo para el mejoramiento de proceso, supervisión del buen estado de cubículo, servicios y productos de los comerciantes

Fuente: Autores 2020

2.4 Mejoramiento del proceso para el área de limpieza.

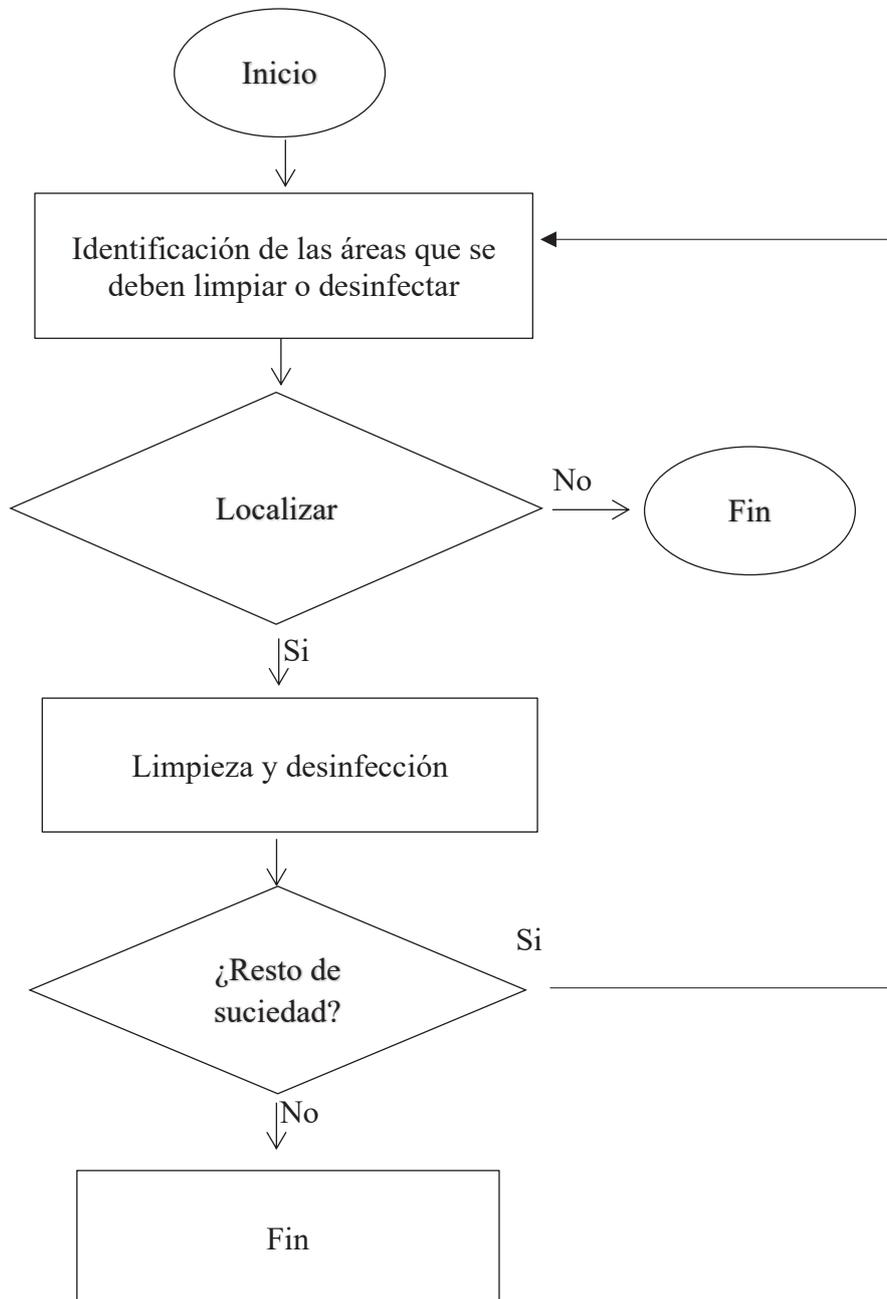


Gráfico 6. Diagrama de flujo para el mejoramiento de proceso, supervisión del buen estado de cubículo, servicios y productos de los comerciantes

Fuente: Autores 2020

2.5 Mejoramiento del proceso para el área de seguridad.

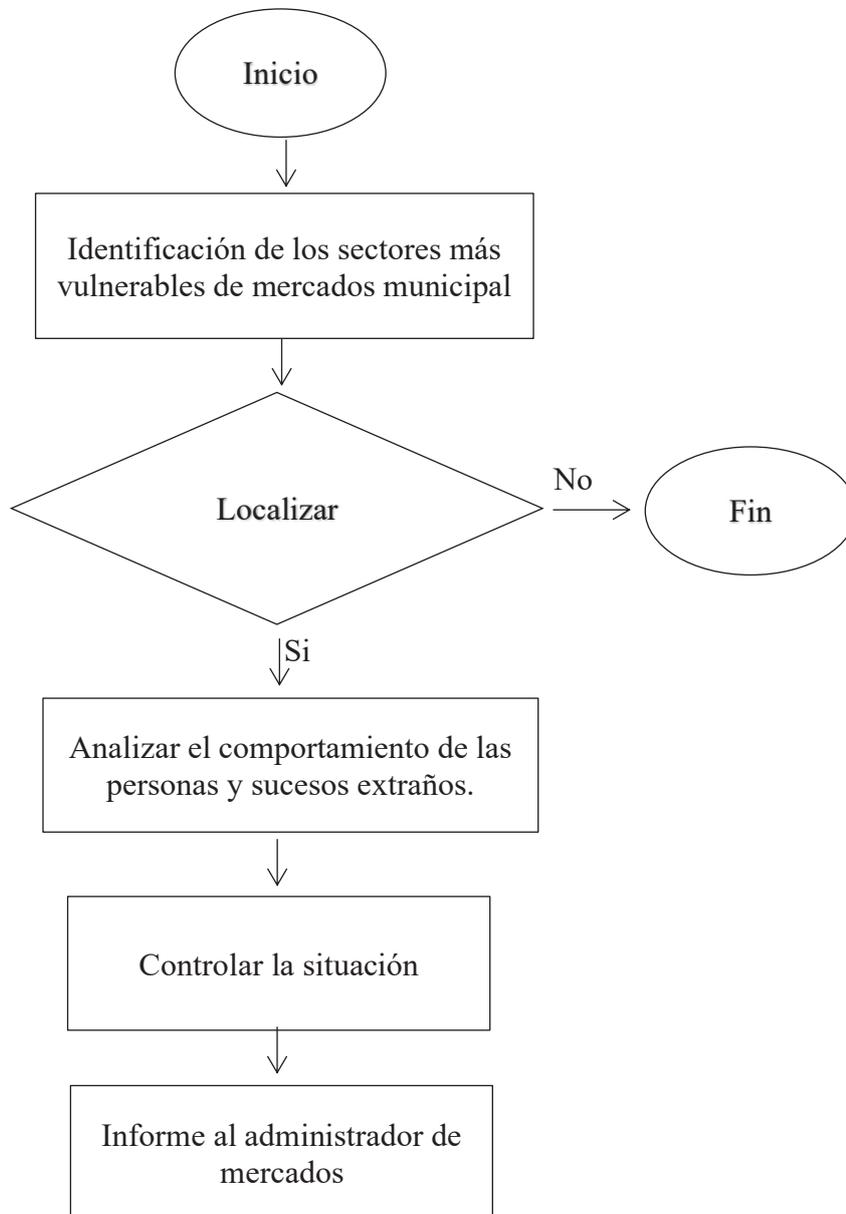


Gráfico 7. Diagrama de flujo para el mejoramiento de la seguridad del mercado municipal

Fuente: Autores 2020

3. Sistema de cobro:

El componente de sistemas cobro se realiza con la finalidad de estructurar

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución de la riqueza nacional.

2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.

3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.

4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.

5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.

6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respecto a los derechos laborales.

7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.

8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.

9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable. (CONSTITUCIÓN, 2008)

CÓDIGO ORGANICO DE PLANIFICACION Y FINANZAS PÚBLICAS

Establece mediante:

Art. 12.- Planificación de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. - La plani-

ficación del desarrollo y el ordenamiento territorial es competencia de los gobiernos autónomos descentralizados en sus territorios. Se ejercerá a través de sus planes propios y demás instrumentos, en articulación y coordinación con los diferentes niveles de gobierno, en el ámbito el Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa. (COPFP, 2010).

Art. 93.- Recaudación. - Las entidades, instituciones y organismos del sector público realizarán la recaudación de los ingresos públicos a través de las entidades financieras u otros mecanismos o medios que se establezcan en la ley o en las normas técnicas expedidas por el ente rector de las demandas públicas, en coordinación con esas entidades. (COPFP, 2010).

La ordenanza del cantón 24 de Mayo, perteneciente a la provincia de Manabí establece:

Art. 13.- Procedimiento: Para el arrendamiento de un local comercial la Dirección Financiera, observara lo que establece la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública y su Reglamento, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, el Código Orgánico, Administrativo; y la presente ordenanza.

Art. 14.- Canon de arrendamiento: El precio del canon arrendamiento mensual de cada local comercial, para el año 2019 se definirá de la siguiente manera, y estos serán revisados anualmente: (Registro Oficial, 2019)

Mercado de abasto municipal

Planta baja:

Bloque A-1: Comprende los locales comerciales asignados para la venta de abarrotes a ocho (8) dólares de Estados Unidos de América cada metro cuadrado.

Bloque A-2: Comprenden los cubículos asignados para la venta de carne de vacuno a ocho (8) dólares de Estados Unidos de

América cada metro cuadrado.

Bloque A-3: Comprende los cubículos asignados para la carne de porcino a ocho (8) dólares de Estados Unidos de América cada metro cuadrado.

Bloque A-4: Comprende los cubículos asignados para venta de pescados y mariscos a siete (7) dólares de Estados Unidos de América cada metro cuadrado.

Bloque A-5: Comprende los cubículos asignados para la venta de legumbres y frutas a siete (7) dólares de Estados Unidos de América cada metro cuadrado.

Planta alta

Bloque B-1: Cubículo asignado para la preparación y expendio de comida siete (7) dólares de Estados Unidos de América cada metro cuadrado.

Bloque B-2: Comprende los cubículos asignados para la venta de lácteos a siete (7) dólares de Estados Unidos de América cada metro cuadrado.

Bloque B-3: Comprende los cubículos asignados para la venta de embutidos a siete (7) dólares de Estados Unidos de América cada metro cuadrado. (Registro Oficial, 2019)

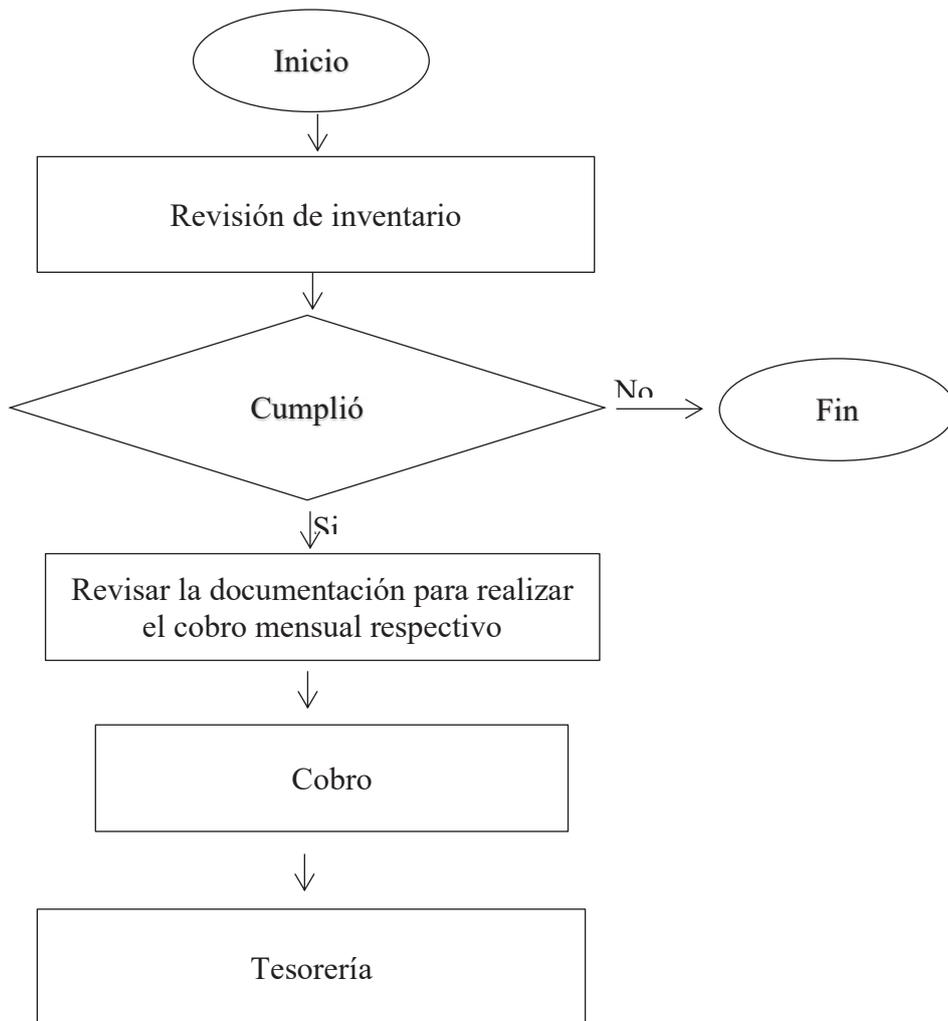


Gráfico 8. Diagrama de flujo para el mejoramiento de proceso, del sistema de cobro

Fuente: Autores 2020

4. Políticas de ejecución de funciones

La Constitución del Ecuador está a la vanguardia mundial en una serie de aspectos. Uno de los principales es la garantía de derechos humanos. En su artículo 3, la Constitución establece como uno de los deberes primordiales de Estado “garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales”. Del mismo modo, el artículo II señala que el más alto deber del Estado consiste en respetar y hacer respetar los derechos consagrados en la Constitución, y establece que el contenido de los derechos se desarrollara de manera progresiva a través de normas, la jurisprudencia y las políticas públicas. (SENPLADES, 2011)

Para el análisis de políticas públicas ha desarrollado importantes aportes teóricos acerca de la construcción y la construcción de la agenda de poderes públicos, considerando los siguientes elementos:

- La identificación de problemas
- La determinación de objetivos
- La determinación de valores
- La definición de problemas (causas y consecuencias)

La priorización de objetivos y problemas

Con el fin de promover, proteger y hacer efectivos los derechos fijados en la Constitución, el EBDH integra los estándares y principios de derecho humanos en las políticas, planes, programas y proyectos públicos. Los estándares de derechos humanos estas codificados en los distintos instrumentos legales de ámbito internacional, regional y nacional, que constituye el contenido mínimo normativo de cada uno de los derechos. (SENPLADES, 2011)

Características de una política pública de excelencia

1. Fundamentación amplia y no solo espe-

cífica (¿Cuál es la idea?, ¿A dónde vamos?)

2. Estimación de costos y de alternativas de financiamiento

3. Factores para una evaluación de costos-beneficio social

4. Beneficio social marginal comparado con el de otras (¿qué es prioritario?)

5. Consistencia interna y agregada (¿a qué se agrega?, o ¿Qué inicia?)

6. De apoyo y críticas probables (políticas, corporativas, académicas)

7. Oportunidad política

8. Lugar en la secuencia de medidas pertinentes (¿Qué es primero?, ¿Qué condiciona que?).

9. Claridad de objetivos

10. Funcionabilidad de los instrumentos.

11. Indicadores (costos unitario, economía, eficacia, eficiencia)

Fuente: CIPE (1996): Directory of Public Institutes in Emerging Markets”, Washington

Los pasos para formulación de política pública según (SENPLADES) consta de:

1. Etapa preparatoria y de diagnostico

2. Etapa de formulación de lineamientos, definición de políticas

3. Aprobación y aval de política sectorial e incorporación en el sistema

4. Difusión da la política (SENPLADES, 2011)

Según SENPLADES en la etapa de preparación de las políticas en las instituciones públicas como los GADs determina la necesidad de formular lineamientos, considerando los espacios de participación ciudadana, al igual que también contemplan la dimensión territorial y la igualdad a través de la formulación programas proyectos indicadores metas. El GAD municipal del cantón Ji-

pipaja ha formulado en la actualidad cinco componentes con 24 políticas locales que inciden en los programas y proyectos del GAD, entre ellos se encuentran:

- Apoyo a la actividad productiva y turística para el desarrollo del cantón Jipijapa.
- Mejoramiento del servicio institucional.
- Fortalecimiento de la capacidad institucional.
- Fortalecer la participación ciudadana.

Para el fortalecimiento de las actividades de mercados municipal a través del departamento de la unidad de gestión, control y regulación de mercados y ferias libres municipales del Cantón Jipijapa, se consideran como lineamientos para el diseño de las políticas públicas locales, programas, proyectos los siguientes:

Lineamientos

Como primer lineamiento de acuerdo al Plan Toda una Vida el eje 2 sobre economía al servicio de la sociedad y el objetivo 5 del impulso de la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria, se determinan como elementos importantes a contemplar en el diseño de las políticas del GADs los siguientes:

- La forma de organización de acuerdo a una planificación que este conforme a los estándares de servicios de calidad como son: INEN, ISO, BPM, Comisión Técnica de Consumo, Nutrición y Salud Alimentaria. Todo esto para brindar servicio de calidad hacia el cliente
- Los problemas básicos de legalización y tributación al servicio de retas internas (SRI).
- Generar mayor énfasis en la redistribución de los comerciantes de acuerdo a su actividad comercial según las normas técnica: INEN, ISO, BPM de los puestos o cubículos.

- Mejorar la limpieza que mejoren la salubridad dentro y fuera de los mercados municipales.
- Establecer seguridad durante las 24 horas para afianzar a los usuarios de los mercados municipal y la de sus clientes.

Conclusiones

Las concepciones teóricas sobre la administración pública en el tema de los manejo de organización de los mercados municipales no han surgido mayores investigaciones sobre la gestión, siendo un elemento importante en el tema de desarrollo local.

El mercado municipal del cantón Jipijapa no cuenta con un modelo de gestión acorde a los requerimientos para el manejo eficiente de los recursos y las actividades de control, seguimiento, siendo necesario generar políticas de sanción a quienes no cumplan con la ordenanza municipal.

El modelo de gestión organizacional administrativo propuesto está basado en el control, planeación y seguimiento de los comerciantes formales e informales del mercado municipales el mismo que permitirá el aseguramiento de la calidad en la administración del mercado municipal.

Bibliografía

- Almeida. (2015). Ordenanza Municipal Cantón Jipijapa para la gestión integral de residuos sólidos. Jipijapa.
- Anonimo. (1786). L'administration de Sebastien-Joseth de Carvalho et Meto, comte d'Oeryas, marquis de Pombal. Lexico de la politica, 1. Recuperado el 05 de Septiembre de 2019, de <http://www.omarguerrero.org/articulos/AdmonPublica.pdf>
- INEC. (2000). Republica del Ecuador. III Censo Nacional Agropecuario. Quito, Ecuador: ESPAC. Recuperado el 27 de Agosto de 2019
- Kramer, P. (2017). Calidad de un alimento, combinación de atributos organolépticos (tales como color, textura, olor y gusto). Mexico: McGraw-Hill.
- Organización Mundial de la Salud. (2018). Control y manejo de alimentos. Quito.

Perez Tenemea, R. A. (27 de Julio de 2019). El Gestor. (F. Lojano, Entrevistador)

Registro Oficial. (309 de Julio de 2015). Gobiernos autonomos descentralizados. San Borondon, Gualaquil, Ecuador: Registro Oficial N°555. Recuperado el 1 de Septiembre de 2019

SENPLADES. (30 de Agosto de 2011). Guia para la formulacion de politicas publicas sectoriales. Quito, Pichicha, Ecuador: SENPLADES.

CITAR ESTE ARTICULO:

Marcillo Parrales, D., Chilan Quimis, D., Marcillo Parrales, F., & Lojano Lojano, F. (2020). Modelo de gestión organizacional en la administración de los productos alimenticios que se expenden en el mercado de Jipijapa. RECIAMUC, 4(1), 406-423. doi:10.26820/reciamuc/4.(1).enero.2020.406-423



RECONOCIMIENTO-NOCOMERCIAL-COMPARTIRIGUAL
CC BY-NC-SA
ESTA LICENCIA PERMITE A OTROS ENTREMEXCLAR, AJUSTAR Y
CONSTRUIR A PARTIR DE SU OBRA CON FINES NO COMERCIALES. SIEMPRE
Y CUANDO LE RECONOZCAN LA AUTORÍA Y SUS NUEVAS CREACIONES
ESTÉN BAJO UNA LICENCIA CON LOS MISMOS TÉRMINOS.