



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO
“HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA”**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**DISEÑO DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA
DIRECCIÓN DE MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

AUTOR: Pérez Riera Nancy Pilar

TUTOR: Ing. Patricio Villacrés Rivera, MBA

Quito, junio, 2019

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad del Tutor del Trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” certifico:

Que el trabajo de investigación **“DISEÑO DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA DIRECCIÓN DE MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**, presentando por la estudiante Pérez Riera Nancy Pilar de la promoción 27 “AE3”, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

Quito, junio 28 del 2019

Atentamente,

Ing. Patricio Villacrés Rivera
MBA Cédula. 170550349-6

AUTORÍA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera en Administración de Empresas de la Promoción 27 “AE3”, declara que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Tecnólogo de Administración de Empresas, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 28 de Junio del 2019

Atentamente,

Pérez Riera Nancy Pilar

C.I. 1716308893

DEDICATORIA

Dedico este proyecto en primer lugar a Dios, por darme la vida y la salud, por estar junto a mí cada instante y segundo de mi vida, por darme la oportunidad de cumplir la meta planteada y ser mi fortaleza en los momentos en los cuales pensaba que no podía cumplir mi sueño, y que hoy, al fin puedo culminar este sueño que se vuelve realidad.

También dedico a mi madre y a mis hijos por ser los pilares fundamentales, por su comprensión, su apoyo moral y emocional que me ha brindado durante todo este tiempo, y de manera especial a mis hijos por ser fuente de inspiración y el apoyo incondicional y fueron esa inspiración que me dieron durante estos años de preparación en mi vida profesional.

También se lo dedico a mi tutor y maestro por entregarme sus conocimientos profesionales, su dedicación, y su amistad incondicional para poder realizar mi proyecto y llegar a la meta, durante todo este tiempo me ha dado ánimos, alentándome que siga no es momento de rendirme, que Dios le cuide mucho y le bendiga.

Nancy Pérez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por vida, la salud, regalarme la inteligencia y el talento que me ha regalado cada día en el transcurso del camino e iluminarme en todo lo que realizo en mí convivir diario.

A mi madre Elcia, a mis hijos Nicole y Jaime Andrés, por ser mis pilares fundamentales, en los que me he apoyado para seguir adelante en el convivir diario en mi carrera profesional y vida personal, de una u otra manera me han servido sus ejemplos, gracias por ayudarme a culminar mis anhelos y muchos más.

A mi tutor de proyecto Ing. Patricio Villacrés Rivera MBA. Por tenerme paciencia y por guiarme en cada paso de este proyecto, ha sido también un amigo.

A mis maestros del Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha porque me impartieron sus conocimientos y experiencias en el transcurso de mi vida estudiantil y que me ayudaron de una u otra forma para hacer posible la realización del proyecto.

Nancy Pérez

RESUMEN

La Agencia de Coordinación Distrital del Comercio a través de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas ha venido administrando los mercados, ferias y plataformas del Distrito Metropolitano de Quito, observando un constante crecimiento, lo que además de generar expectativa en la ciudadanía ha generado como consecuencia el incremento de trámites tanto de internos como externos para poder tener la aceptación y valoración del pueblo quiteño. Por lo que la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, ha visto necesario optimizar los procesos internos y externos para conseguir la rentabilidad esperada y la satisfacción de los clientes en este caso la ciudadanía quiteña al tener un Administrador en cada uno de los mercados, ferias y plataformas.

El volumen actual de trabajo implica el incluir un administrador a cargo de tres o cuatro mercados bajo su responsabilidad, con la finalidad de poder optimizar los procesos operativos de todos los trámites tanto internos como externos.

La planificación como eje principal de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas ha estado desbalanceado por la falta de soporte y por la falta de mejora en sus procesos, por lo que nos enfocaremos en el mejoramiento de los mismos y alcanzar las metas asignadas de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas ya que como una institución municipal debe de adaptarse a los cambios que conlleva la sociedad actual.

La Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas además de ser el motor principal de la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio está asociado con la Dirección de Logística y Operaciones, el Área de Comunicación, el Área Legal, el Área de Talento Humano por lo cual incluiremos en este manual de procedimientos para optimizar los recursos y mantener una eficiencia en todos sus departamentos y sobre todo que el personal que se encuentre a cargo se sienta satisfecho del trabajo realizado.

ABSTRAC

The District Coordination Agency for Trade through the Directorate of Markets, Fairs and Platforms has been administering the markets, fairs and platforms of the Metropolitan District of Quito, observing a constant growth, which in addition to generating expectation in the citizenship has generated consequently, the increase of both internal and external procedures to have the acceptance and appreciation of the people of Quito. So the Directorate of Markets, Fairs and Platforms, has seen the need to optimize internal and external processes to achieve the expected profitability and customer satisfaction in this case the citizens of Quito having an Administrator in each of the markets, fairs and platforms.

The current volume of work involves including an administrator in charge of three or four markets under his responsibility, in order to optimize the operational processes of all internal and external procedures.

Planning as the main axis of the Directorate of Markets, Fairs and Platforms has been unbalanced by the lack of support and the lack of improvement in their processes, so we will focus on improving them and achieve the assigned goals of the Direction of Markets, Fairs and Platforms since as a municipal institution it must adapt to the changes that the current society entails.

The Directorate of Markets, Fairs and Platforms besides being the main engine of the District Coordination Agency of Commerce is associated with the Logistics and Operations Department, the Communication ÁREA, the Legal ÁREA, the Human Talent ÁREA, so we will include in this manual of procedures to optimize the resources and maintain an efficiency in all its departments and above all that the personnel in charge are satisfied with the work done.

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRAC.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLA	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
CAPÍTULO I.....	1
TEMA: DISEÑO DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA DIRECCIÓN DE MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.....	1
1.1 Justificación	1
1.2 Problema	2
1.2.1 Planteamiento del Problema.....	2
1.2.2 Formulación del Problema	3
1.3 Objetivos.....	3
1.3.1 Objetivo General	3
1.3.2 Objetivos Específicos.....	3
1.4 IDEA A DEFENDER	5
CAPITULO II.....	6
MARCO TEÓRICO	6

2.1	ANTECEDENTES	6
2.2	FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	7
2.3	LA ADMINISTRACIÓN Y EL TRABAJO DEL MUNDO.....	7
2.4	MANUALES ADMINISTRATIVOS, ADMINISTRACIÓN.....	8
2.5	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL	11
2.5.1	EL ALCALDE O ALCALDESA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 11	
2.5.2	AGENCIA DE COORDINACIÓN DISTRITAL DEL COMERCIO	13
2.5.3	COMPETENCIAS DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS FERIAS Y PLATAFORMAS según Ordenanza 253	14
2.5.4	NIVEL DE ASESORÍA Y APOYO	15
2.6	MARCO CONCEPTUAL	24
2.7	CLASIFICACIÓN DE LOS MANUALES	26
2.8	PROCEDIMIENTO ACTUAL EN LA DIRECCIÓN DE MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS	28
2.9	LA GOBERNABILIDAD	29
2.9.1	ACTORES DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	29
2.9.2	MAPA DE PROCEDIMIENTOS DEL MERCADO	30
2.9.3	ENTIDADES GENERADORAS DE NORMATIVAS.....	30
2.9.4	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL MERCADO	31
2.9.5	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS ACTORES DEL MODELO DE PROCEDIMIENTOS	32
2.9.5.1	Funciones, Facultades y Responsabilidades del Administrador	32
2.9.5.2	Funciones:.....	32
2.9.5.3	Facultades	32
2.9.5.4	Responsabilidades.....	32

2.9.5.5	Función	34
2.9.5.6	Responsabilidades.....	34
2.9.5.7	Funciones del Presidente de los Mercados	35
2.9.5.8	Funciones del Vice Presidente	36
2.9.5.9	Funciones de los Vocales Principales	37
2.9.5.10	Funciones de los Vocales Suplentes.....	38
2.9.5.11	Funciones del Secretario	39
2.9.5.12	Funciones del Tesorero	40
2.9.5.13	Funciones y Responsabilidades de las Comisiones.....	41
2.9.5.14	Funciones de las Comisiones de Gestión Cultural, Promoción y Capacitación	43
2.9.6	Funciones de la Comisión de Mantenimiento y Mejoras	44
2.9.6.1	Responsabilidades.....	44
2.9.7	Comisión de Salud y Manejo Ambiental	45
2.9.7.1	Funciones y Responsabilidades	45
2.9.8	Funciones Comisión de Seguridad.....	46
2.9.8.1	Funciones y Responsabilidades	46
2.10	Funciones y Responsabilidades de los Comerciantes.....	47
2.10.1	Función	47
2.10.2	Responsabilidades	47
2.11	FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO.....	48
2.12	IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE PROCESOS.....	49
2.13	CADENA DE VALORES	50
METODOLOGÍA.....		51
2.14	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	51
2.15	INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	51

2.16	INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.....	51
2.17	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	52
2.17.1	MÉTODOS TEÓRICOS	52
2.17.2	MÉTODO SINTÉTICO	52
2.17.3	MÉTODO INDUCTIVO.....	52
2.17.4	MÉTODO DEDUCTIVO.....	53
2.17.5	MÉTODO HISTÓRICO LÓGICO.....	53
2.17.6	ECONÓMICA.....	54
2.17.7	POBLACIÓN Y MUESTRA	54
2.18	CÁLCULO DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA PARA LA EJECUCIÓN DE ENCUESTAS DE ACEPTACIÓN DEL SERVICIO.....	54
2.18.1	MUESTRA.....	54
2.19	RESULTADOS DE APLICACIÓN DE ENCUESTAS DE ACEPTACIÓN DEL MERCADO.....	58
2.20	ANÁLISIS – F.O.D.A.	68
2.21	Matrices de Análisis.....	69
2.21.1	Matriz de Impacto Externo	69
2.21.2	Matriz de Impacto Interno	70
2.22	F.O.D.A.....	71
2.23	Matriz de Estrategias – F.O.D.A. – CRUZADA	72
2.24	Síntesis – F.O.D.A. – Explicación de la Matriz.....	73
CAPÍTULO III		75
PROPUESTA ESTRATÉGICA.....		75
3.1	SOCIALIZACIÓN DEL MANUAL ADMINISTRATIVO DE PROCESOS	75

3.1.1	DIRECCIÓN DE MERCADOS FERIAS Y PLATAFORMAS.....	75
3.2	SOCIALIZACIÓN A ASESORÍA JURÍDICA	75
3.3	SOCIALIZACIÓN CON COMUNICACIÓN SOCIAL	76
3.4	SOCIALIZACIÓN CON TALENTO HUMANO.....	76
3.5	REGLAMENTO PARA EL CONTROL DE LOS MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS DE QUITO	77
3.6	DISPOSICIONES GENERALES:.....	78
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
3.7	CONCLUSIONES	84
3.8	RECOMENDACIONES	85
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	86
	ANEXOS	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Insumos.....	54
Tabla 2. Ambiente Laboral.....	58
Tabla 3. Respaldo a las acciones	59
Tabla 4. Responsabilidad.....	60
Tabla 5. Capacitación	61
Tabla 6. Normativas Vigentes	62
Tabla 7. Procesos.....	63
Tabla 8. Procesos Definidos	64
Tabla 9. Manual de Procedimientos	65
Tabla 10. Mejorar procedimiento.....	66
Tabla 11. Partícipe del proceso administrativo	67
Tabla 12: Matriz de Impacto Externo.....	69
Tabla 13: Matriz de Impacto Interno.....	70
Tabla 14: Análisis F.O.D.A.	71
Tabla 15: Matriz de Estrategias-F.O.D.A.	72
Tabla 16. Económica	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Partes manual administrativo	25
Gráfico 2. Ambiente Laboral	58
Gráfico 3. Respaldo a las acciones	59
Gráfico 4. Responsabilidad.....	60
Gráfico 5. Capacitación	61
Gráfico 6. Normativas Vigentes	62
Gráfico 7. Procesos.....	63
Gráfico 8. Procesos Definidos.....	64
Gráfico 9. Manual de Procedimientos	65
Gráfico 10. Mejorar procedimiento.....	66
Gráfico 11. Partícipe del proceso administrativo.....	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagrama de Causa Efecto.....	4
Figura 2: Organigrama estructural y funcional.....	11
Figura 3: Mercado ferias y plataformas.....	30
Figura 4: Estructura del mercado.....	31
Figura 5: Funcionamiento del mercado.....	48
Figura 7: Cadena de valores	50

CAPÍTULO I

TEMA: DISEÑO DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA DIRECCIÓN DE MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

1.1 JUSTIFICACIÓN

La Dirección de Mercados, Ferias y/o Plataformas, al tener como función primaria la planificación organización, y control del sistema de comercialización del DMQ, constante en las normativas impuestas, entre ellas, y con especial atención, la Ordenanza 253 y su Reglamento de Aplicación, tiene como tÁREA fundamental la de establecer las políticas y estrategias para el funcionamiento de los mercados del DMQ, las que deberían constar en una reglamentación estandarizada para todos los mercados, pero particularizando algunas condiciones debido a las diferencias propias de cada uno de ellos.

La inexistencia actual de un documento que norme y regularice las actividades de los mercados, ha generado una serie de inconvenientes y problemáticas que has sido y son atendidas en función de la visión y criterio de cada administrador, causando en más de una ocasión, mayores incidencias.

Este manual se constituiría en la reglamentación interna de cada mercado, que facilitará al Administrador planificar y GESTIÓNar las actividades del mercado, feria y/o plataforma. Considerando que cada mercado tiene sus propias particularidades, cada manual deberá atender y dar solución a los problemas genéricos de los mercados, así como de sus particularidades, sean estas organizacionales, estructurales, físicas, sociales y/o económicas.

Esta reglamentación busca establecer normas y procedimientos que obligatoriamente deben ser acatados por todos los componentes de este organismo, sean funcionarios municipales, comerciantes, proveedores y clientes.

Es así que el diseño del manual de procedimientos será un instrumento que permitirá el control interno del mercado, que permitirá obtener toda información, consolidándola en forma detallada, ordenada, sistemática e integral, así como también, como un documento de la Dirección de Mercados, Ferias y/o Plataformas para el control de todos los mercados a su cargo.

Analizando esta problemática se ve la necesidad imperiosa de crear un Manual de procedimientos para la administración de Mercados, Ferias y Plataformas.

1.2 PROBLEMA

1.2.1 Planteamiento del Problema

La Agencia de Coordinación Distrital del Comercio se encuentra a cargo de administrar y controlar el comercio en el Distrito Metropolitano de Quito, teniendo como órgano planificador y director a la Dirección de Mercados, Ferias y/o Plataformas, bajo la cual se encuentran 55 mercados, ferias y/o plataformas, ubicados geográficamente en toda la jurisdicción del DMQ. Para ello, cuenta con personal directivo, administrativo, y aproximadamente 30 administradores, los mismos que deben ser distribuidos para todos los mercados; por lo que para el manejo de todos los mercados es necesario seguir un manual de procedimientos para dar solución y trámite a los mismos.

La propuesta es diseñar un manual de procedimientos para la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, con la finalidad de coordinar las acciones realizadas por los administradores la Dirección de Mercados.

La falta de coordinación de actividades entre los administradores y la Dirección de los Mercados ha ocasionado varios inconvenientes entre los comerciantes de los mercados y los administradores, desatando varias acusaciones con respecto al manejo de los mercados en el Concejo Metropolitano de Quito.

1.2.2 Formulación del Problema

Inadecuada administración de los mercados del DMQ por ausencia de una reglamentación interna que permita la planificación, organización y control del Mercado, Feria y/o Plataforma.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Coordinar entre los administradores y la Dirección de Mercados los procedimientos administrativos que servirán de soporte para la administración, en el cual se establecerá las funciones, responsabilidades y el control, con la finalidad de estandarizar las actividades y procedimientos en cada una de las ADMINISTRACIONES de los mercados del Distrito Metropolitano de Quito.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Determinar las actividades que se deben realizar de manera cronológica y secuencial de cada uno de los involucrados.
2. Establecer ordenamientos para cada uno de los administradores de los mercados según su organización.
3. Diseñar un manual de procedimientos para la Dirección de Mercados.

MATRIZ ISHIKAWA APLICADA A LA DIRECCIÓN DE MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS

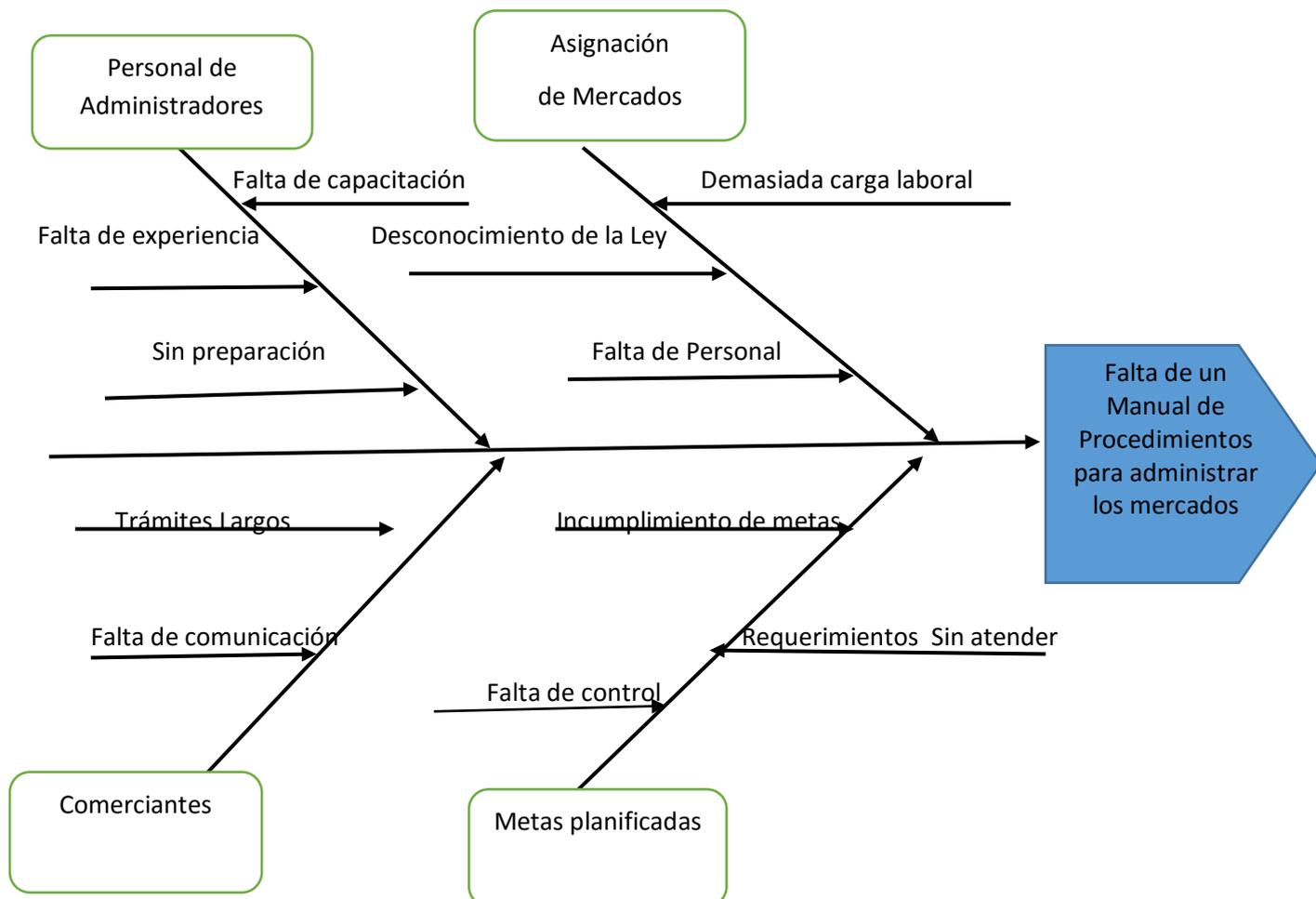


Figura 1: Diagrama de Causa Efecto

Elaborado por: Nancy Pérez

1.4 IDEA A DEFENDER

La creación de un Manual Procedimientos para la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas está enfocado a los Administradores de los Mercados del Distrito Metropolitano de Quito, que permitiría minimizar las acusaciones que se presentan en el Concejo Metropolitano de Quito, y ayudaría de forma efectiva a coordinar las acciones con la Dirección de Mercados.

El Administrador es la voz enmarcada en una persona dentro del mercado, si bien es la máxima autoridad, ya que así como se preocupa por que se cumplan los requerimientos que necesite el mercado, también es considerado como un representante del Municipio y por esto es quien también debe hacer cumplir las leyes que rige a los mercados del Distrito Metropolitano de Quito, ubicados en los diferentes lugares de la ciudad, a pesar de que los centros de abastos cuentan con el Administrador, existen situaciones que se salen del control de este funcionario.

Este proceso generará fortalezas, oportunidades donde se valorará el desempeño del personal, para así generar nuevas estrategias en el desempeño de sus actividades y desarrollar los conocimientos y habilidades en el área de la administración.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

Los manuales administrativos son registros de información escrita que pueden ser utilizados para orientar a un empleado, su uso data de la segunda guerra mundial, tienen una amplia variedad existiendo generales y específicos para cada función o área de la empresa, se elaboran mediante cuatro etapas y proporcionan ventajas en la capacitación de personal de nuevo ingreso.

La elaboración de manuales de administración, no es una nueva idea, se utiliza todos los días con frecuencia en forma inconsciente, en situaciones de problemas básicos, en el uso de la información y el manejo de incertidumbres.

Es un elemento clave para la dirección efectiva de una organización o institución, de igual forma, los ejecutivos que se enfrentan a la situación es difícil, en las que deben tomar decisiones para resolver problemas presentes, pero con repercusiones en el futuro; deben elegir entre diversas estrategias y cursos de acción, esto supone la elaboración y uso de un manual de administración.

Un manual de procesos muestra la relación causa y efecto entre objetivos y restricciones de tal manera que permita resolver problemas que no se pueden efectuar en el sitio debido a su magnitud, complejidad, estructura, situación geográfica, o características importantes del ambiente y condiciones.

La construcción de manuales de administración es la forma diseñada de cómo se distribuyen las personas y las TÁREAS de la organización, es decir la forma de funcionamiento que se quiere que adopte la misma, que les permite a los administradores analizar y estudiar los problemas, así como también examinar las diferentes alternativas.

Un manual de administración puede ser tan sencillo como una simple explicación con palabras de lo fundamental de una realidad.

2.2 FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

Henri Fayol fue uno de los primeros teóricos en definir las funciones de la administración en su libro “Administración Industrielle et Generale” de 1916.

Funciones administrativas: las encargadas de coordinar y sincronizar las otras cinco funciones. Constituyen el objeto principal de estudio para Fayol, pues en su época aún están en pleno desarrollo y concreción.

Dentro de las funciones administrativas distingue:

- **PLANEAR:** anticipar el futuro y trazar el plan de acción.
- **ORGANIZAR:** mantener tanto la estructura material como social de la empresa.
- **DIRIGIR:** guiar y orientar al personal.
- **COORDINAR:** armonizar todos los actos y todos los esfuerzos colectivos.
- **CONTROLAR:** verificar que todo suceda de acuerdo con las reglas establecidas y las órdenes dadas.

2.3 LA ADMINISTRACIÓN Y EL TRABAJO DEL MUNDO

Peter Drucker, la administración no se limita a los negocios, se aplica a todo esfuerzo humano que reúna en una organización a personas con diversos conocimientos y habilidades. Ésta ha producido un gran impacto en las formas de vida del hombre. Ha permitido emplear gran número de personas instruidas en el proceso productivo. El conocimiento avanzado, siempre es altamente especializado, y no produce nada por sí sólo, pero la administración permite integrar esas labores hacia un bien común. La administración convirtió el conocimiento, de ser un ornato social y un lujo, en el verdadero capital de toda economía, el centro de la inversión capitalista.

2.4 MANUALES ADMINISTRATIVOS, ADMINISTRACIÓN

Una de las estrategias para el desarrollo de un organismo social lo constituye la documentación de sus sistemas y en ese orden se hace evidente la necesidad de contar con un programa de revisión constante sobre los sistemas, métodos y procedimientos en la ejecución operativa, que permita descubrir, evaluar y corregir desviaciones de los planes originales. Es asimismo importante contar dentro de la empresa con un área especializada en el estudio de sistemas de la organización o, en su caso, utilizar los servicios de consultoría externa. De cualquier manera, es manifiesta la necesidad de elaborar una guía sobre la actuación individual o por funciones, como consecuencia lógica de intentar un control adecuado dentro de la diversidad de actividades que en la empresa se llevan a cabo. Existen varios autores que dan un concepto de lo que son los manuales administrativos, entre ellos tenemos a:

- Agustín Reyes Ponce: el concepto de un manual es de suyo empírico, variable, y fácil de comprender: “significa un folleto, libro, carpeta, etc., en los que de manera fácil de manejar se concentran en forma sistemática, una serie de elementos administrativos para un fin concreto: orientar y uniformar la conducta que se pretende entre cada grupo humano en la empresa”.
- Graham Kellog, “El manual presenta sistemas y técnicas específicas. Señala el procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas. Un procedimiento por escrito significa establecer debidamente un método estándar para ejecutar algún trabajo.”
- Terry G. R. "Es un registro escrito de información e instrucciones que conciernen al empleado y pueden ser utilizados para orientar los esfuerzos de un empleado en una empresa".
- Continolo G. "Una expresión formal de todas las INFORMACIONES e instrucciones necesarias para operar en un determinado sector; es una guía que permite encaminar en la dirección adecuada los esfuerzos del personal operativo".
- Duhat Kizatus Miguel A. “Un documento que contiene, en forma ordenada y sistemática, información y/o instrucciones sobre historia, organización, política y procedimientos de una empresa, que se consideran necesarios para la menor ejecución

del trabajo”

Los mercados, desde antes de la conquista, se han constituido en los sitios de comercialización más antiguos del Ecuador, donde compradores y vendedores se reunían, manteniéndose hasta hoy sus características, antes de la llegada de los Incas, el lugar donde hoy ocupa la Plaza de San Francisco, en la ciudad de Quito, fue un sitio de intercambio en donde llegaban muchas personas de diferentes lugares de la Sierra, Costa, Valles y Selva para el intercambio constante de productos de todas las zonas climáticas del país.

Es así que Quito se convirtió en un dinámico y prestigioso centro de intercambio, ya que los pasos de montaña eran vías naturales que conectaban a este lugar con la Costa y el Oriente. Por esta razón se ofrecían productos como: pescado seco, concha spondilus, sal, yuca, algodón natural e hilados y tejidos de este material; coca , canastas, cacao, palmito, achiote, fruta de la parte occidental; y del oriente se transportaban cestería, canela, plumas, hierbas, etc., lo que permitía que la gente se proveyera de productos que no producían o que no se encontraban en la zona donde habitaban, si consideramos que la agricultura desde tiempos inmemorables ha constituido una de las principales fuentes de producción de nuestro país. Pero no solo se daba un intercambio de mercancías, si no también se producía un intercambio de noticias, saberes, culturas y sucesos de otros pueblos; es decir que este lugar fue la ventana para conocer poblados fuera de la región.

Y los Mindaláes que eran los mercaderes de aquel tiempo, cumplían la función además de trocar sus productos, la de diplomáticos y mensajeros, pues ellos se relacionaban con los señores o caciques de los pueblos por donde pasaban. Además ellos tenían sus viviendas en la llajta o aldea de Quito para mejorar su actividad. Cuando llegaron los españoles a nuestro país tomaron el nombre de Tianguetz, palabra de origen Mexicano que significa lugar de intercambio, para denominar a este lugar; y de éste han sido herederos los mercados que en la actualidad posee la ciudad capital y el país. Antes de 1904, año en el que expide la primera ordenanza municipal que regula la actividad de los mercados, no existen datos precisos sobre la existencia o no de un mercado.

La Resolución de Alcaldía N° A0002, sancionada el 09 de marzo de 2012, la cual crea la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio, en su Artículo 2 dispone: “(...) La

“Agencia” será la encargada de coordinar y ejecutar las políticas y todas las competencias en la gestión del comercio dentro del Distrito Metropolitano de Quito, enmarcadas en un nuevo modelo económico y productivo, de soberanía alimentaria que garantice el “Buen Vivir”. Para el efecto, articulará las acciones que permitan el desarrollo equitativo, incluyente, solidario, armónico y ordenado del Comercio. El Alcalde Metropolitano en coordinación con los órganos y organismos municipales correspondientes, definirán los planes, prioridades y controles en esta materia (...).”

Fomentar que los productos y servicios que genera el sistema integral de comercialización satisfagan las necesidades de la ciudadanía.

Incrementar la regulación, control y planes que impulsen el crecimiento socio económico de los operadores para que sean competitivos y ofrezcan a la ciudadanía productos y servicios de calidad.

Incrementar la calidad de la gestión operacional y financiera que soporten el eficiente y efectivamente los planes de la institución.

Incrementar el desarrollo del talento humano altamente calificado y comprometido con la institución.

Fomentar el desarrollo socio económico y competitivo del sistema de comercialización, a través de un marco regulatorio integral que permita una administración, control transparente y eficaz de los recursos y actividades, con un recurso humano especializado y motivado, para garantizar la seguridad alimentaria a los ciudadanos del DMQ.

2.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL

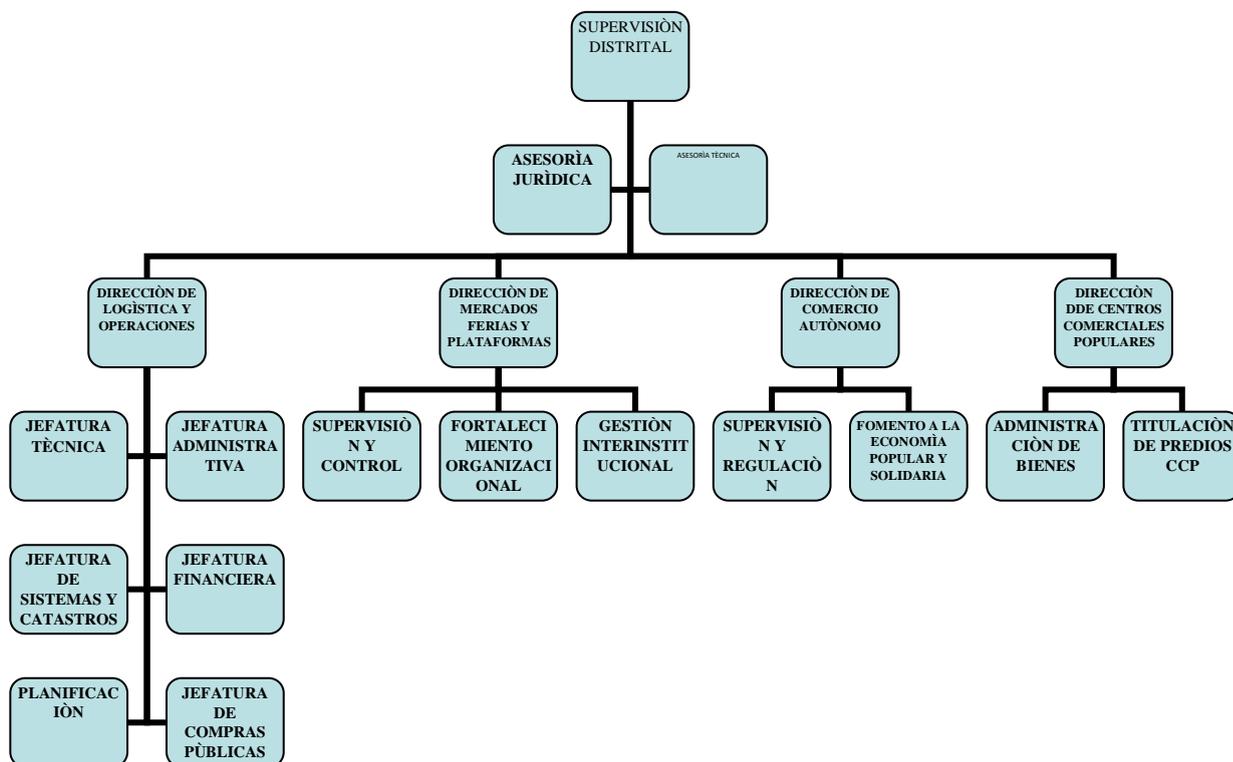


Figura 2: Organigrama estructural y funcional

Elaborado por: Nancy Pérez

NIVEL DIRECTIVO. - Conformado por:

- Alcaldía Metropolitana
- Consejo Superior

2.5.1 EL ALCALDE O ALCALDESA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Con relación a la gestión de la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio las funciones del Alcalde son:

1. Ejercer la máxima autoridad y representación legal de la dependencia.
2. Presentar, para conocimiento y aprobación del Concejo Metropolitano de Quito, los proyectos de ordenanzas relativas a políticas, funcionamiento y desarrollo de la

Agencia de Coordinación Distrital del Comercio.

3. Cumplir y hacer cumplir las leyes, ordenanzas y demás disposiciones legales que regulan la gestión de la dependencia.
 4. Presidir e integrar, por sí o por su delegado, el Consejo Superior de la dependencia.
 5. Emitir resoluciones sobre los asuntos propuestos por el Consejo Superior.
 6. Evaluar la gestión técnica, administrativa y financiera de la dependencia.
 7. Decidir el modelo de gestión administrativa mediante el cual deben ejecutarse el plan metropolitano de desarrollo y el ordenamiento territorial, los planes de urbanismos y las correspondientes obras públicas.
 8. Coordinar la acción distrital metropolitana con las demás entidades públicas y privadas.
- Distrital metropolitana con las demás entidades públicas y privadas;

CONSEJO METROPOLITANO SUPERIOR

El Consejo Metropolitano con relación a la gestión de la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio es:

- 1.- Los presidentes de las Comisiones del Consejo Metropolitano serán convocados a las reuniones respectivas, dependiendo del tema a tratar, y actuarán con voz y voto.
- 2.- El Coordinador/ a Distrital de la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio será nombrado por el Alcalde o Alcaldesa del Distrito Metropolitano de Quito, bajo la modalidad laboral de libre nombramiento y remoción; y estará en el mismo nivel jerárquico que los directores metropolitanos.
- 3.- Ejercer la facultad normativa en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado metropolitano, mediante la expedición de ordenanzas metropolitanas, acuerdos y resoluciones;
- 4.- Regular, mediante ordenanza metropolitana, la aplicación de tributos previstos en la ley a su favor;
- 5.- Crear, modificar o extinguir tasas y contribuciones especiales por los servicios que presta y obras que ejecute;
- 6.- Expedir acuerdos o resoluciones en el ámbito de sus competencias para regular temas institucionales específicos o reconocer derechos particulares;
- 7.- Aprobar el plan metropolitano de desarrollo y el de ordenamiento territorial

elaborados participativamente con la acción del concejo metropolitano de planificación, los gobiernos parroquiales y las instancias de participación ciudadana, así como evaluar la ejecución de aquellos;

8.- Aprobar la creación de empresas públicas o la participación en empresas de economía mixta para la gestión de servicios de su competencia u obras públicas distritales, según las disposiciones de la Constitución, la ley y el estatuto de autonomía. La gestión de los recursos hídricos será exclusivamente pública y comunitaria de acuerdo a las disposiciones constitucionales y legales;

9.- Conocer el plan operativo y el presupuesto de las empresas públicas y mixtas del gobierno autónomo metropolitano, aprobado por el directorio de la respectiva empresa, y consolidarlo en el presupuesto general del gobierno metropolitano;

2.5.2 AGENCIA DE COORDINACIÓN DISTRITAL DEL COMERCIO

La Agencia de Coordinación Distrital del Comercio fue creada Resolución A002 en la cual resuelve en el Art. 1.- “Créase y agréguese dentro de la Gestión Estratégica en el Nivel de Gestión de la estructura del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la unidad especial denominada “Agencia de Coordinación Distrital del Comercio” (en adelante la ente contable dotada de autonomía económica, financiera, administrativa y de gestión.

Art. 2 La “Agencia” será la encargada de coordinar y ejecutar las políticas y todas las competencias en la gestión del comercio dentro del Distrito Metropolitano de Quito, enmarcados en el nuevo modelo económico y productivo, de soberanía alimentaria que garantice el “Buen vivir”. Para el efecto, articulará las acciones que permitan el desarrollo equitativo, incluyente, solidario, armónico y ordenado del Comercio”.

Misión. - Fomentar el desarrollo socio económico y competitivo del sistema de comercialización, a través de un marco regulatorio integral que permita una administración, control transparente y eficaz de los recursos y actividades, con un recurso humano especializado y motivado, para garantizar la seguridad alimentaria a los ciudadanos del DMQ.

2.5.3 COMPETENCIAS DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS FERIAS Y PLATAFORMAS según Ordenanza 253

Atribuciones y responsabilidades. - Son atribuciones y responsabilidades de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas. Según Ordenanza Metropolitana 0253:

Art. II. 270.- *“Objetivos Principales de la Dirección Metropolitana de Comercialización:*

- a) Planificar, organizar y controlar el sistema de comercialización del Distrito Metropolitano de Quito;*
- b) Propender el abastecimiento de productos alimenticios y de primera necesidad en toda circunstancia;*
- c) Construir locales para mercados adecuados en tamaño, estructura, ubicación y distribución interna, para atender aspectos básicos alimentarios de la comunidad;*
- d) Reorganizar parcial o totalmente las instalaciones existentes que se deterioren, para lo cual el comité de adjudicación de puestos reubicará temporalmente a los comerciantes afectados, mientras se ejecutan los trabajos, y garantizará la estabilidad de sus puestos de trabajo;*
- e) Ofrecer mayores facilidades de acceso, estacionamiento, carga, descarga y seguridad para las mercaderías y para quienes participan en su manejo como productor, transportador, comerciantes y compradores;*
- f) Ofrecer a los comerciantes y compradores, puestos acondicionados a sus necesidades, higiénicos, ventilados e iluminados, para que puedan ofertar y adquirir con comodidad sus productos, a precios justos;*
- g) Capacitar al personal administrativo y operativo del sistema de comercialización, para que cumplan sus funciones en forma eficaz, eficiente y así orientar a los comerciantes, atender a los compradores en sus solicitudes, quejas y sugerencias;*
- h) Capacitar y tecnificar a los comerciantes en aspectos sanitarios de mercado, tales como: salud ocupacional, medio ambiente, seguridad industrial conocimiento de las normas jurídicas, ordenanzas, reglamentos, y más regulaciones relacionadas con el sistema de comercialización del Distrito Metropolitano de Quito;*
- i) Establecer un programa de educación a los consumidores mediante demostraciones prácticas de nutrición, carteles, folletos, proyección de películas y otros medios educativos para contribuir a mejorar sus hábitos alimenticios e higiénicos, en coordinación con las*

Direcciones Metropolitanas de: Educación, Salud, Ambiente, Financiera, y Asesoría de Comunicación y Diálogo Social;

j) Contribuir al mejoramiento de las asociaciones gremiales de los comerciantes, mediante la prestación de servicios técnicos y de capacitación permanente; y,

k) Propender al ejercicio de las buenas prácticas comerciales dentro de todo el proceso de comercialización;

Art. II. 271.- Administración y Control.- El Municipio de Distrito Metropolitano de Quito se encargará, a través de la Dirección de Comercialización de la Administración, supervisión, control y vigilancia del cumplimiento del sistema de comercialización.

El control del funcionamiento de los mercados estará a cargo de administradores e inspectores profesionales calificados, designados por el Director Metropolitano de Comercialización, quienes realizarán sus funciones en períodos rotativos sujetos a determinación del Director Metropolitano Comercialización, sobre la base de informes de evaluación. Anualmente el Director Metropolitano de Comercialización informará a la Comisión de Comercialización de este particular”.

2.5.4 NIVEL DE ASESORÍA Y APOYO

Brindan asesoría, soporte y apoyo a la gestión de la Dirección de Mercados Ferias y Plataformas:

- ❖ Coordinación General
- ❖ Asesoría Jurídica
- ❖ Comunicación Social
- ❖ Gestión Administrativa Financiera
- ❖ Gestión de Talento Humano
- ❖ Dirección de Logística y Operaciones

COORDINACIÓN GENERAL

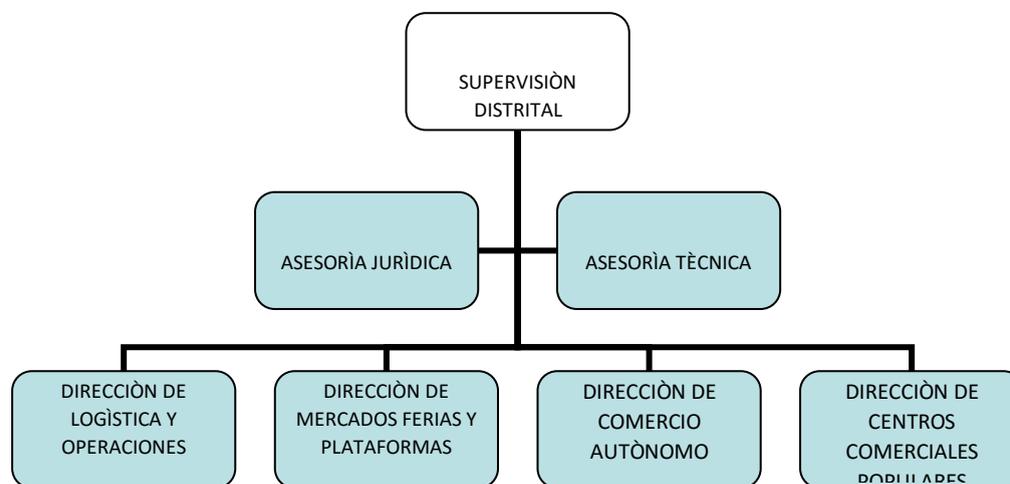
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	COORDINADOR DISTRITAL	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	ALCALDE METROPOLITANO		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO

Coordinar y ejecutar las políticas y competencias en la gestión del Comercio dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Sus funciones por delegación del Sr. Alcalde Metropolitano de Quito, vienen dadas en el Art. 1 de la Resolución A 003 del 18 de agosto de 2009 o la que la sustituya.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Definir e implementar la planificación estratégica	% Implementación planes de acción estratégico anual
3	Definir e implementar la estrategia de marca alineada a la filosofía y estrategia organizacional	% Incremento de participación de mercado
4	Definir e implementar la estrategia de servicios alineada a la filosofía organizacional	% Incremento en servicios
5	Desarrollar y mantener el clima y la cultura organizacional alineada a la filosofía y estrategia organizacional	% Satisfacción laboral

3. NIVEL DE SUPERVISIÓN



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES

MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Estrategias organizacional		
Procesos administrativos		
Financiera- contable-tributaria		Firma autorizada para pagos
Inventario de bodega		
Nómina y personal		
Normas, políticas y procedimientos		

ASESORÍA JURÍDICA

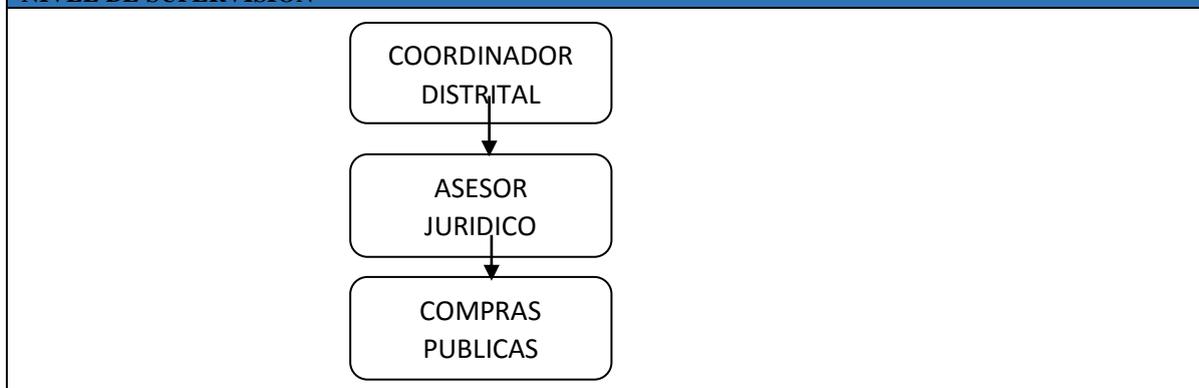
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	ASESOR/A JURÍDICO/A	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	COORDINADOR DISTRITAL		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

OBJETIVO DEL CARGO

Asesorar jurídicamente a todos los procesos de la ACDC y absolver las consultas que se formulen en materias que se hallen dentro de su competencia.

PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Coordina el manejo de los procedimientos precontractuales	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Definir e implementar la planificación estratégica	% Implementación planes de acción estratégico anual
3	Definir e implementar la estrategia de marca alineada a la filosofía y estrategia organizacional	% Incremento de participación de mercado
4	Elaborar los contratos, convenios y demás instrumentos legales necesarios, de conformidad a las leyes vigentes en el Ecuador y a las normas institucionales, así como también realizar el seguimiento respectivo de los mismos.	% Incremento en servicios
5	Asesora jurídicamente a la Alta Dirección y, por su intermedio, o por delegación a los demás procesos de la ACDC	% cumplimiento objetivos estratégicos

NIVEL DE SUPERVISIÓN



NIVEL DE RESPONSABILIDADES

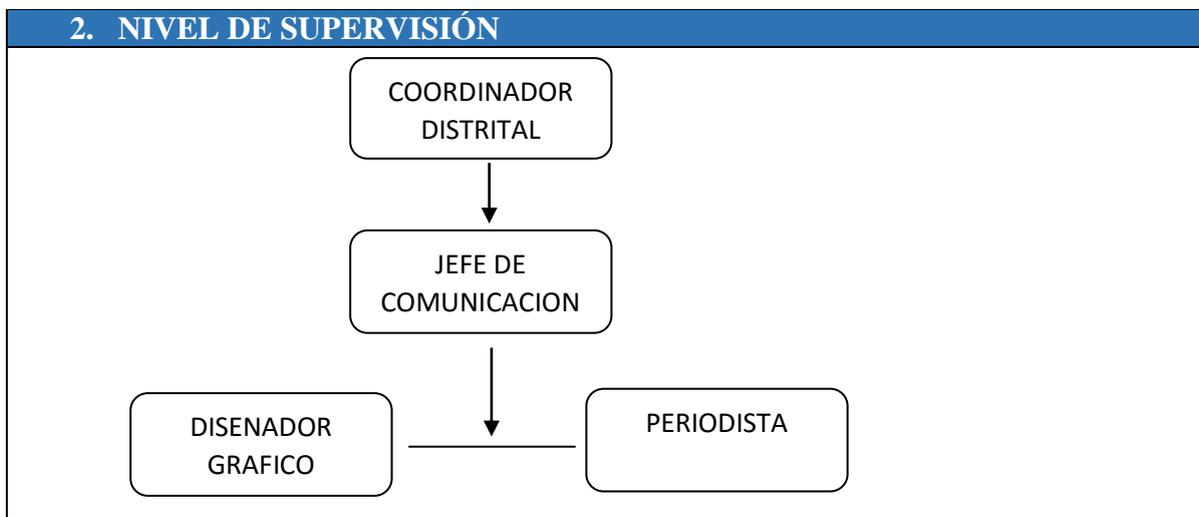
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Estrategias organizacional		
Procesos administrativos		
Contratos, convenios y demás instrumentos legales necesarios, de conformidad a las leyes vigentes en el ecuador y a las normas institucionales		
Coordina el manejo de los procedimientos precontractuales.		
Presenta propuestas de instrumentos normativos		
Normas, políticas y procedimientos		

COMUNICACIÓN SOCIAL

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	JEFE/A DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	COORDINADOR DISTRITAL		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

OBJETIVO DEL CARGO
Ejecutar procesos de gestión de comunicación social de interés institucional para su difusión.

1. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Genera contenidos periodísticos e informativos mensuales con los acontecimientos más importantes de la ACDC.	% Cumplimiento objetivos
2	Definir e implementar la planificación estratégica	% Implementación planes de acción estratégico anual
3	Definir e implementar la estrategia de marca alineada a la filosofía y estrategia organizacional	% Incremento de participación de mercado
4	Establece contactos con la prensa, radio y televisión para la difusión de actividades institucionales.	% Incremento en servicios
5	Monitorea a diario los medios de comunicación.	% Cumplimiento objetivos estratégicos



3. NIVEL DE RESPONSABILIDADES		
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Estrategias organizacional		
Procesos administrativos		
Establecer contactos con la prensa, radio y televisión para la difusión de actividades institucionales.		
Coordinar el manejo de los procedimientos precontractuales.		
Cubrir eventos y los transmite en vivo en las redes sociales de la ACDC		
Normas, políticas y procedimientos		

DIRECCIÓN DE LOGÍSTICA Y OPERACIONES

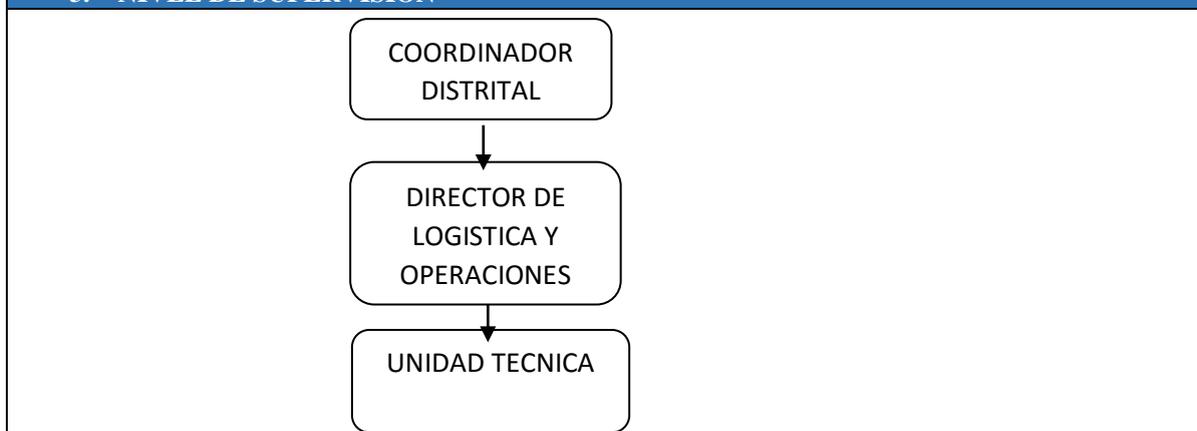
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	DIRECTOR/A DE LOGÍSTICA Y OPERACIONES	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	COORDINADOR DISTRITAL		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO

Planificar, dirigir y supervisar la aplicación de políticas y procedimientos para la ejecución del POA., la elaboración y ejecución de planes y proyectos de mejoramiento de los centros de comercio de la ACDC, con el fin de optimizar el uso de los recursos humanos, económicos, físicos y materiales en el ámbito de las políticas institucionales del marco legal correspondiente.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Informa a la Dirección Ejecutiva sobre el desarrollo de cada uno de los programas, planes y proyectos correspondientes a su área con la periodicidad que se requiera.	% Cumplimiento objetivos
2	Coordina la aplicación de las políticas institucionales en el área técnica y la formulación del Plan Operativo Anual del área de su competencia.	% Implementación planes de acción estratégico anual
3	Definir e implementar la estrategia de marca alineada a la filosofía y estrategia organizacional	% Incremento de participación de mercado
4	Formula y ejecuta proyectos dentro del área de su competencia para el mejoramiento de mercados y centros comerciales.	% Incremento en servicios
5	Brinda asesoría técnica a los diferentes procesos de la ACDC	% Cumplimiento objetivos estratégicos

3. NIVEL DE SUPERVISIÓN



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES

MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Estrategias organizacional		
Procesos administrativos		
Coordina el manejo de los procedimientos precontractuales.		
Coordinar el manejo de del presupuestos asignado para cada proceso		
Brinda asesoría técnica a los diferentes procesos de la ACDC		
Normas, políticas y procedimientos		

GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	JEFE/A ADMINISTRATIVO/A		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO

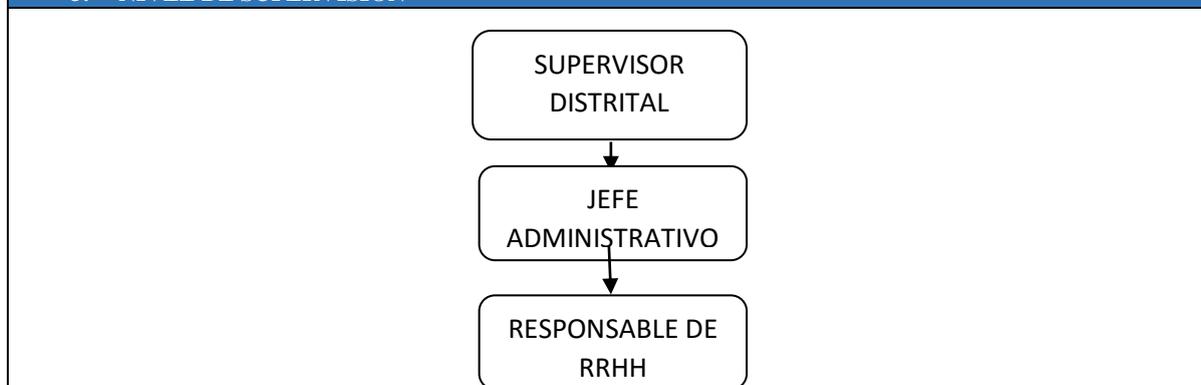
Ejecutar y coordinar actividades técnicas de administración de recursos humanos.
Riesgos de trabajo

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO

INDICADORES DE GESTIÓN

1	Alinear las actividades de la posición al cumplimiento de la planificación estratégica de la organización	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Desarrollar y mantener el clima y cultura organizacional alineadas a la filosofía y estrategia organizacional	% Satisfacción laboral
3	Asegurar procesos de selección que cumplan los perfiles de cargo definidos	% Promedio de desempeño individual
4	Implementar la gestión de desarrollo del TH asegurando el crecimiento individual alineado a la filosofía organizacional	% cierre de brechas de desarrollo de competencias
5	Asegurar equidad interna y competitiva externa en la política de remuneración, incentivos y reconocimientos	% Satisfacción laboral

3. NIVEL DE SUPERVISIÓN



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES

MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Procesos administrativos		
Contratos laborales y acciones de personal.		
Nómina y personal		
Normas, políticas y procedimientos		

GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA

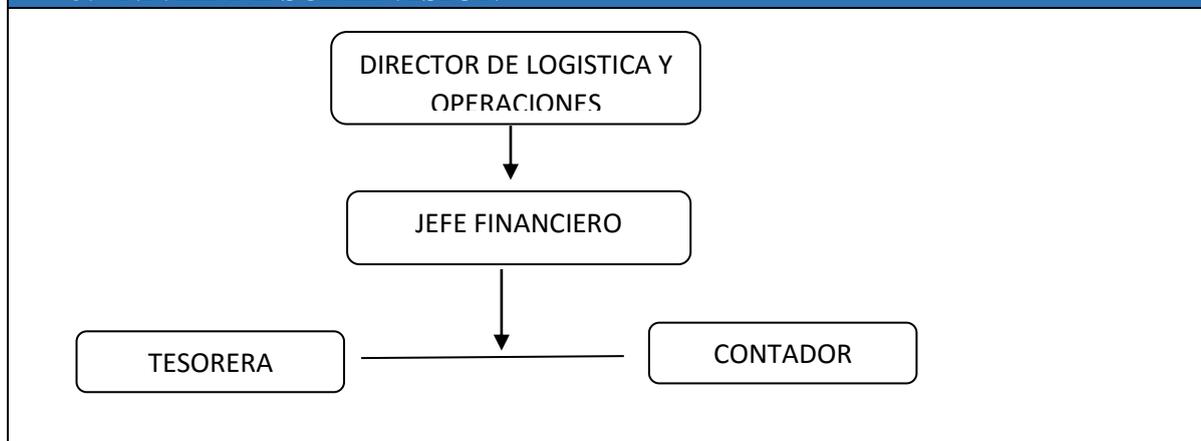
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	JEFE/A FINANCIERA	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	DIRECTOR DE LOGÍSTICA Y OPERACIONES		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO

Ejecutar, coordinar y evaluar la gestión financiera con las diferentes áreas de la institución y autoridades Municipales, tanto financieras, contables y tributaria como inventarios y bodega asegurando el mantenimiento de un adecuado y confiable sistema de información que apoye a la toma de decisiones efectivas.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Alinear las actividades de la posición al cumplimiento de la planificación de la organización	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Cumplir con las regulaciones financiero- contables y tributarias de la organización	% Cumplimiento obligaciones financiero-contables y tributarias
3	Asegurar el cumplimiento de procesos operativos establecidos	% Auditoría de procesos
4	Asegurar el eficiente registro y manejo de información de la organización	% Auditoría financiero – contable
5	Asegurar el cumplimiento en la gestión en las bodegas	Costo manejo inventarios (inventarios físico)

3. NIVEL DE SUPERVISIÓN



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES

MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Proveedores	Muebles, equipos y útiles de oficina	Documento especie valoradas
Financiera-contable-tributaria.		
Nómina y personal		
Inventarios de bodega		
Normas, políticas y procedimientos		

NIVEL OPERATIVO. - Ejecutan acciones especializadas dentro de su competencia.

Está conformado por:

- Jefes Zonales
- Administradores de los Mercados, Ferias y Plataformas

JEFES ZONALES

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	JEFE ZONAL DE MERCADOS	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	DIRECTOR DE MERCADOS, FERIS Y PLATAFORMAS		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO

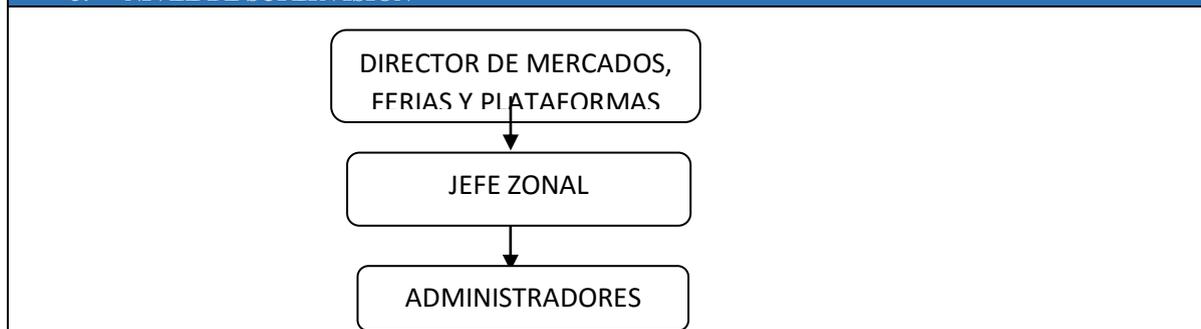
Planificar, organizar, coordinar y supervisar la ejecución de servicios de apoyo al turismo, a la capacitación comunitaria y de acogimiento de personas vulnerables, de acuerdo con las disposiciones y lineamientos de la Dirección General.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO

INDICADORES DE GESTIÓN

1	Alinear las actividades de la posición al cumplimiento de la planificación de la organización	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Cumplimiento de la Ordenanza 253, Normas establecidas y disposiciones de la DMFP	% Cumplimiento obligaciones
3	Asegurar el cumplimiento de procesos operativos establecidos	% Incremento en servicios
4	En base a diagnostico situacional, realizar la planificación de cada mercado (cronogramas y actividades) en coordinación con administradores.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
5	Definir e implementar la planificación estratégica	% Implementación planes de acción estratégico anual

3. NIVEL DE SUPERVISION



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES

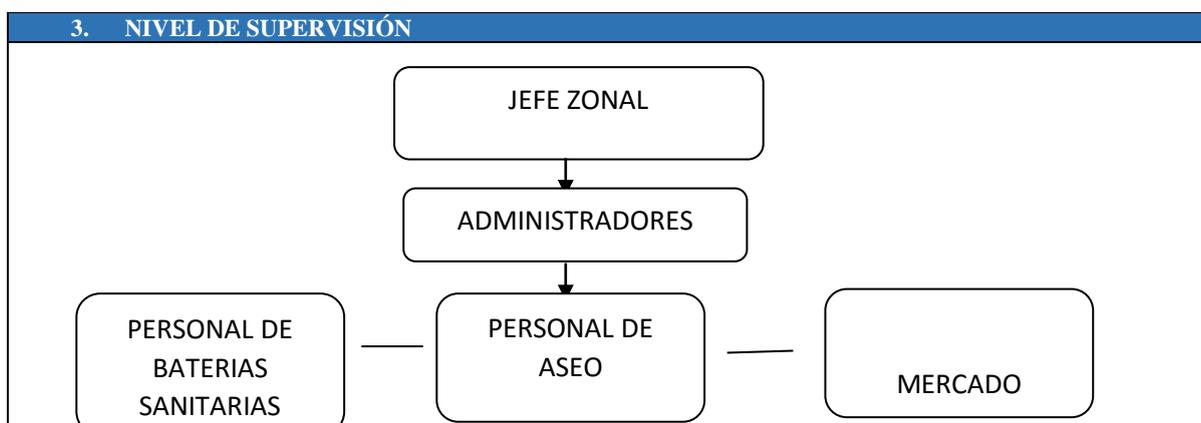
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Potencializar el fortalecimiento y promoción a los mercados		
Coordinar mediación para la solución de conflictos en casos específicos.		
Normas, políticas y procedimientos		

ADMINISTRADORES DE LOS MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	ADMINISTRADOR DE MERCADOS	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	JEFE ZONAL		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO
Planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar procesos y actividades relacionadas a la administración y desarrollo de los mercados del DMQ.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO	INDICADORES DE GESTIÓN
1 Alinear las actividades de la posición al cumplimiento de la planificación de la organización	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2 Controla el cumplimiento de la ordenanza 253.	% Cumplimiento obligaciones
3 Asegurar el cumplimiento de procesos operativos establecidos	% Incremento en servicios
4 Elabora una base de datos de los comerciantes existentes en los mercados y la mantiene actualizada.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
5 Vigilar que toda actividad realizada en los mercados, ferias y plataformas cuente con la autorización de la DMFP	% Cumplimiento



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
MANEJO DE INFORMACIÓN		
Verificar la asistencia del personal (cuidadoras de baterías sanitarias y peones de aseo) y de los comerciantes		
Coordinar mediación para la solución de conflictos en casos específicos.		
Controla la higiene del puesto de comida.		
Realizar informes de novedades suscitadas en los mercados		
Normas, políticas y procedimientos		

2.6 MARCO CONCEPTUAL

Es una guía descriptiva que establece los roles, funciones, atribuciones y responsabilidades que tienen asignada la organización, las áreas y los cargos. Establece las relaciones de unidades internas, y condiciones personales y profesionales que deben reunir las personas que ocupen los cargos.

Es muy importante su utilización por cuanto es una valiosa herramienta técnica que ayuda a lograr una adecuada sistematización de los procedimientos administrativos de la empresa. Indican las actividades a ser cumplidas por los miembros de la empresa y la forma en cómo deben ser realizadas, ya sea en conjunto o separadamente.



Gráfico 1. Partes manual administrativo

Elaborado por: Nancy Pérez

2.7 CLASIFICACIÓN DE LOS MANUALES

POR SU CONTENIDO

- De historia. -Proporciona información acerca de los comienzos, crecimiento, logros y posición actual de la organización. Cuando es bien elaborado y aplicado motiva al empleado a comprender mejor a la organización y a sentirse parte de ella.
- De organización. - Expone de forma detallada la estructura de la organización formal a través de dar a conocer los objetivos, funciones, autoridades y responsables de distintos puestos.
- De políticas. - Describe los puntos establecidos a seguir en la toma de decisiones para el logro de los objetivos. Si este manual es el adecuado permitirá agilizar el proceso de toma de decisiones y facilitará la descentralización.
- De procedimientos. - Expresa los procedimientos administrativos a través de los cuales se enfoca la actividad operativa del organismo. También le explica al personal cómo hacer su trabajo y a utilizar los procedimientos administrativos prescritos.
- De contenido múltiple. - Es cuando la cantidad de personal o actividades no sean las suficientes como para hacer manuales detallados y se crean manuales donde se combinen dos o más categorías como “políticas y procedimiento”.

POR SU ÁMBITO DE APLICACIÓN GENERAL

También reglamentos internos, se refieren a estructura global de la organización, sus políticas, los procedimientos de trabajo, del personal. Son de propósito múltiple.

- De organización y funciones: Establece estructura orgánica de la entidad y funciones que cumplen diferentes órganos internos, las relaciones formales necesarias en el cumplimiento de sus TÁREAS.
- De procedimiento: Su objetivo es establecer los procedimientos de todas las

unidades que conforman un organismo con el fin de unificarlas.

- De políticas: Dirección fija orientaciones y directrices que deben ser adoptadas por los miembros de la organización. Facilita cumplimiento de objetivos aprobados tratando de dar armonía, consistencia y solidez a entidad y sus miembros en las relaciones con los clientes, con los proveedores y con otras organizaciones.

ESPECÍFICO

Estos manuales contienen información de una unidad orgánica.

- De reclutamiento y selección: Se refiere al área del personal y su objetivo es establecer pautas de cómo reclutar y seleccionar.
- De auditoría interna: Agrupa lineamientos e instrucciones que se aplican a actividades de la auditoría interna.
- De políticas de personal: Su objetivo es definir políticas, así como señalar guías respecto a temas de contratación, permisos, etc.
- De procedimiento de tesorería: Su objetivo es establecer procesos a seguir en el área de tesorería, a fin de capitalizar las oportunidades que se generan al seguir una secuencia en el trabajo.

POR FUNCIÓN ESPECÍFICA

- **De Producción.** - Dicta las instrucciones necesarias para coordinar los procesos de fabricación, es decir la inspección y control de producción.
- **De Compras.** - Define las actividades que se relacionan con las compras, es una útil fuente de referencia para los compradores.
- **De Ventas.** - Su objetivo es señalar los aspectos esenciales del trabajo de ventas como son las políticas de ventas, procedimientos, controles, etc.
- **De Finanzas.** - Determina responsabilidades financieras en todos los niveles de administración y contiene instrucciones específicas dirigidas al personal que tengan que ver con el manejo de dinero y protección de bienes.
- **De Contabilidad.** - Señala los principios y técnicas de la contabilidad que debe seguir todo el personal relacionado con esta actividad. Contiene estructura orgánica del departamento, descripción del sistema contable, manejo

de registros, etc.

- **De Crédito y Cobranzas.** - Son los procedimientos y normas por escrito que determinan a esta actividad. Puede contener operaciones de crédito y cobranza, control y cobro de las operaciones de crédito, etc.
- **De Personal.** - Su objetivo es comunicar las actividades y políticas de la dirección superior en lo que se refiere a personal. Contiene reclutamiento y selección, administración de personal, políticas de personal, capacitación.
- **De Técnico.** - Contiene los principios y técnicas de una función operacional determinada. Un ejemplo de eso puede ser el manual de sistemas y procedimientos.
- **De Adiestramiento.** - Su objetivo es explicar de forma detallada las labores, los procesos y las rutinas de un puesto en particular. También incluye técnicas programadas de aprendizaje o cuestionarios de autoevaluación para el usuario.

2.8 PROCEDIMIENTO ACTUAL EN LA DIRECCIÓN DE MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS

REGISTRO DEL INGRESO DEL PERSONAL DE ADMINISTRADORES PARA LA DIRECCIÓN DE MERCADOS FERIAS Y PLATAFORMAS

1. Mediante memorando autorizado por parte del Coordinador Distrital de la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio, enviará al área de Recursos Humanos el documento con la sumilla inserta indicando la autorización para realizar la respectiva contratación, el responsable de esta área revisará que la carpeta entregada contenga toda la documentación solicitada, la misma que será enviada a la Administración Central de Recursos Humanos para su verificación y respectiva autorización, para posteriormente realizar el ingreso al sistema del Municipio de Quito.
2. Luego de terminar con el trámite de contratación, es la Dirección de Mercados que determina que Mercado será asignado para cumplir las funciones de administrador. Es así que una vez que ha sido notificado por Recursos Humanos inicia sus labores.

2.9 LA GOBERNABILIDAD

La Gobernabilidad debe entenderse como “el conjunto de modalidades de coordinación de las acciones individuales, entendidas como fuentes primarias de construcción del orden social; Por extensión, gobernabilidad es definida como cualquier forma de coordinación social”¹. Para ello, se considera que la gobernabilidad está dada por la capacidad de formular e implementar políticas públicas por parte de la autoridad hacia sus órganos subordinados. Aplicado este concepto de los MFPs, la gobernabilidad está dada por la participación conjunta entre el representante del Municipal la Agencia de Coordinación Distrital de Comercio, a través de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas (Administrador), y los representantes de Comercio, (Directiva del Mercado).

2.9.1 ACTORES DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

En un Manual de procedimientos existen actores internos y externos, y son todos aquellos que intervienen directa o indirectamente en los procesos.

En los Mercados, ferias y/o plataformas, los principales actores son:

- Administración
 - Comerciantes
 - Proveedores
 - Consumidores o clientes
-

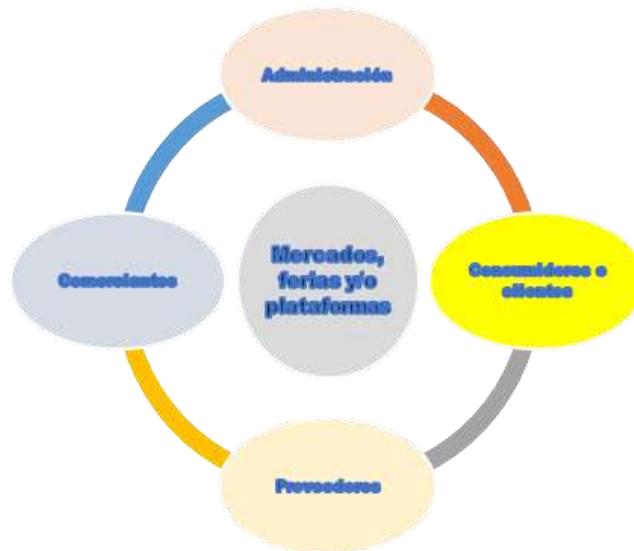


Figura 3: Mercado ferias y plataformas

Elaborado por: Nancy Pérez

2.9.2 MAPA DE PROCEDIMIENTOS DEL MERCADO

La siguiente gráfica muestra el esquema completo del Modelo de Gestión, con todos los procesos que se realizan en el Mercado, clasificados como: Procesos Gobernantes, Procesos Sustantivos, y Procesos Adjetivos. También se visualizan las entidades que intervienen, a través de normativas o políticas, en los procesos del MFP, así como también los recursos que deben ser considerados como importantes para que los procesos se ejecuten adecuadamente.

2.9.3 ENTIDADES GENERADORAS DE NORMATIVAS

En la parte superior de este diagrama, se detallan todas las entidades que emiten normativas que deben ser atendidas o cumplidas por los MFPs en forma obligatoria. Estas entidades también emitir disposiciones que influirían en los mercados. De incrementarse otras entidades o normativas, el diagrama debe ser actualizado. No se especifican las normativas y leyes superiores, pero éstas tienen también que ser cumplidas obligatoriamente.

2.9.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL MERCADO

Debido a que cada mercado, feria y/o plataforma tiene sus peculiaridades y particularidades, tanto físicas como funcionales, la estructura organizacional varía y debe ser estructurada en función de las necesidades y proyecciones. En forma general, cada MFP tendrá un Administrador, una Directiva y Comisiones, siendo éstas últimas lo que podría variar, pudiendo aumentar o disminuirse de la estructura que se propone.

El organigrama de la estructura propuesta, nos permite definir claramente las relaciones existentes entre los actores, así como la línea jerárquica entre los organismos que lo conforman.

La estructura del Mercado SANTA CLARA está conformada por:

- ✓ Administración
- ✓ Directiva.
- ✓ Personal administrativo
- ✓ Comisiones Permanentes:
 - Comisión de Mantenimiento y Mejoras
 - Comisión de Salud y Manejo Ambiental
 - Comisión de Seguridad
- ✓ Comerciantes

La estructura del MFP debe ser continuamente actualizada, para lo cual, se debe utilizar las matrices que para el efecto están preparadas.

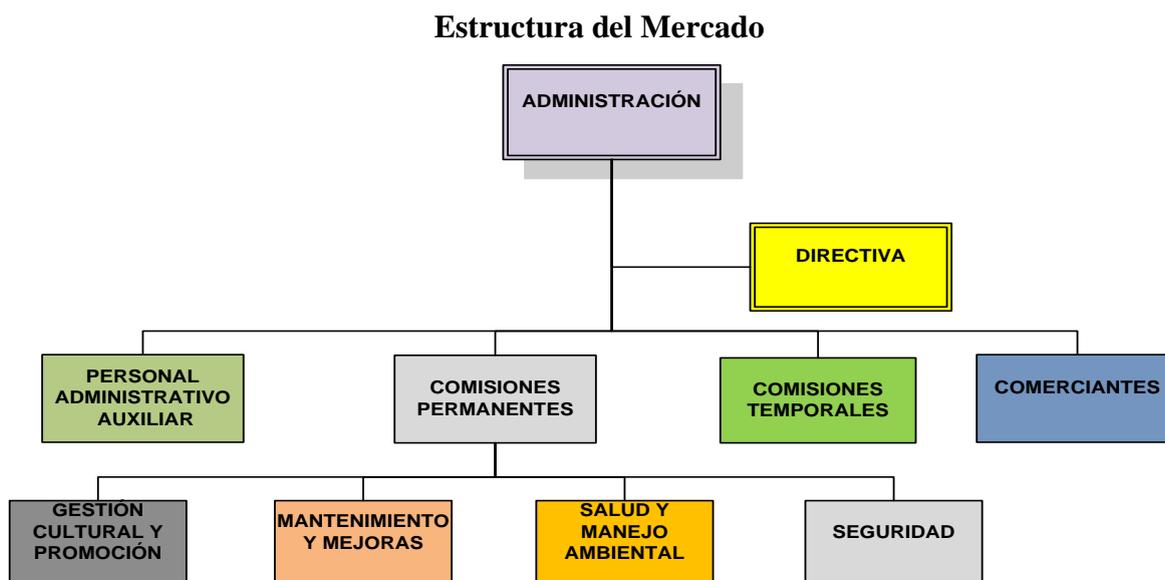


Figura 4: Estructura del mercado

Elaborado por: Nancy Pérez

Matriz de la Estructura Administrativa del Mercado

Ord	Nombre del Funcionario	Función desempeña	Título/Nivel de Instrucción	Tipo de Contrato	Tiempo en función	Fecha finaliza función	Teléfono	Observaciones

2.9.5 FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS ACTORES DEL MODELO DE PROCEDIMIENTOS

2.9.5.1 Funciones, Facultades y Responsabilidades del Administrador

2.9.5.2 Funciones:

- ✓ Planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar los procesos y actividades relacionadas a la administración y desarrollo del Centro de Comercio.

2.9.5.3 Facultades

- ✓ Conformar comisiones permanentes y/o temporales para potencializar el Centro de Comercio;
- ✓ Emitir informes motivados por el que sugiere el inicio del proceso administrativo sancionador a los adjudicatarios de los locales e islas, siempre y cuando contravengan las normas de las ordenanzas o reglamentos, el mismo que lo remitirá a su Jefe Zonal para que lo eleve a conocimiento de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas Municipales, y ésta, a su vez, al área Jurídica para el trámite correspondiente
- ✓ Complementar cuantas otras funciones o actividades se deriven de la Ordenanza No. 253 o las que le fueren encomendadas;
- ✓ Convocar a las respectivas asambleas en forma Ordinaria cada tres meses, o extraordinariamente, cuando el caso lo amerite, o sea solicitada por la Directiva o los Comerciantes.

2.9.5.4 Responsabilidades

- ✓ Cumplir y hacer cumplir las leyes, reglamentos, ordenanzas, resoluciones administrativas y disposiciones superiores;
- ✓ Sugerir a la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas Municipales, las disposiciones que creyeren necesarias para el buen funcionamiento, manejo y orden del Centro de Comercio;

- ✓ Planificar y proponer proyectos, propuestas para dinamizar la condición comercial del Centro de Comercio, en estricta relación con la planificación estratégica de la DMFP referente a su Centro de Comercio;
- ✓ Dirigir y controlar el personal de limpieza, vigilancia, baterías sanitarias y parqueaderos
- ✓ Vigilar que la actividad mercantil que se realiza en este Centro de Comercio, se halle dentro del marco legal pertinente;
- ✓ Velar por el buen orden, limpieza y uso adecuado de las instalaciones y su aprovechamiento común;
- ✓ Atender las quejas y reclamaciones del cliente y adjudicatarios de los locales e islas, resolverlas y de ser el caso, transmitir las a la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas Municipales;
- ✓ Cumplir y difundir las disposiciones que se emanen de las instancias superiores
- ✓ Facilitar el trabajo de los inspectores sanitarios y demás entidades de control para el cumplimiento de sus funciones;
- ✓ Velar por la conservación y mantenimiento del espacio físico y sus instalaciones, aplicando lo reglamentado;
- ✓ Vigilar la documentación administrativa del Centro de Comercio; así como el expediente individual a cada catastro
- ✓ Supervisar y controlar el cumplimiento de los procesos de recaudación, aseo, vigilancia y mantenimiento físico en el área, los que son de su responsabilidad. Igualmente controlara el uso adecuado de las instalaciones, por parte de los adjudicatarios.
- ✓ Controlar la cancelación de valores por concepto de servicios básicos por parte de los adjudicatarios;
- ✓ Facilitar los datos para la elaboración de los contratos administrativos de arrendamiento de locales e islas.
- ✓ Emitir informes mensuales a la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas Municipales y Agencia de Coordinación Distrital de Comercio ACDC sobre la gestión realizada.

2.9.8 FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LA DIRECTIVA DEL MFP

La Directiva estará conformada por representantes de los comerciantes, quienes deberán ser, obligatoriamente, adjudicatarios de un puesto del MFP. La Directiva estará conformada por un Presidente, un Vicepresidente, tres vocales principales, 3 vocales suplentes, un Secretario y un Tesorero, todos con derecho a voz y voto, a excepción del Secretario y Tesorero, que no tendrán derecho a voto.

Para la elección de la Directiva se realizarán elecciones universales cada 2 años, tratando de mantener equidad de género entre los miembros. El proceso de elecciones deberá ser

dirigido por una Comisión Electoral, siguiendo un proceso estandarizado, a fin de lograr la transparencia en la elección de los miembros de las directivas. Las Directivas podrán ser reelegidas por una sola vez.

Es necesario distinguir entre la Directiva del Mercado, feria y/o plataforma y la(s) Directiva(s) de la/s Asociación(es), pues la primera es el organismo representativo de todos los comerciantes, sin importar a que asociación pertenezcan. Este organismo tiene como funciones principales la de planificar, coordinar, asesorar actividades para el beneficio de toda la colectividad, debiendo prestar una estrecha colaboración con el Administrador en la tÁREA de dirigir el mercado, feria y/o plataforma.

2.9.5.5 Función

Apoyar a la Administración para el correcto funcionamiento y desarrollo del Centro de Comercio y representar a los comerciantes, en diferentes actos, acciones o GESTIÓN es que sea necesario, dentro de las normas reglamentarias vigentes.

2.9.5.6 Responsabilidades

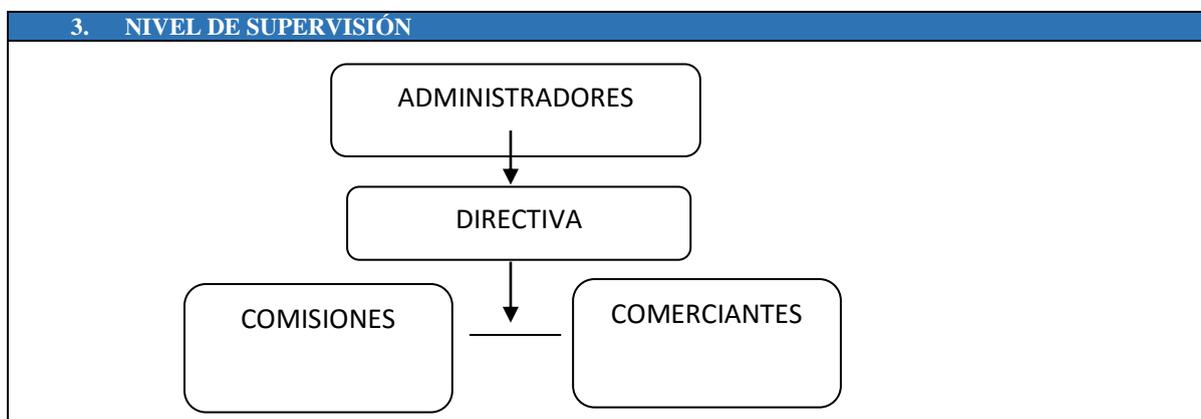
- ✓ Recomendar, planificar y coordinar acciones, planes, actividades en beneficio al Centro de Comercio.
- ✓ Recaudar y pagar valores por servicios básicos, tarifas, mantenimiento y seguridad
- ✓ Motivar a la participación activa de todos los comerciantes en las actividades del Centro de Comercio
- ✓ Participar en la organización de eventos para la mejora del sistema de comercio

2.9.5.7 Funciones del Presidente de los Mercados

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	PRESIDENTE DEL MERCADO	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	ADMINISTRADOR		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO
Coordinar la planificación presupuestaria y de actividades del mercado.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Presentar al Administrador los requerimientos y necesidades de los comerciantes, así como las mejoras a la infraestructura del mercado.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Conjuntamente con el Administrador, elaborar la planificación anual del mercado	% Cumplimiento objetivos estratégicos
3	Coordinar acciones con dependencias e instituciones externas para el desarrollo y mejoras en las actividades del mercado.	% Incremento en obligaciones
4	Solucionar con su voto, los empates en las votaciones de la Directiva, en lo pertinente a las intereses de los comerciantes, sin que afecte a las decisiones tomadas por el Administrador.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
5	Supervisar el manejo de los fondos del mercado y rendir cuentas semestralmente ante la Asamblea General.	% Cumplimiento



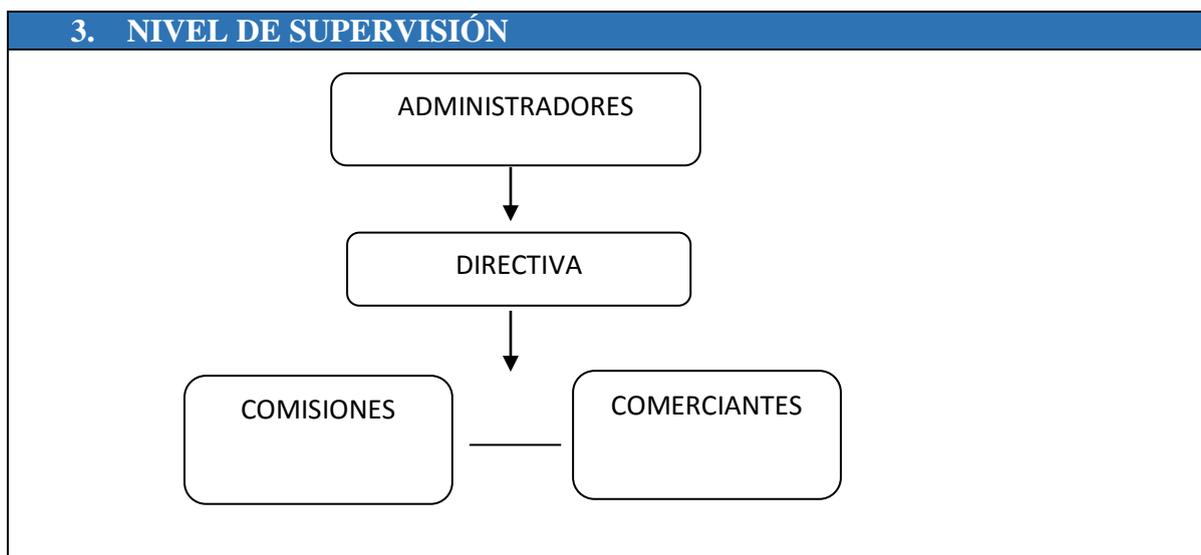
4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES		
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Coordinar la planificación presupuestaria y de actividades del mercado.		
Participar activamente en el desarrollo de las actividades del mercado.		
Intervenir conjuntamente con el tesorero en la celebración de contratos y/o convenios.		

2.9.5.8 Funciones del Vice Presidente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	VICE PRESIDENTE DEL MERCADO	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	ADMINISTRADOR		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO
Reemplazar al Presidente en ausencia temporal o permanente.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Coordinar el accionar de todas las Comisiones.	% cumplimiento objetivos estratégicos



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES		
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Participar activamente en el desarrollo de las actividades del mercado.		

2.9.5.9 Funciones de los Vocales Principales

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	VOCALES PRINCIPALES DEL MERCADO	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	ADMINISTRADOR		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO

Analizar y presentar criterios y asesoramiento al Administrador y Presidente de la Directiva sobre los temas relacionados con el desenvolvimiento del Mercado.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO

INDICADORES DE GESTIÓN

1	Elevar a conocimiento del Administrador y de la Directiva las inquietudes y pedidos de los comerciantes.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Participar en la planificación anual de actividades y presupuestos.	% Cumplimiento objetivos estratégicos

3. NIVEL DE SUPERVISIÓN



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES

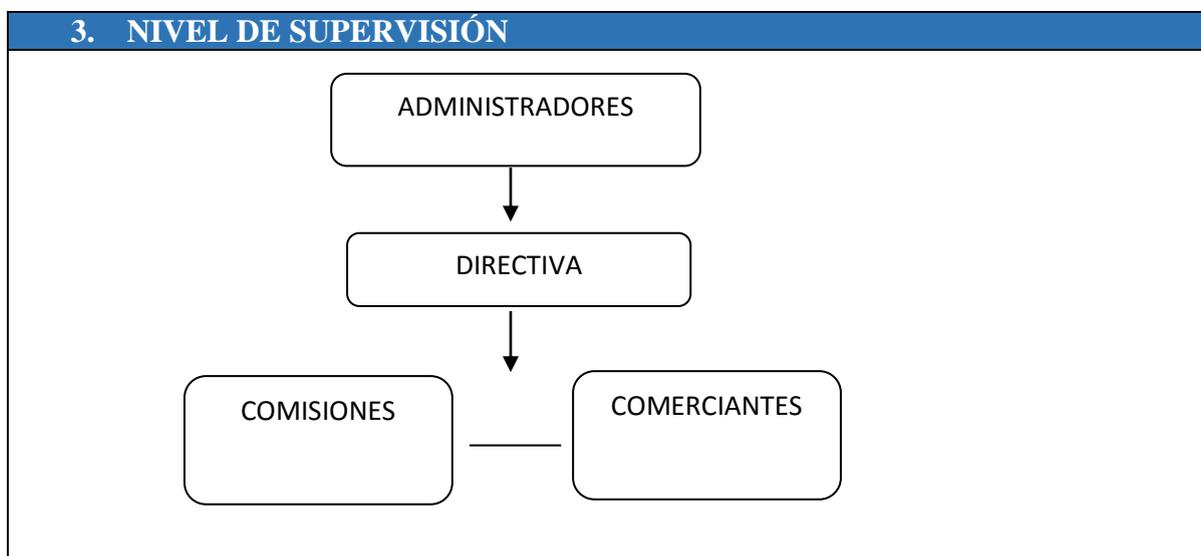
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Cumplir con las delegaciones y Áreas asignadas por el administrador y la directiva del mercado.		
Participar en por lo menos una de las comisiones, en calidad de jefe de comisión.		

2.9.5.10 Funciones de los Vocales Suplentes

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	VOCALÉS SUPLENTES DEL MERCADO	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	ADMINISTRADOR		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO
Cumplir todas las funciones de los Vocales principales en su ausencia.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Elevar a conocimiento del Administrador y de la Directiva las inquietudes y pedidos de los comerciantes.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Colaborar en las Áreas y actividades designadas por el Administrador y la Directiva.	% Cumplimiento objetivos estratégicos



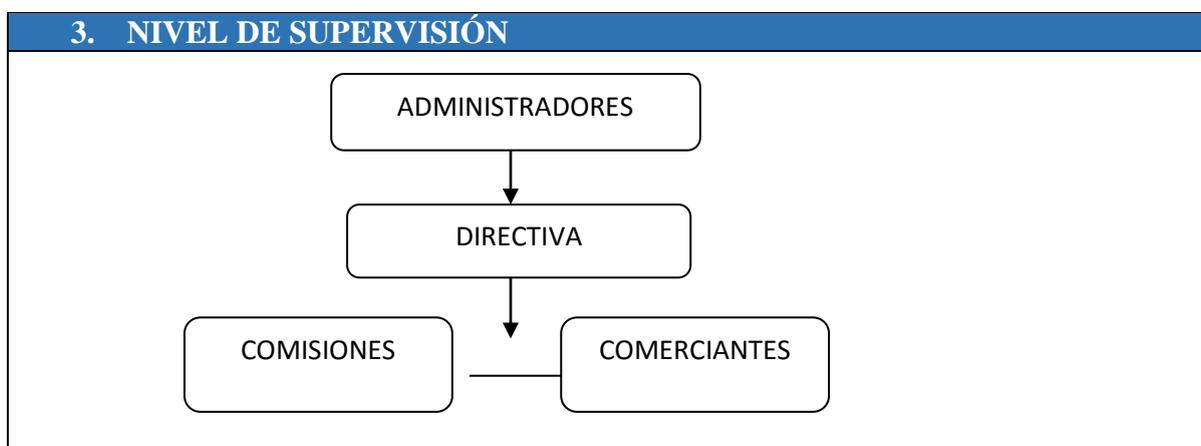
4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES		
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Los vocales suplentes podrán asistir a las reuniones de la directiva, con derecho a “voz”, pero no a voto, cuando los vocales principales estén presentes.		

2.9.5.11 Funciones del Secretario

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	SECRETARIO DEL MERCADO	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	ADMINISTRADOR		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO
Mantener actualizada toda la documentación del Mercado.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO	INDICADORES DE GESTIÓN
1 Organizar el archivo de la documentación del Mercado	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2 Elaborar las convocatorias para las reuniones de la Directiva y de la Asamblea General.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
3 Elaborar y mantener legalizadas las Actas de las reuniones de la Directiva y de la Asamblea General.	% Cumplimiento objetivos estratégicos



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES		
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Mantener actualizadas las listas de las comisiones y la documentación por ellas generadas.		
Cumplir con las disposiciones emitidas por la asamblea general y la directiva.		

2.9.5.12 Funciones del Tesorero

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	TESORERO DEL MERCADO	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	ADMINISTRADOR		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO
Será el responsable de los fondos del Mercado.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Mantener actualizadas y legalizados las cuentas bancos y la documentación pertinente.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Recaudar las cuotas de los comerciantes del mercado, debiendo entregar los respectivos recibos de entrega recepción.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
3	Cancelar oportunamente los valores por servicios básicos, seguridad y otras obligaciones.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
4	Elaborar el informe financiero de los fondos del Mercado.	% Cumplimiento objetivos estratégicos



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES		
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Mantener al día las obligaciones con el SRI.		
Firmar, conjuntamente con el presidente, los cheques y otros documentos.		
Cumplir con todas las obligaciones y normativas vigentes en lo relacionado al manejo de fondos, así como las disposiciones que para el efecto emitan la asamblea general y la directiva.		
Rendir cuentas en todo momento sobre la situación financiera del mercado.		
Elaborar proformas presupuestarias anuales de los ingresos y egresos del mercado.		

Matriz de la Estructura de la Directiva del Mercado

	Nombre del Funcionario	Función que desempeña	Título/Nivel de Instrucción	Fecha finaliza función	Teléfono	Observaciones
		Presidente				
		Vicepresidente				
		1er Vocal Principal				
		2do Vocal Principal				
		3er Vocal Principal				
		1er Vocal Suplente				
		2do Vocal Suplente				
		3er Vocal Suplente				
		Secretario				
		Tesorero				

2.9.5.13 Funciones y Responsabilidades de las Comisiones

Las Comisiones Permanentes serán designadas en el mismo proceso electoral para la elección de la Directiva, serán posesionadas por el Administrador del MFP y funcionarán por el período regular para el que fueren nombradas. El tiempo de función será similar al de la Directiva, pudiendo ser reelegidos. La designación se hará eligiendo de todos los comerciantes a las personas más afines a la función a ejecutar. Se considera conveniente que los miembros de la Directiva puedan ser jefes de las Comisiones, para lograr una mejor coordinación.

Cada comisión estará conformada de 1 a 5 comerciantes, dependiendo de las necesidades del MFP y del numérico total de los comerciantes.

Las comisiones deberán coordinar con la Administración y la Directiva para el desarrollo de sus actividades, las mismas que deberán ser materializadas en la planificación anual que cada Comisión deberá elaborar, la misma que deberá estar sustentada presupuestariamente para lograr su cumplimiento. Se sugiere que los jefes de las Comisiones, sean parte de la

Directiva, a fin de poner en conocimiento las necesidades y actividades que deben ejecutarse.

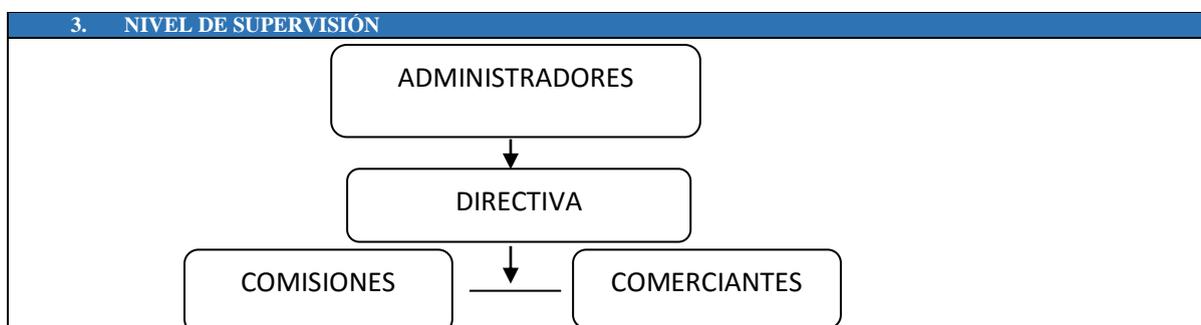
Las Comisiones detalladas en esta normativa son referenciales y pueden variar de MFP, de acuerdo a las necesidades o intereses de cada MFP. De igual forma, las funciones y responsabilidades de las Comisiones pueden variar, de acuerdo a las necesidades del MFP.

2.9.5.14 Funciones de las Comisiones de Gestión Cultural, Promoción y Capacitación

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	COMISIONES DE GESTIÓN CULTURAL, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DEL MERCADO	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	ADMINISTRADOR		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO
Proponer, fomentar, planificar y coordinar las actividades culturales en el MFP y apoyar en los eventos impulsados por la DMFPs, constantes en las planificaciones anuales de promoción y publicidad para el MFP.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO	INDICADORES DE GESTIÓN
1 Proponer y planificar las actividades culturales a desarrollarse en el MFP, las que deben constar en la planificación anual y deben estar presupuestadas.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2 Coordinar con el Administrador, la Directiva y otras instancias para la realización de los eventos programados.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
3 Coordinar con el Administrador la participación del mercado en los eventos impulsados por la ACDC.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
4 Generar propuestas para mantener la sana convivencia al interior del MFP	% Cumplimiento objetivos estratégicos



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES		
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Promocionar el MFP a través de actividades como ferias, promociones, las que deben estar publicitadas con el uso de medios de comunicación.		
Promover y motivar la participación de todos los comerciantes en la promoción y realización de los eventos culturales a realizarse en el MFP.		
Entregar informes periódicos y final de la gestión, indicando los logros de metas, así como situaciones que requieren de permanente atención.		
Proponer capacitaciones y actividades en beneficio de la salud emocional de los comerciantes.		
Elaborar y ejecutar el plan de capacitaciones del MFP, en coordinación con la DMFP.		

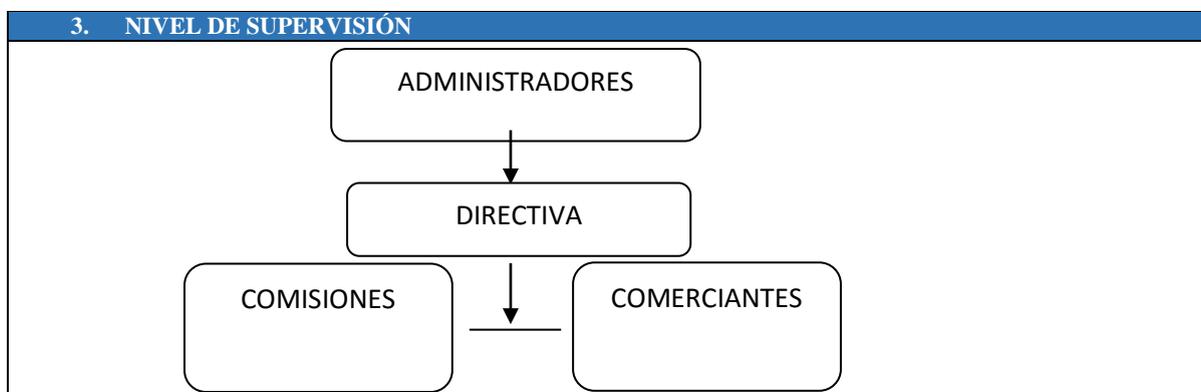
2.9.6 Funciones de la Comisión de Mantenimiento y Mejoras

2.9.6.1 .Responsabilidades

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	COMISIONES DE MANTENIMIENTO Y MEJORAS DEL MERCADO	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	ADMINISTRADOR		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO
Proponer, fomentar y coordinar las actividades orientadas a la conservación, buen uso y mejoras en el MFP.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Elaborar la planificación para mantenimiento y mejoras para el mercado, feria y/o plataforma.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Supervisar el trabajo realizado por contratistas a fin de constatar el cumplimiento del trabajo en tiempo y de acuerdo a lo contratado.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
3	Coordinar con el Administrador y la Directiva para la ejecución de los pagos por el mantenimiento o mejoras.	% Cumplimiento objetivos estratégicos



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES		
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Supervisar y realizar inspecciones permanentemente a la infraestructura del MFP y de los bienes y materiales a fin de determinar daños o afectaciones potenciales o visibles, a fin de dar soluciones preventivas o correctivas.		
Coordinar con las instituciones necesarias para dar solución a problemas que salgan de su control, como por ejemplo, empresa municipal de obras públicas, bomberos, etc.		
Entregar informes periódicos y final de la gestión, indicando los logros de metas, así como situaciones que requieren de permanente atención.		

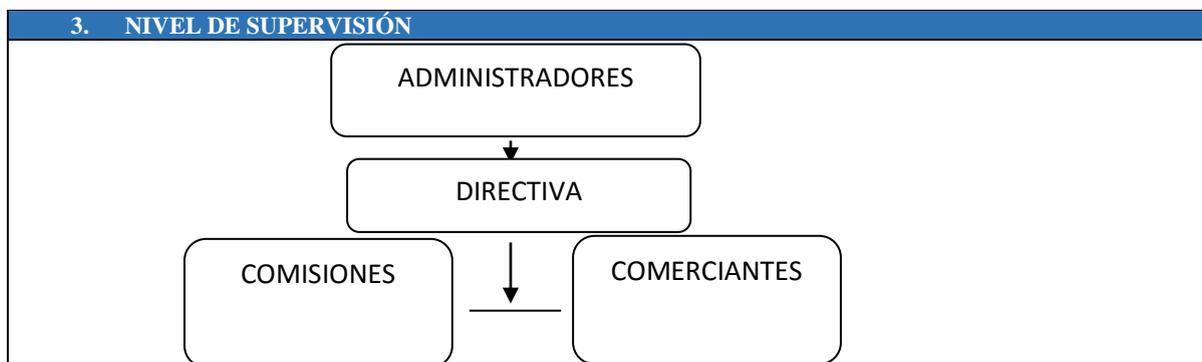
2.9.7 Comisión de Salud y Manejo Ambiental

2.9.7.1 Funciones y Responsabilidades

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	COMISIÓN DE SALUD Y MANEJO AMBIENTAL DEL MERCADO	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	ADMINISTRADOR		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO
Proponer, fomentar, planificar y coordinar las actividades orientadas a precautelar la salud de los comerciantes y clientes del MFP.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Elaborar la planificación anual de salud y manejo ambiental para el MFP, con la debida presupuesto.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Fomentar la participación de todos los comerciantes en los temas relacionados con salud y manejo ambiental.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
3	Coordinar las capacitaciones programadas a los comerciantes en temas de salud y Manejo Ambiental de acuerdo al Plan de Capacitación.	% Cumplimiento objetivos estratégicos



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES		
MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Supervisar y realizar inspecciones a los lugares públicos, como baterías sanitarias, lugares de conservación y preparación de alimentos y productos perecibles, a fin de determinar posibles vectores de infección.		
Entregar informes periódicos y final de la gestión, indicando los logros de metas, así como situaciones que requieren de permanente atención.		

2.9.8 Funciones Comisión de Seguridad.

2.9.8.1 Funciones y Responsabilidades

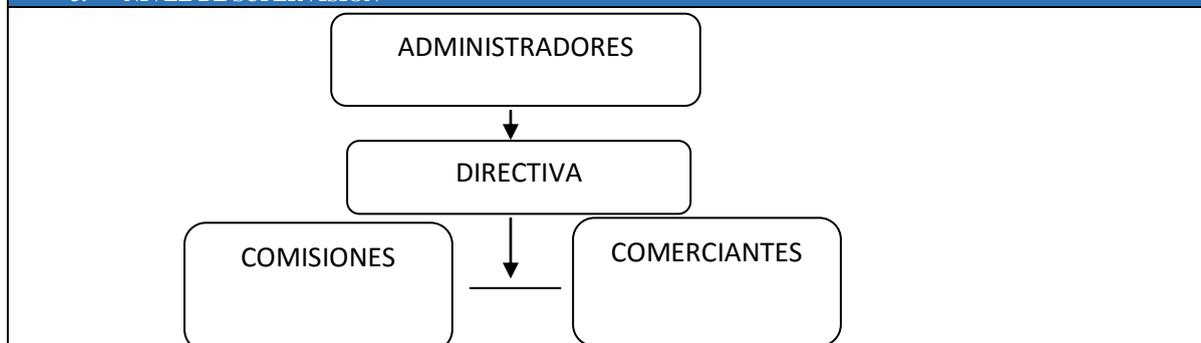
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO	COMISIÓN DE SEGURIDAD DEL MERCADO	CÓDIGO	001
ÁREA	ADMINISTRACIÓN		
CIUDAD	QUITO		
SUPERVISADO POR	ADMINISTRADOR		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO

Contribuir a mantener el MFP seguro y con respuesta rápido frente a fenómenos naturales, desastres y delitos.

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1	Coordinar y ejecutar las acciones previstas en los Planes de Contingencia y sus Anexos.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
2	Mantener actualizada la información necesaria para dar solución inmediata en caso de situaciones afectantes a la seguridad del MFP y de las personas y bienes.	% Cumplimiento objetivos estratégicos
3	Coordinar y colaborar en la realización de simulacros.	% Cumplimiento objetivos estratégicos

3. NIVEL DE SUPERVISIÓN



4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES

MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES
Supervisar y realizar inspecciones permanentemente la señalética de seguridad, así como los materiales contra incendio que se encuentren operativos.		
Conformar las brigadas para prevención, mitigación y protección ante situaciones adversas, de acuerdo con los planes de contingencia, con la aprobación de la administración y la directiva.		
Coordinar con el administrador y la directiva actividades especiales para la seguridad del centro de comercio.		
Desarrollar e implementar los planes de emergencias.		
Procurar la instalación de medios tecnológicos de seguridad y supervisar su permanente funcionamiento.		
Entregar informes periódicos y final de la gestión, indicando los logros de metas, así como situaciones que requieren de permanente atención.		

Matriz de la Estructura de las Comisiones del Mercado

Ord	Nombre del Funcionario	Comisión	Función que desempeña en la Comisión	Título/Nivel de Instrucción	Fecha finaliza función	Teléfono	Observaciones

2.10 FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS COMERCIANTES

2.10.1 Función

Vender productos de buena calidad a precios competitivos en un ambiente agradable y familiar con un servicio de primera.

2.10.2 Responsabilidades

- ✓ Cumplir lo estipulado en la ordenanza 253 y otras leyes que rigen sobre el mercado.
- ✓ Brindar productos y servicios de buena calidad y a un precio justo.
- ✓ Ofrecer productos y servicios de procedencia lícita
- ✓ Participar en las actividades propuestas por la Administración.
- ✓ Cumplir con los pagos de servicios básicos, seguridad, limpieza y mantenimiento.
- ✓ Cumplir con el pago de tarifas por el uso de espacio municipal

2.11 FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO

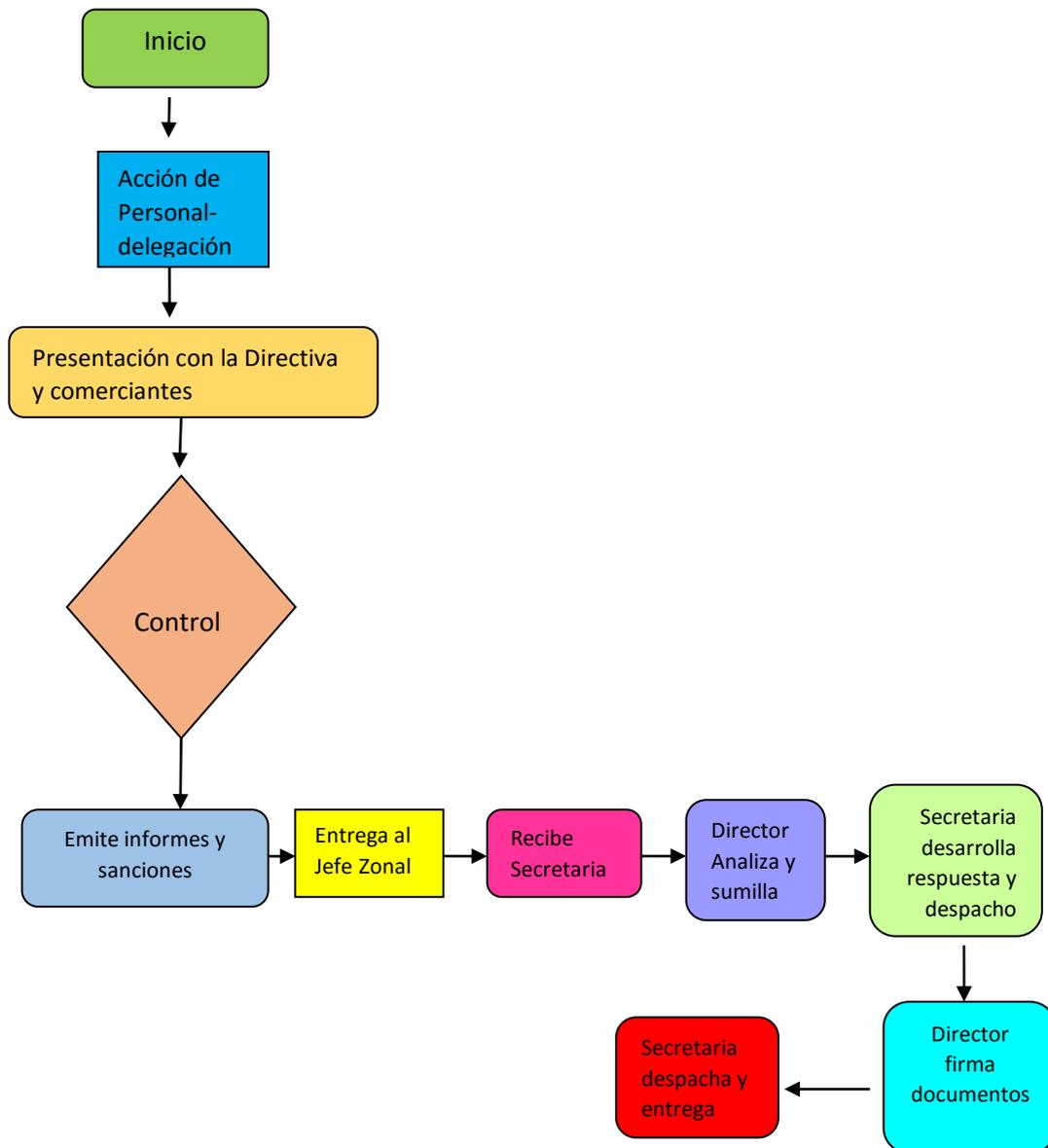


Figura 5: Funcionamiento del mercado

Elaborado por: Nancy Pérez

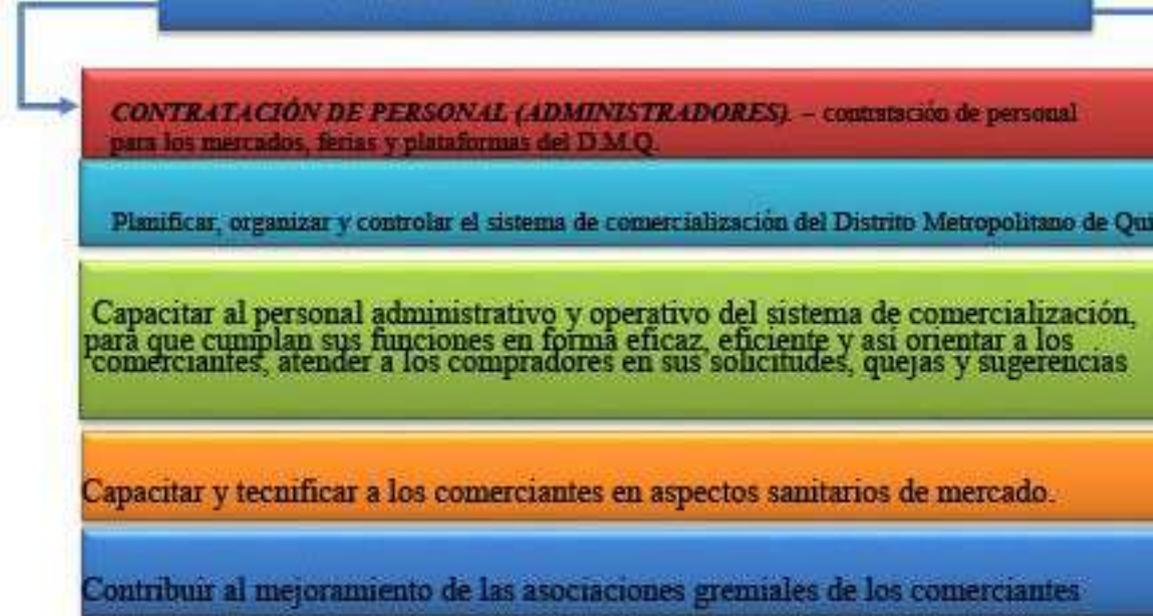
1. Luego de que el área de Recursos Humanos emite la acción de personal correspondiente donde indica el o los mercados que se encontrarán a su cargo.
2. Es así que se le informa quien será su Jefe Zonal a cargo con quien coordinará todas las actividades que se realizarán en el mercado.
3. Seguidamente se presenta el administrador con la directiva del mercado, con la finalidad de conocer las expectativas y necesidades que tienen los comerciantes para trabajar de manera diaria en el mercado.

4. Al momento en el que se presentan casos como:
 - Altercados y riñas entre comerciantes
 - Necesidad de realizar mantenimiento en la infraestructura del mercado
 - Pedidos que presentan de manera continúa los comerciantes acerca de varios temas.
 - Solicitud de cambios de giros de ventas
 - Solicitud de cambio de lugar de trabajo
 - Necesidad de capacitar a los comerciantes acerca de temas que aporten su manera de laborar.
5. El administrador debe presentar su informe a la Dirección de Mercados, con la finalidad de que el Jefe Zonal analice si factible o no las peticiones presentadas.
6. Posterior a la sumilla inserta en el documento es presentado al Sr. Director para que tome la última decisión de seguir con el trámite ya sea este de manera interna o externa.

2.12 IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE PROCESOS

Además de una implementación del manual de procesos en la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas ha contratado un enlace de radios con la finalidad de mantener una comunicación eficaz y continua con todos los administradores de los mercados, ferias iniciando por los mercados más grande y alejados, ya que este sistema cuenta con una base central en la oficina de la Dirección de Mercados por lo cual solo con una simple llamada o registro de conversación se podrá mostrar cual es el administrador que emite el mensaje además de esto emitirá una alarma tipo mensaje con la ubicación real del personal, con el objetivo de coordinar con el apoyo pertinente a cada caso.

La señal emitidas por las radios son captadas desde la base hasta distancias muy remotas, adicionalmente se puede realizar llamadas desde la misma radio y así se evitaría ocupar los dispositivos personales de cada administrador, sin que este tenga alguna objeción para no usar la herramienta entregada, la ventaja de esta aplicación es que puede realizar un registro y archivo de las conversaciones emitidas por cada custodio.



Elaborado por: Nancy Pérez

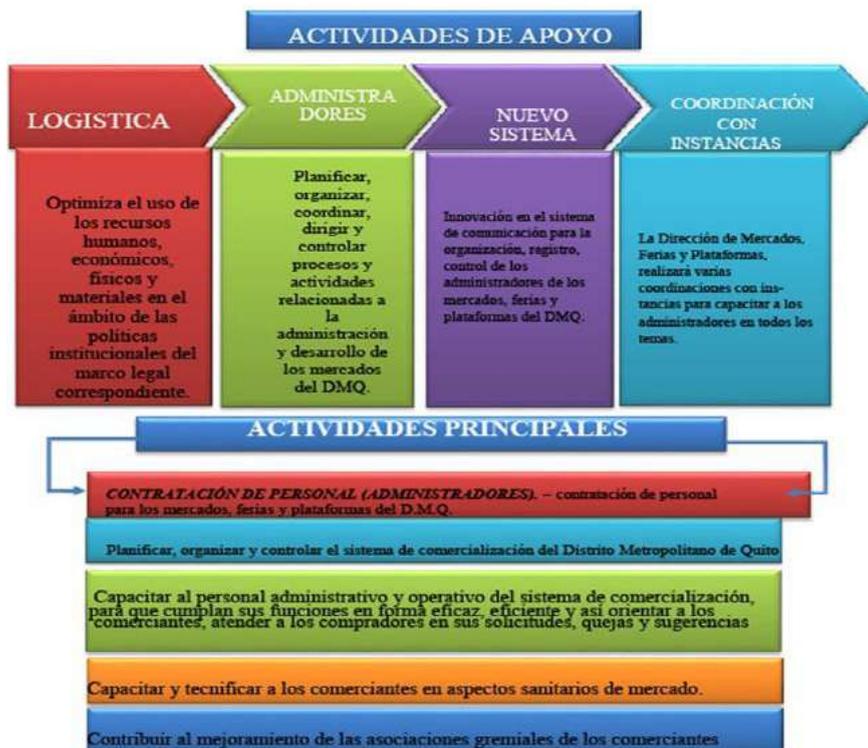


Figura 6: Cadena de valores

Elaborado por: Nancy Pérez

METODOLOGÍA

2.14 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

En el siguiente proyecto vamos a trabajar con los siguientes tipos de investigación:

2.15 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

La investigación bibliográfica es una amplia búsqueda de información sobre una cuestión determinada, que debe realizarse de un modo sistemático, pero no analiza los problemas que esto implica.

Se conciben como el proceso de búsqueda de información en documentos para determinar cuál es el conocimiento existente en un área particular.

2.16 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando más aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suele surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que por su novedad no admite una descripción sistemática o cuando los recursos del investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo.

Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables. Esta clase de estudios son comunes en la investigación del comportamiento, sobre todo en situaciones donde hay poca información.

2.17 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para la siguiente investigación la autora trabajara con los siguientes Métodos y técnicas

2.17.1 MÉTODOS TEÓRICOS

Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. La física, la química y la biología utilizan este método; a partir de la experimentación y el análisis de gran número de casos se establecen leyes universales. Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo, las relaciones entre las mismas.

Estas operaciones no existen independientes una de la otra; el análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo; y a su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis

2.17.2 MÉTODO SINTÉTICO

En este se reúnen datos que no se encuentran organizados para poder ser comprendidos. Para ello se utiliza una hipótesis, es decir que se plante una suposición sobre un determinado hecho u objeto. Para poder explicarlo los datos obtenidos son organizados y puestos a pruebas para corroborar o desechar la hipótesis creada

2.17.3 MÉTODO INDUCTIVO

La palabra "inductivo" viene del verbo inducir, y éste del latín indujere, que es un antónimo de deducir o concluir.

La inducción va de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos proposiciones generales, o sea, es aquél

que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular.

La inducción es un proceso mental que consiste en inferir de algunos casos particulares observados la ley general que los rige y que vale para todos los de la misma especie.

2.17.4 MÉTODO DEDUCTIVO

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

2.17.5 MÉTODO HISTÓRICO LÓGICO

Lo histórico está relacionado con el estudio de la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el de cursar de una etapa o período. Lo lógico se ocupa de investigar las leyes generales del funcionamiento y desarrollo del fenómeno, estudia su esencia.

Lo lógico y lo histórico se complementan y vinculan mutuamente. Para poder descubrir las leyes fundamentales de los fenómenos, el método lógico debe basarse en los datos que proporciona el método histórico, de manera que no constituya un simple razonamiento especulativo. De igual modo lo histórico no debe limitarse sólo a la simple descripción de los hechos, sino también debe descubrir la lógica objetiva del desarrollo histórico del objeto de investigación.

VIABILIDAD ACADÉMICA

En nuestro proyecto de investigación hemos necesitado las siguientes materias para pódelo llevar a cabo:

- Informática – Sistemas

- Legislación Laboral
- Talento Humano

2.17.6 ECONÓMICA

El diseño de un manual de procedimientos para la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, nos genera un gasto de:

Tabla 1. Insumos

INSUMOS	CANTIDAD	GASTOS	TOTAL
Grapadora	1	\$ 4,80	\$ 4,80
Carpetas	3	\$ 1,10	\$ 3,30
Resmas de Papel bond A4	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Resaltadores	2	\$ 1,20	\$ 2,40
Impresiones	150	\$ 0,10	\$ 15,00
Lápiz, esfero y marcadores	1 paquete	\$ 3,00	\$ 3,00
TOTAL			\$ 34,50

Elaborado por: Nancy Pérez

2.17.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la investigación se utilizará la población o universo con un total de 28 personas que laboran como administradores, los mismos que están distribuidos en los 55 mercados del Distrito Metropolitano de Quito, quienes conocen la problemática que tiene al momento la institución.

2.18 CÁLCULO DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA PARA LA EJECUCIÓN DE ENCUESTAS DE ACEPTACIÓN DEL SERVICIO

2.18.1 MUESTRA

Según Guevara, C

“Una muestra de representatividad implica la capacidad de trasladar exitosamente los resultados de la muestra a la población y eso depende en mayor medida del diseño experimental / muestra utilizado. Es indispensable que una muestra cumpla con los

supuestos básicos de un análisis estadístico y prácticamente todas las herramientas dependen de la existencia de una muestra aleatoria. Es el principio básico para poder aplicar la teoría de probabilidad inherente en la mayoría de los métodos estadísticos. Sin una aleatorización adecuada, la muestra puede volverse inútil o, en el mejor de los casos, requerir de diversos métodos para corregirlo”.

La muestra que se utilizará en el proyecto, es el personal de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, siendo una población representativa de 28.

Para los fines de nuestra investigación las poblaciones para tomar la muestra para realizar la encuesta fueron de los Administradores de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas siendo de 28 administradores

Al contar con el dato del universo, se aplica la fórmula de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas:

Nomenclatura:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos de la población o universo.

p, q = Probabilidad con las que se presenta el fenómeno.

p = Probabilidad de éxito.

q = Probabilidad de fracaso.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza (valor de la curva de Gauss (normalizada) para un nivel de confianza de 95%; $Z= 1.964$).

e = Margen de error permitido (determinado por el responsable del estudio).



ACDC AGENCIA DE COORDINACIÓN
DISTRITAL DEL COMERCIO

ENCUESTA

Objetivo.-

La Agencia de Coordinación Distrital del Comercio a través de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas está llevando a cabo una encuesta para conocer la opinión de los administradores con respecto al proceso operativo que brinda la Dirección de Mercados.

Instrucciones: Responda con honestidad las siguientes preguntas.
Marca con una "X" la respuesta de su preferencia.

Gracias por el tiempo prestado en esta encuesta

- Seleccionar al grupo que pertenece:

Género: M () F ()

1) ¿Se ofrece un ambiente laboral donde los administradores estén emocionalmente seguros?

- | | | | |
|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| a) Excelente | <input type="checkbox"/> | b) Muy Bueno | <input type="checkbox"/> |
| c) Bueno | <input type="checkbox"/> | d) Malo | <input type="checkbox"/> |

2) ¿La Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas brinda respaldo total a las acciones efectuadas por los Administradores?

Siempre Nunca

3) ¿Identifica usted la responsabilidad (administrativa, civil o penal) que tiene al realizar la Administración de un Mercado, Feria o Plataforma?

SI NO

4) ¿Le gustaría que le capaciten para que aprenda a resolver conflictos que se presentan continuamente con los comerciantes de los mercados?

SI NO

5) ¿Cree usted que es necesario realizar capacitaciones sobre la normativa legal vigente que se relaciona directamente con los Mercados, Ferias y Plataformas (Ordenanzas, Convenios, etc)?

SI

NO

6) ¿Cómo calificaría los procesos que se realizan en la Dirección de Mercado, Ferias y Plataformas?

MUY BUENO

REGULAR

7) ¿Considera que un proceso administrativo bien definido y actualizado, ayudaría a definir las actividades que se deben realizar en la Administración de los Mercados?

SI NO

8) ¿Conoce usted que es un manual de procedimientos?

SI NO

9) ¿Sabía usted que en la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas se puede mejorar el procedimiento de administrar un mercado mediante un manual de procesos?

SI NO

10) ¿Le importaría ser partícipe del proceso administrativo que mejore la Administración de los Mercados, Ferias y Plataformas?

SI NO

COMENTARIOS Y SUGERENCIAS.

.....

.....

.....

.....

2.19 RESULTADOS DE APLICACIÓN DE ENCUESTAS DE ACEPTACIÓN DEL MERCADO

1. ¿Se ofrece un ambiente laboral donde los administradores estén emocionalmente seguros?

Tabla 2. Ambiente Laboral

Ambiente laboral	ADMINISTRADORES	PORCENTAJE
Excelente	1	3%
Muy bueno	10	36%
Bueno	16	57%
Regular	1	4%

Elaborado por: Nancy Pérez

Gráfico 2. Ambiente Laboral



Elaborado por: Nancy Pérez

Análisis

Mediante esta encuesta pudimos determinar que la mayoría de administradores que son el 57% consideran que existe un buen ambiente laboral, mientras que el 36% de los administradores nos indicó que existe un muy buen ambiente laboral, un 3% manifestó que es excelente el ambiente laboral y un 4% manifestó que el ambiente laboral es regular, por lo tanto se puede conocer qué ambiente laboral está brindando la Dirección de Mercados.

2. ¿La Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas brinda respaldo total a las acciones efectuadas por los Administradores?

Tabla 3. Respaldo a las acciones

RESPALDO A LAS ACCIONES	ADMINISTRADORES	PORCENTAJE
SIEMPRE	25	89%
NUNCA	3	11%

Elaborado por: Nancy Pérez

Gráfico 3. Respaldo a las acciones



Elaborado por: Nancy Pérez

Análisis

En la Dirección de Mercados, el 89% de los Administradores consideran que la dirección respalda las acciones que realizan en los mercados, mientras el 11% manifestó que nunca la dirección respalda las acciones realizadas.

3. ¿Identifica usted la responsabilidad (administrativa, civil o penal) que tiene al Realizar la Administración de un Mercado, Feria o Plataforma?

Tabla 4. Responsabilidad

RESPONSABILIDAD	SI	NO
ADMINISTRADORES	26	2
PORCENTAJE	93%	7%

Elaborado por: Nancy Pérez

Gráfico 4. Responsabilidad



Elaborado por: Nancy Pérez

Análisis

El en el proceso de identificar la responsabilidad administrativa, civil o penal que implica administrar un mercado un 93% comunican que si conocen de la responsabilidad que llevan a su cargo, mientras el 7% señala que desconoce la responsabilidad que conlleva administrar un mercado.

4. ¿Le gustaría que le capaciten para que aprenda a resolver conflictos que se presentan continuamente con los comerciantes de los mercados?

Tabla 5. Capacitación

CAPACITACIÓN	SI	NO
ADMINISTRADORES	28	100%
PORCENTAJE	0	0%

Elaborado por: Nancy Pérez

Gráfico 5. Capacitación



Elaborado por: Nancy Pérez

Análisis

En su totalidad los administradores que representa el 100% manifestaron que si les gustaría recibir capacitaciones para aprender a resolver los conflictos que se presentan en los mercados.

5. ¿Cree usted que es necesario realizar capacitaciones sobre la normativa legal vigente que se relaciona directamente con los Mercados, Ferias y Plataformas (Ordenanzas, Convenios, etc.?)

Tabla 6. Normativas Vigentes

NORMATIVAS VIGENTES	SI	NO
ADMINISTRADORES	26	93%
PORCENTAJE	2	7%

Elaborado por: Nancy Pérez

Gráfico 6. Normativas Vigentes



Elaborado por: Nancy Pérez

Análisis

Mediante esta encuesta los Administradores nos manifestaron que el 93% desea ser capacitado acerca de las normativas en vigencia que se relacionan con la dirección de Mercados y el 7% de administradores no desea informarse acerca de la normativa vigente que regula a los mercados del DMQ.

6. ¿Cómo calificaría los procesos que se realizan en la Dirección de Mercado, Ferias y Plataformas?

Tabla 7. Procesos

PROCESOS	MUY BUENO	REGULAR
ADMINISTRADORES	7	21
PORCENTAJE	75%	25%

Elaborado por: Nancy Pérez

Gráfico 7. Procesos



Elaborado por: Nancy Pérez

Análisis

Se puede apreciar que el 75% de los administradores señalan que los procesos de la Dirección son regulares, mientras que el 25% indican que los procesos son muy buenos.

7. ¿Considera que un proceso administrativo bien definido y actualizado, ayudaría a definir las actividades que se deben realizar en la Administración de los Mercados?

Tabla 8. Procesos Definidos

PROCESOS DEFINIDOS	SI	NO
ADMINISTRADORES	27	1
PORCENTAJE	96%	4%

Elaborado por: Nancy Pérez

Gráfico 8. Procesos Definidos



Elaborado por: Nancy Pérez

Análisis

Mediante esta encuesta supieron manifestar el 96% de los administradores que un proceso administrativo bien definido y actualizado ayudaría a definir las actividades que deben realizar en los mercados, mientras que el 4% nos manifestó que no ayudaría ningún proceso a definir las actividades que deben realizar en los mercados.

8. ¿Conoce usted que es un manual de procedimientos?

Tabla 9. Manual de Procedimientos

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	SI	NO
ADMINISTRADORES	27	1
PORCENTAJE	96%	4%

Elaborado por: Nancy Pérez

Gráfico 9. Manual de Procedimientos



Elaborado por: Nancy Pérez

Análisis

El personal de administradores en un 75% señala que conoce lo que es un manual de procedimiento y el 25% desconoce de qué se trata un manual de procedimientos.

9. ¿Sabía usted que en la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas se puede mejorar el procedimiento de administrar un mercado mediante un manual de procesos?

Tabla 10. Mejorar procedimiento

MEJORAR PROCEDIMIENTO	SI	NO
ADMINISTRADORES	17	11
PORCENTAJE	61%	39%

Elaborado por: Nancy Pérez

Gráfico 10. Mejorar procedimiento



Elaborado por: Nancy Pérez

Análisis

Se puede notar que el personal de administradores un 61% conoce de procedimientos administrativos que pueden mejorar la administración de un mercado y el 39% desconoce de dichos procedimientos administrativos.

10. ¿Le importaría ser partícipe del proceso administrativo que mejore la Administración de los Mercados, Ferias y Plataformas?

Tabla 11. Partícipe del proceso administrativo

PARTICIPAR DEL PROCESO ADMINISTRATIVO	ADMINISTRADORES	PORCENTAJE
SI	27	
NO	1	

Elaborado por: Nancy Pérez

Gráfico 11. Partícipe del proceso administrativo



Elaborado por: Nancy Pérez

Análisis

Todo el personal entrevistado mostro que el 96% de administradores quieren ser parte de un proceso administrativo que mejore la administración de los mercados y el 4% de los administradores no les interesa ser parte de este proceso administrativo.

2.20 ANÁLISIS – F.O.D.A.

Después de hacer un análisis exhaustivo de la información obtenida en la presente investigación, esta herramienta estratégica nos permitirá conocer la situación real de la dirección de Merados, Ferias y Plataformas, así como las oportunidades y los riesgos que pueden afectar al desempeño, de los funcionarios pertenecientes a esta dirección.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Las fortalezas y debilidades son consideradas como factores internos que tiene la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, en cambio las oportunidades y amenazas son factores externos, que no dependen de la situación de la Dirección.

Dentro del diagnóstico tenemos dos variables que son del entorno interno de la empresa y se relacionan con la filosofía, administración y gestión de la empresa, estas son debilidades y fortalezas.

- **Debilidades:** Son aspectos negativos de la empresa, limitaciones, defectos o inconsistencias en la institución, que constituyen un obstáculo para la consecución de los objetivos. Son aspectos de tipo interno que poseen las instituciones como la falta de optimización en el funcionamiento y las desventajas competitivas reales y potenciales y que pueden hacer a las empresas vulnerables ante su competencia.
- **Fortalezas:** Son aspectos positivos propios de la empresa, estas son recursos internos de la empresa los que generan mejores escenarios, como lo son la eficiencia y eficacia en el funcionamiento, ventajas competitivas reales y potenciales. Con dichas ventajas la empresa crea estrategias que permite que esta posee un mejor nivel interno a la competencia.

Existen variables correspondientes al entorno externo de la empresa, las mismas que corresponden al macro ambiente, competencia, entre otros, estas son las oportunidades y amenazas.

- **Oportunidades:** Son situaciones favorables para la industria, no solo para una empresa en especial, estas pueden ser posibilidades de crecimiento en el mercado, el aprovechamiento de la tecnología entre otras, son situaciones del entorno que están fuera de los límites de una organización, pero que afectan sus decisiones y acciones internas, así como sus actividades y desarrollo.
- **Amenazas:** Son situaciones desfavorables para la industria estas pueden ser riesgos del ambiente, desafíos competitivos globales, la situación económica mundial, estas pueden afectar negativamente la marcha de la misma, es por ello que la empresa debe generar estrategias de acción para contrarrestarlas.

2.21 MATRICES DE ANÁLISIS

2.21.1 Matriz de Impacto Externo

Tabla 12: Matriz de Impacto Externo

FACTOR	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	5	3	1
ECONÓMICO									
Economía				X			5		
(GAD) Gobiernos Autónomos Descentralizados		X						3	
POLÍTICO									
Factor Político					X			3	
TECNOLOGÍA									
Tecnología	X						5		
SOCIAL									
Sector Social	X						5		
Migración	X						5		
GEOGRÁFICO									
Factor Geográfico	X						5		
USUARIOS									
- Servicios que presta la Dirección de Mercados conocidos por los usuarios		X						3	
- Atención por parte de los funcionarios		X						3	
- Tiempo respuesta a trámites				X			5		
- Servicios que conoce el usuario		X						3	
- Atención que recibe el usuario área urbana				X			5		
- Orientación que recibe	X						5		

Fuente: Encuestas (2019)

Elaborado por: Nancy Pérez

2.21.2 Matriz de Impacto Interno

Tabla 13: Matriz de Impacto Interno

CAPACIDADES	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	5	3	1
ADMINISTRATIVA									
Misión y Visión		X						3	
Objetivos				X			5		
Principios y Valores	X						5		
Planificación y Distribución		X						3	
ORGANIZACIÓN									
Organigrama	X						5		
Estructura Funcional		X						3	
Funciones y TAREAS	X						5		
Espacio Físico						X			1
DIRECCION									
Tipo de Liderazgo	X						5		
Estabilidad de directivos				X			5		
Acciones de directivos						X			1
Decisiones directivos						X			1
Control de Actividades					X			3	
Conocimiento, funciones		X						3	
Competitividad de Funciones		X						3	
FINANCIERA									
Presupuesto del Estado					X			3	
Administración Recursos		X						3	
Inestabilidad Política				X			5		
Apoyo de organizaciones internacionales		X						3	
Organismos Internacionales para programas sociales		X						3	
TECNOLOGIA									
Hardware y Software	X						5		
Mantenimiento equipos		X						3	
Equipos comunicación		X						3	
RECURSO HUMANO									
Tiempo en la Empresa	X						5		
Satisfacción	X						5		
Ambiente		X						3	
Trato a funcionarios	X						5		
Beneficios Laborales		X						3	
Capacitación					X			3	
Trabajo Grupal	X						5		
Comunicación		X						3	
Remuneración			X						1
Desarrollo Profesional	X						5		
Autonomía de TAREAS	X						5		
ATENCIÓN AL USUARIO									
Imagen		X						3	
Servicios al usuario		X						3	
Facilidad de contactarse		X						3	
Atención a los requerimientos		X						3	
Organización descentralizada				X			5		

Fuente: Encuestas (2019)

Elaborado por: Nancy Pérez.

2.22 F.O.D.A.

Tabla 14: Análisis F.O.D.A.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado y especializado. • Ubicación geográfica con vías de acceso y transporte. • Reglamentación interna para la aplicación de la gestión por procesos. • Desarrollo de programas sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Delimitación del campo de acción. ❖ Descentralización en la autonomía administrativa y financiera. ❖ Servicios que brinda son conocidos por la comunidad en general.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura inadecuada. • Inestabilidad de funcionarios directivos y personal contratado. • Falta de comunicación interna. • Equipo y sistema informático con falencias. • Carencia de liderazgo por influencia política 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Inestabilidad política. ❖ Incremento de inseguridad en la zona. ❖ Variación y cambios en las ordenanzas municipales. ❖ Creación de nuevos impuestos decretados por el Gobierno Nacional.

Fuente: Encuestas (2019)

Elaborado por: Nancy Pérez.

2.23 MATRIZ DE ESTRATEGIAS – F.O.D.A. – CRUZADA

Tabla 15: Matriz de Estrategias-F.O.D.A.

<p style="text-align: center;">EXTERNAS</p> <p>INTERNAS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Delimitación del campo de acción. 2. Descentralización en la autonomía administrativa y financiera. 3. Servicios que brinda son conocidos por la comunidad en general. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad política. 2. Incremento de inseguridad. 3. Variación y cambios en las ordenanzas municipales. 4. Creación de nuevos impuestos por el Gobierno Nacional.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Personal capacitado y especializado. 2. Ubicación geográfica. 3. Reglamentación interna para aplicación de gestión de procesos. 4. Programas sociales. 	<p>F.O.</p> <p>F1 con O3 aprovechamos el personal capacitado y especializado para atender a la comunidad y así brindar buen servicio.</p> <p>F3 – F4 con O1 aprovechando estas fortalezas y oportunidades nos permitirá mejorar los procesos de atención a los requerimientos de la comunidad de la Dirección de Mercados.</p>	<p>F.A.</p> <p>F1 con A3 aprovechando el personal capacitado y especializado se atenderá a la comunidad con la calidad profesional que se merece.</p> <p>F3 – F4 con estas fortalezas combinando con la amenaza A2 nos permitirá dar, mayor respuesta, mejorar los procesos y brindar mejor atención al usuario.</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestructura inadecuada. 2. Inestabilidad funcionarios directivos y personal contratado. 3. Falta de comunicación interna. 4. Equipo y sistema informático con falencias. 5. Carencia de liderazgo por influencia política. 	<p>D.O.</p> <p>D5 con O2 el diseño y aplicación de los procesos nos permitirán delinear políticas para orientar de mejor forma en diferentes aspectos a los líderes.</p> <p>D3 con O2 nos permitirá realizar procesos de descentralización del Municipio de Quito para mejorar los servicios de manera eficaz.</p> <p>D4 con O2 nos permitirá tomar nuevos lineamientos estratégicos para el mejor funcionamiento laboral dentro de la Dirección.</p>	<p>D.A.</p> <p>D5 con A3 mejorando el liderazgo nos permitirá realizar análisis sobre motivos del cambio de las ordenanzas.</p> <p>D4 con A2 mejorando el equipo y sistema informático se permitirá atender mejor a los requerimientos de la comunidad.</p> <p>D1 con A2 mejorando la infraestructura se permitirá atender a tiempo y en mejor forma a la comunidad.</p>

Fuente: Encuestas (2019)

Elaborado por: Nancy Pérez.

2.24 SÍNTESIS – F.O.D.A. – EXPLICACIÓN DE LA MATRIZ

Combinación FO – FA / DO - DA

FO

- F1 con O3

Combinamos F1 con O3 aprovechamos el personal capacitado y especializado para atender a la comunidad y así brindar buen servicio.

- F3 – F4 con O1

Se combina F3 – F4 con O1 aprovechando estas fortalezas y oportunidades nos permitirá mejorar los procesos de atención a los requerimientos de la comunidad de la Dirección de Mercados.

FA

- F1 con A3

Se combina F1 con A3 aprovechando el personal capacitado y especializado se atenderá a la comunidad con la calidad profesional que se merece.

- F3 – F4 con A2

Combinamos F3 – F4 con A2 estas fortalezas combinando con la amenaza A2 nos permitirá dar, mayor respuesta, mejorar los procesos y brindar mejor atención al usuario.

DO

- D5 con O2

Se combina D5 con O2 el diseño y aplicación de los procesos nos permitirán delinear políticas para orientar de mejor forma en diferentes aspectos a los líderes.

- D3 con O2

Se combina D3 con O2 nos permitirá realizar procesos de descentralización del Municipio de Quito para mejorar los servicios de manera eficaz.

- D4 con O2

Combinamos D4 con O2 nos permitirá tomar nuevos lineamientos estratégicos para el mejor funcionamiento laboral dentro de la Dirección.

DA

- D5 con A3

Se combina D5 con A3 mejorando el liderazgo nos permitirá realizar análisis sobre motivos del cambio de las ordenanzas.

- D4 con A2

Combinamos D4 con A2 mejorando el equipo y sistema informático se permitirá atender mejor a los requerimientos de la comunidad.

- D1 con A2

Combinamos D1 con A2 mejorando la infraestructura se permitirá atender a tiempo y en mejor forma a la comunidad.

CAPÍTULO III

PROPUESTA ESTRATÉGICA

3.1 SOCIALIZACIÓN DEL MANUAL ADMINISTRATIVO DE PROCESOS

3.1.1 DIRECCIÓN DE MERCADOS FERIAS Y PLATAFORMAS

Para socializar el manual de procedimientos en la Dirección de Mercados Ferias y Plataformas haremos lo siguiente.

- ✓ Dar a conocer al Director de mercados, ferias y plataformas de Quito nuestro proyecto para su aprobación y su futura difusión en todo el personal de la Dirección de mercados, ferias y plataformas.
- ✓ Una vez aprobado por parte del Director de mercados, ferias y plataformas se suscribirá un memorándum donde manifiesta la total aprobación para la difusión de dicho manual de procedimiento a todo el personal administrativo como personal operativo.
- ✓ Teniendo la debida autorización se procederá a la socialización.

3.2 SOCIALIZACIÓN A ASESORÍA JURÍDICA

- ✓ Al personal de asesoría jurídica se le convocará mediante memorando un día específico u hora determinada con la respectiva planificación
- ✓ La sociabilización se la hará en la sala de auditorio donde se cuenta con los respectivos instrumentos para ser difundidos.
- ✓ Se les impartirá una charla breve de introducción especificando cual es el manual de procedimientos que se está por implementar con el personal de administradores.
- ✓ Además de una breve introducción se les dará a conocer cómo funciona y los pasos a seguir.

3.3 SOCIALIZACIÓN CON COMUNICACIÓN SOCIAL

La parte de comunicación social es un departamento sumamente importante ya que con este departamento haremos una alianza estratégica para a más de tener una socialización en las aulas de capacitación para que se pueda difundir este proyecto en las redes sociales de la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio.

La alianza estratégica con comunicación social constará que se pueda enviar a los correos electrónicos de cada jefe zonal y en especial de los administradores la información necesaria para la socialización del manual de procedimientos que se pretende implementar en la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas.

3.4 SOCIALIZACIÓN CON TALENTO HUMANO

Esta área o departamento de la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio es una parte fundamental ya que, con la respectiva autorización por parte del Coordinador Distrital de la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio, hemos de conocer todos los correos electrónicos que posee cada administrador y mediante esto podremos enviar un mensaje de carácter personal especificando cuando y donde se va hacer la socialización de dicho manual de procedimientos.

Además de pedir los correos electrónicos el personal de talento humano tiene la plena disposición de ir a la socialización de dicho manual ya que forma una parte primordial como talento humano donde se informará al personal los pasos a seguir para la implementación de este manual de procedimiento que constará con los siguientes enunciados:

1. Explicación del tema a tratar
2. Explicación en días positivas o a su vez en programas relacionados con diapositivas.
3. Exposición de la información que se procederán a utilizar en el manual

de procedimientos.

4. Exposición de la llenada de los formularios por parte de los administradores.

3.5 REGLAMENTO PARA EL CONTROL DE LOS MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS DE QUITO

Contenido

- CAPITULO I
Disposiciones
generales:
- CAPITULO II
De la administración, control y mantenimiento de los mercados, ferias y plataformas
- CAPITULO III
De las responsabilidades y prohibiciones
- CAPITULO IV
De las modificaciones y la vigencia
- CAPITULO V
De las sanciones

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES:

Artículo 1.- Propósito del manual de procedimientos. - El presente manual de procedimientos tiene como propósito regular la administración, utilización, mantenimiento, control, organización y determinación de responsabilidades para el uso de los Mercados, Ferias y Plataformas propiedad del Municipio Metropolitano de Quito.

Artículo 2.- De las definiciones. - Para efectos de este manual de procedimientos y para facilitar su comprensión se presentan las siguientes definiciones.

- ✓ **Jefe Zonal.** - Persona que se encarga de supervisar el manejo de los Mercados, Ferias y Plataformas, a cargo de los Administradores.
- ✓ **Administrador.** - Persona responsable de administrar, controlar el buen uso de los espacios municipales, (mercados, ferias y plataformas).
- ✓ **Directiva.** - Grupo de comerciantes organizados, con la finalidad de representar a los comerciantes de los mercados, ante las diferentes instancias.

Artículo 3.- De la aplicación. - Este manual de procedimientos será aplicable a:

- a) Todos los Mercados, Ferias y Plataformas del Distrito Metropolitano de Quito que se encuentran ubicados en un predio de propiedad del Municipio de Quito, estarán bajo la administración de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, para los que la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio designará un presupuesto anual para los gastos operacionales y / o mantenimiento.
- b) Todos los Mercados, Ferias y Plataformas del Distrito Metropolitano de Quito, desarrollarán actividades específicas que estén amparados bajo la Ordenanza Metropolitana 0253, y/o un contrato de arrendamiento suscrito legalmente entre las partes y que permanezcan bajo custodia de la municipalidad por el tiempo de duración del contrato.

CAPITULO II

LA ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y MANTENIMIENTO DE LOS MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Artículo 5.- De la administración de mercados, ferias y plataformas. - La administración de los mercados, ferias y plataformas le corresponde al Alcalde Municipal, quien delega a un Coordinador Distrital para que se encargue de la administración de todos los centros de comercio establecidos en el Distrito Metropolitano de Quito. Este a su vez contratará al Director de Mercados, Ferias y Plataformas quien será responsable de la planificación mediante el análisis de las necesidades y requerimientos de todos los mercados, ferias y plataformas del DMQ, y este a su vez contratará el personal (Administradores) para que sean ellos quienes realicen el manejo y custodia de los bienes inmuebles entregados a la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio.

Artículo 6.- Del registro y estadística. - El empleado municipal responsable de los mercados, ferias y plataformas, se encargará del control y mantenimiento, de los establecimientos que se le asigne según memorando emitido por el Área de Recursos Humanos, adicionalmente llevará los siguientes formularios de registro y estadísticas de visitas que recibe cada centro de comercio:

- a) Inventario de los bienes, equipos y herramientas.
- b) Control de mantenimiento.
- c) Documentos de respaldo de los bienes a su cargo entregados por el departamento de Bienes de la ACDC.
- d) Oficio de devolución de los bienes.
- e) Informe de actividades y novedades de cada centro de comercio.
- f) Reportes de anomalías detectadas en los centros de comercio.
- g) Solicitud de orden de mantenimiento y/o trabajos de reparación en los centros de comercio.
- h) Línea base actualizada (número de clientes externos que recibe el centro de comercio).

Artículo 7.- De las acciones de control. - La auditoría interna o el alcalde municipal a través de quien delegue, efectuará el control de los mercados, ferias y plataformas que se

encuentren entregados a la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio por la Dirección Metropolitana de Gestión de Bienes Inmuebles.

Adicionalmente para coordinar acciones de control en referencia al comercio informal en los espacios de los alrededores de los centros de comercio se mantendrán reuniones continuas con instancias Municipales como son: Cuerpo de Agentes Metropolitanos de Quito, Agencia Metropolitana de Control y también la Policía Nacional (si amerita el caso), Agencia Metropolitana de Control, ADMINISTRACIONES ZONALES.

Si se tratará de otros inconvenientes se deberá organizar el apoyo con las diversas entidades Municipales, con la finalidad de cumplir con lo establecido en la Ordenanza Metropolitana 0253.

Artículo 8.- De la entrega de informes. - Como mecanismo de control los administradores están obligados a entregar un informe de manera mensual que contendrá las actividades realizadas durante todas las jornadas de trabajo, informando si en el centro de comercio se presentó alguna novedad en el centro de comercio (debe describirla), informar adicionalmente si es necesario la intervención de otras entidades Municipales o del Estado con el objeto de resolver la novedad presentada, entre otros datos que se consideren necesarios.

Artículo 9.- De la custodia de los mercados, ferias y plataformas. - Los administradores, serán responsables de la custodia de los bienes entregados, durante el tiempo para el cual fueren asignados. Los bienes permanecerán siempre en poder del administrador y bajo su responsabilidad.

CAPITULO III

DE LAS RESPONSABILIDADES Y PROHIBICIONES

Artículo 21.- De las responsabilidades de los Administradores de los mercados, o feria

- ✓ Solicitar a la Dirección se oficie a las entidades se realice una revisión de manera anual las instalaciones del mercado, (agua, gas, alcantarillado, estructura, eléctrico).
- ✓ Al momento de realizar los cambios de los Administradores se deberán entregar de manera escrita (Acta entrega-recepción) la información de lo actuado en el centro de comercio y de los pendientes que se quedan por realizar, con la finalidad de continuar con la gestión planificada y no volver a empezar.
- ✓ Tomar las medidas de precaución cuando se observe que hay algo anormal en el centro de comercio (delincuencia organizada).
- ✓ Administrar siguiendo la norma establecida para los Mercados, Ferias del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 22.- De las prohibiciones a los Administradores de los mercados, ferias.

—

Son prohibiciones aplicables a la administración de los mercados de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas:

Llevar a personas ajenas a su trabajo a las instalaciones de los mercados, ferias.

Utilizar las instalaciones de los mercados o ferias para realizar asuntos personales.

Presentarse a laborar a los mercados o ferias en estado de ebriedad o en condiciones no apropiadas que limiten las facultades físicas y mentales, debido al consumo de estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos.

CAPITULO IV

LAS MODIFICACIONES, ENMIENDAS Y LA VIGENCIA

Las modificaciones o enmiendas a este manual de procedimiento, solo se podrán hacer con la autorización de autoridades pertinentes y autorización del pleno

CAPITULO V

DE LAS SANCIONES

Artículo 23.- De las sanciones. - El alcalde municipal tiene la autoridad para imponer medidas de sanción al empleado municipal que incumpla con lo contemplado en este manual de procedimiento, dentro de las cuales están las siguientes:

- ✓ Un castigo disciplinario, consistente en la restricción del derecho al uso del vehículo oficial o la exclusión temporal o permanente del uso del mismo.
- ✓ El empleado de la municipalidad será obligado a aportar o cubrir los daños causados por su propia responsabilidad (negligencia) al utilizar el vehículo oficial, previa investigación debidamente comprobada y siguiendo el procedimiento establecido para estos casos.
- ✓ Despido directo.

CAPITULO VI VIABILIDAD

ACADÉMICA

En nuestro proyecto de investigación hemos necesitado las siguientes materias para poderlo llevar a cabo:

- Informática – Sistemas

- Legislación Laboral
- Talento Humano
- Comunicación

ECONÓMICA

La creación de un manual de administración y uso Manual De Procesos para La Dirección De Mercados, Ferias Y Plataformas Del Distrito Metropolitano De Quito nos genera un gasto de:

Tabla 16. Económica

DESCRIPCIÓN / INSUMOS	CANTIDAD	OPERATIVIDAD	GASTO	TOTAL/unidad
Grapadora	1	USO PERSONAL	4.80	4.80
Carpetas	3	USO PERSONAL	1.10	3.30
Resmas de Papel bond A4	2	USO PERSONAL	3.00	3.00
Resaltadores	2	USO PERSONAL	1.20	2.40
Impresiones	23	TODO EL PERSONAL	0.10	2.30
Lápiz, esfero y marcadores	1 PAQUETE	USO PERSONAL	3.00	3.00
Sistema de comunicación	23	COMUNICACIÓN	350.00	8050,00
Difusión del Plan	0	TODA LA POLICIA	0.00	0.00
TOTAL			366,20	8068.80

LEGAL

Hemos visto la necesidad de manejarnos con las siguientes materias y artículos que nos permitirán sustentar nuestro proyecto

- Legislación laboral.
- Código de trabajo.
- Constitución de la República del Ecuador.
- Ordenanza Metropolitana 0253 y su Reglamento.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.6 CONCLUSIONES

1. Toda institución del Distrito metropolitano de Quito busca brindar un servicio con la mejor eficacia y seguridad para lograr su posicionamiento en la mentalidad de la ciudadanía Quiteña y la mayor posible con el mínimo desperdicio posible de recursos. Es por ello imprescindible para la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, el planificar, establecer objetivos y metas a alcanzar a mediano y largo plazo, para lo cual debe contar con herramientas importantes como son los presupuestos, retroalimentarse continuamente con información actualizada y veraz, en base a la cual tomar las decisiones o correctivos necesarios para la buena marcha de la institución.
2. Los controles del manual de operaciones han sido diseñados para garantizar el correcto funcionamiento de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, para garantizar el correcto funcionamiento de los mercados, ferias y plataformas del DMQ.
3. Se determina que obtener mejoras en los tiempos de los procesos, optimizará los costos requeridos para conseguir los logros propuestos.
4. Se determina que, con la implementación del manual de procedimiento de procesos, se tendrá mayor efectividad en la aplicación primero al personal de administradores en beneficio de los comerciantes de los centros de comercio.

3.7 RECOMENDACIONES

1. Capacitar al personal en el manejo oportuno y detallado de procesos, referente a las necesidades presentadas por los centros de comercio, el mismo que debe ser entregado en la secretaria de la Dirección de Mercados.
2. Los procesos de mejora en la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, están adaptados a los requerimientos de la ciudadanía Quiteña, por lo que es necesario que quien lo implemente tenga muy claros las metas y los objetivos que se desea alcanzar. Recomendándose entonces que sea el promotor de dicho manual el que implemente futuros cambios.
3. Se recomienda que la Dirección de Mercados Ferias y Plataformas utilice esta propuesta tomando en cuenta los resultados obtenidos de este estudio, y se revise esta información con la finalidad de que se puede mejorar los procesos de dicha Dirección.
4. Debido a que la población cambia constantemente, se recomienda realizar un estudio del comportamiento de la rotación de personal cada cierto período de tiempo con la finalidad de mantenerles capacitados, y resolver con rapidez y eficacia ante los cambios que presente el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FAYOL, H. (1916). “*Administración Industrielle et Generale*”.

<http://www.comercio.quito.gob.ec/homepage/base-legal-4>

<http://www.comercio.quito.gob.ec/homepage/base-legal-3>

<http://www.comercio.quito.gob.ec/homepage/base-legal-3>

<http://www.webyempresas.com/las-5-funciones-de-la-ADMINISTRACIÓN-de-henri-fayol/> <https://s3a2.me/2012/04/02/las-seis-funciones-basicas-de-la-empresa-segun-henri-fayol/>

Obituary: Peter Drucker, 95, Economist Who Prized Value of Workers». *The New York*

Times (en inglés). 13 de noviembre de 2005.

[http://html.rincondelvago.com/la-ADMINISTRACIÓN-y-el-trabajo-del-](http://html.rincondelvago.com/la-ADMINISTRACIÓN-y-el-trabajo-del-mundo_peter-drucker.html)

[mundo_peter-](http://html.rincondelvago.com/la-ADMINISTRACIÓN-y-el-trabajo-del-mundo_peter-drucker.html)

[drucker.html](http://html.rincondelvago.com/la-ADMINISTRACIÓN-y-el-trabajo-del-mundo_peter-drucker.html)

Diamond, Susan Z., Como Preparar Manuales Administrativos, Nueva Editorial

Interamericana, México.1983.

Gómez Ceja, Guillermo, Planeación Y Organización De Empresas, Mc Graw Hill, México.

1994.

Gómez Ceja, Guillermo, Sistemas Administrativos “Análisis Y Diseño, Mc Graw Hill, México

1997.

http://html.rincondelvago.com/manuales-administrativos_ADMINISTRACIÓN.html

Publicado 13th March 2012 por AdminGuide

<http://adminguidefca.blogspot.com/2012/03/concepto-de-manual-de-proceso.html>

Publicado por [RICARDO ENRÍQUEZ CARO](#)

<http://www.ADMINISTRACIÓNmoderna.com/2012/01/manuales-administrativos.html>

ANEXOS

PERFILES

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO		CÓDIGO	001
ÁREA			
CIUDAD			
SUPERVISADO POR			
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE	

1. OBJETIVO DEL CARGO

--

2. PRINCIPALES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO		INDICADORES DE GESTIÓN
1		
2		
3		
4		
5		

3. NIVEL DE SUPERVISIÓN

--

4. NIVEL DE RESPONSABILIDADES

MANEJO DE INFORMACIÓN	MANEJO DE BIENES Y MERCADERÍAS	MANEJO DE VALORES

ENCUESTA



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA

ACDC AGENCIA DE COORDINACIÓN
DISTRITAL DEL COMERCIO

Objetivo.-

La Agencia de Coordinación Distrital del Comercio a través de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas está llevando a cabo una encuesta para conocer la opinión de los administradores con respecto al proceso operativo que brinda la Dirección de Mercados.

Instrucciones: Responda con honestidad las siguientes preguntas.
Marca con una "X" la respuesta de su preferencia.

Gracias por el tiempo prestado en esta encuesta

- Seleccionar al grupo que pertenece:

Género: M () F ()

1) ¿Se ofrece un ambiente laboral donde los administradores estén emocionalmente seguros?

a) Excelente b) Muy Bueno

c) Bueno d) Malo

2) ¿La Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas brinda respaldo total a las acciones efectuadas por los Administradores?

Siempre Nunca

3) ¿Identifica usted la responsabilidad (administrativa, civil o penal) que tiene al realizar la Administración de un Mercado, Feria o Plataforma?

SI NO

4) ¿Le gustaría que le capaciten para que aprenda a resolver conflictos que se presentan continuamente con los comerciantes de los mercados?

SI NO

5) ¿Cree usted que es necesario realizar capacitaciones sobre la normativa legal vigente que se relaciona directamente con los Mercados, Ferias y Plataformas (Ordenanzas, Convenios, etc)?

SI

NO

6) ¿Cómo calificaría los procesos que se realizan en la Dirección de Mercado, Ferias y Plataformas?

MUY BUENO

REGULAR

7) ¿Considera que un proceso administrativo bien definido y actualizado, ayudaría a definir las actividades que se deben realizar en la Administración de los Mercados?

SI

NO

8) ¿Conoce usted que es un manual de procedimientos?

SI

NO

9) ¿Sabía usted que en la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas se puede mejorar el procedimiento de administrar un mercado mediante un manual de procesos?

SI

NO

10) ¿Le importaría ser partícipe del proceso administrativo que mejore la Administración de los Mercados, Ferias y Plataformas?

SI

NO

COMENTARIOS Y SUGERENCIAS.

.....

.....

.....

.....

F.O.D.A.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

F.O.D.A. – CRUZADA

EXTERNAS INTERNAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	F.O.	F.A.
DEBILIDADES	D.O.	D.A.