



compAs
Grupo de capacitación e investigación pedagógica

GUÍA PRÁCTICA PARA EL **COMERCIANTE** DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL CANTÓN DURÁN

Lcda. Tatiana Chan Paredes, Mgs. - Ing. Mauricio Chávez Garcés, Mgs.
Econ. Jorge Chabusa Vargas, Ph.D. - Abg. Hugo Cárdenas Echeverría, Mgs.
Ing. Hypathia Verónica Fiallos Veintimilla, Mgs.
CPA. Stephanie Marcela Delgado Estrada, MTF

LA MÁS
**GRANDE,
IMPORTANTE
Y GLORIOSA**
del Ecuador



UNIVERSIDAD DE
GUAYAQUIL

GUÍA PRÁCTICA PARA EL COMERCIANTE DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DEL CANTÓN DURÁN

Lcda. Tatiana Chan Paredes, MgS
Ing. Mauricio Chávez Garcés, MgS
Econ. Jorge Chabusa Vargas, Ph.D.
Abg. Hugo Cárdenas Echeverria, MgS
Ing. Hypathia Verónica Fiallos Veintimilla, MgS
CPA. Stephanie Marcela Delgado Estrada, MTF

Este libro ha sido debidamente examinado y valorado en la modalidad doble par ciego con fin de garantizar la calidad científica del mismo.

© Publicaciones Editorial Grupo Compás
Guayaquil - Ecuador
compasacademico@icloud.com
<https://repositorio.grupocompas.com>



Chan, T., Chávez, M., Chabusa, J., Cárdenas, H., Fiallos, H., Delgado, S. (2024) Guía práctica para el comerciante de los mercados de abastos del Cantón Durán . Editorial Grupo Compás

© Lcda. Tatiana Chan Paredes, MgS
Docente de la Universidad de Guayaquil
ORCID 0000-0003-3335-0982

Ing. Mauricio Chávez Garcés, MgS
Docente de la Universidad de Guayaquil
ORCID 0000-0001-7719-0226

Econ. Jorge Chabusa Vargas, Ph.D.
Docente de la Universidad de Guayaquil
ORCID 0000-0002-3133-5036

Abg. Hugo Cárdenas Echeverría, MgS
Docente de la Universidad de Guayaquil
ORCID 0009-0006-7471-4921

Ing. Hypathia Verónica Fiallos Veintimilla, MgS
Docente de la Universidad de Guayaquil,
ORCID 0000-0003-1963-9878

CPA. Stephanie Marcela Delgado Estrada, MTF
Docente de la Universidad de Guayaquil
ORCID 0000-0003-2829-1814

ISBN: 978-9942-33-805-1

El copyright estimula la creatividad, defiende la diversidad en el ámbito de las ideas y el conocimiento, promueve la libre expresión y favorece una cultura viva. Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.

Bienvenidos a la Guía Práctica para comerciantes de mercados de abastos del cantón Durán.

Esta guía ha sido diseñada especialmente para brindarles información y herramientas útiles que les permitirán prosperar como comerciantes en los mercados de abastos del cantón Durán en la provincia del Guayas, en Ecuador.

Aquí encontrará, procedimientos para obtener el alquiler del local comercial indicados en las ordenanzas municipales, prácticas recomendadas en la Norma Técnica NTE INEN 2687:2013 Requisitos para mercados saludables, valiosos consejos de finanzas para pequeños comerciantes y acciones comerciales para la promoción y venta.

En el capítulo uno se explicará los requisitos el procedimiento para solicitar el alquiler del local comercial en cualquier mercado del cantón Durán.

En el capítulo dos se expondrá las políticas internas del mercado de abastos, horarios de apertura y cierre, gestión de residuos, buenas prácticas de higiene, comercialización y manipulación de alimentos que permitirán tener un ambiente limpio y seguro para la seguridad alimentaria.

Capitulo tres se indicará la gestión financiera para pequeños comerciantes, consejos prácticos sobre el control de los ingresos, administración de los gastos e inventarios, aprenderá a elaborar un presupuesto y la propuesta de una caja comunal que permitirá financiarse formalmente para apoyarlos en el crecimiento de sus negocios.

Finalmente, el capítulo cuatro habla sobre la promoción comercial, se brindará importantes consejos, sobre estrategias de promoción para mercados de abastos, técnicas de exhibición, aspectos claves para atención al cliente que le permitan construir sólidas y largas relaciones con sus clientes.

Esta guía ha sido desarrollada pensando en ustedes, los comerciantes de los Mercado de abastos del cantón Durán. Esperamos que les sea de gran utilidad y que les ayude a alcanzar el éxito en sus negocios. ¡Manos a la obra y buena suerte en su camino hacia el crecimiento y prosperidad comercial!

CONTENIDO



OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	5
1. ¿CÓMO ARRENDAR UN LOCAL EN UN MERCADO DE ABASTOS DEL CANTÓN DURÁN?	6
Ordenanzas municipales	7
1. Mercados municipales de abastos.....	8
2. Ordenanzas municipales para mercados de abastos	9
1.1. Normativas requeridas por el GAD municipal para los comtos.	12
1.1.1. El arrendamiento y permiso de ocupación	12
1.1.2. Solicitud de puesto en los mercados de Durán.....	13
1.1.3. Requisitos obligatorios:.....	13
1.1.4. Emisión del Certificado Único de Salud	14
1.2. Adjudicación y firma de contrato	16
1.3. Costos del arriendo	19
1.3.1 Requisitos para funcionamiento	20
1.4. Renovación de arrendamiento	22
2. POLÍTICAS DENTRO DEL MERCADO DE ABASTOS DEL CANTÓN DURÁN	23
Objetivos de aprendizaje	23
2. 1 Horarios.....	25
2.2 Ubicación por categorías	26
2.3 Infraestructura y Servicios	29
2.3.1 Eliminación de desechos sólidos y líquidos	30
2.3.2 Adquisición, transporte, recepción y almacenamiento.....	31
2.3.3 Puesto de comercialización y limpieza	33
2.3.4 Buenas prácticas en la preparación de alimentos	35
2.3.5 Higiene del comerciante y manipulador de alimentos preparados.....	39
2.3.6 Control de plagas y roedores	40
3. FINANZAS PARA COMERCIANTES DE MERCADO DE ABASTOS DEL	

CANTÓN DURÁN	41
Objetivos de aprendizaje	41
3.1. El Pronóstico Financiero	43
3.2. Presupuesto	46
3.2.1. ¿Qué es el Presupuesto?	46
3.2.2. ¿Por qué es importante un presupuesto?	47
3.2.3. Beneficios de hacer un presupuesto	47
3.2.4. Usos del presupuesto	48
3.2.5. Limitaciones.....	48
3.2.6. Tipos de presupuestos.....	49
3.2.7. Cómo elaborar un presupuesto	50
3.3 Educación Financiera ¿Qué es la educación financiera?	56
3.3.1 La caja comunal como herramienta para crédito formal	59
3.3.2 Microcréditos	60
3.3.3 Requisitos para solicitar un microcrédito	60
3.3.4 Ahorros programados.....	61
3.3.5 Políticas de cobros	62
3.3.6 Políticas de pagos.....	63
3.3.7 Proceso de recuperación de cartera en mora.....	63
4. PROMOCIONAR Y VENDER EN UN MERCADO DE ABASTOS DEL	
CANTÓN DURÁN	64
Objetivos de aprendizaje	64
4.1 Beneficios de la promoción comercial	66
4.2 Estrategias del comerciante para la promoción comercial del mercado de Abastos.....	66
4.3 ¿Por qué es importante tener un programa de excelencia en la atención y servicio al cliente?	70
4.4 Principios para conquistar a un cliente	74
4.5 Acciones comerciales y de promoción en conjunto con comerciantes de los mercados de Abastos.....	78
4.6 Propuesta para desarrollo de nuevos servicios dentro del mercado.	79
ANEXO 1.....	80
Presupuesto Anual del emprendimiento	80
Referencias.....	81



1.

¿CÓMO ARRENDAR UN LOCAL?

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Comprender leyes y ordenanzas que regulan el funcionamiento de los mercados de Durán.
- Identificar los requisitos para solicitar arrendamiento un puesto en los mercados de Durán
- Conocer el proceso para postular al arrendamiento, firma del contrato y los requisitos para el funcionamiento.

¿CÓMO ARRENDAR UN LOCAL EN UN MERCADO DE ABASTOS DEL CANTÓN DURÁN?

Definir el área comercial de un centro o distrito comercial es un primer paso importante en cualquier análisis de mercado. Este paso es crucial porque define los límites que servirán como base para estudios posteriores. También ayuda a las empresas individuales a identificar oportunidades para expandir su propia área comercial (Arboledas, 2009).

En el desarrollo económico comunitario, de un área comercial, es el área geográfica desde la cual una comunidad genera la mayoría de sus clientes. A menudo, esta es el área geográfica que representa la mayoría de los clientes actuales. A veces, una comunidad puede tener más de un área comercial (como un área comercial de conveniencia y de destino, centro de abastos, centros comerciales minoristas, centros mayoristas, etc.) (Cadiñanos, 2017).

Conocer el tamaño y la forma de cada área comercial es extremadamente importante porque sus límites permiten medir la cantidad de clientes potenciales, su demografía y su potencial de gasto (Castro et al., 2020).

Ordenanzas municipales

Una ordenanza es una ley aprobada por un gobierno municipal. Un municipio, como una ciudad, pueblo, aldea o distrito, es una subdivisión política de un estado dentro del cual se ha establecido una corporación municipal para proporcionar gobierno local a una población en un área definida (Castro et al., 2020).



Las ordenanzas son simplemente leyes aprobadas por los gobiernos locales o municipales. Como el gobierno local y estatal tienen una constitución que autoriza cierto poder a ciertos funcionarios del gobierno, los municipios y condados tienen un estatuto que hace lo mismo. La carta, entonces, como una constitución estatal o federal, delineará cómo los municipios o condados deben promulgar sus leyes (Arboledas, 2009).

Ilustración 1

Las regulaciones comerciales son leyes promulgadas por la Asamblea y (o) por un estado para garantizar una economía libre y competitiva. La Constitución, a través de la Cláusula de Comercio, otorga a la Asamblea poder exclusivo sobre las actividades comerciales entre los estados y con países extranjeros. Estas regulaciones promueven el libre comercio y la competencia leal y prohíben las prácticas comerciales anticompetitivas. La regulación comercial está estrechamente relacionada con la ley antimonopolio y, a menudo, se la denomina ley de regulación comercial y antimonopolio. La ley antimonopolio prohíbe la conducta anticompetitiva o las estructuras comerciales, como la fijación de precios, la manipulación de licitaciones, los fideicomisos y los monopolios (Porrás, 2009).

1. Mercados municipales de abastos

Los mercados públicos locales han jugado un papel importante en las comunidades durante siglos y son un espacio público clave. Los mercados locales sirven a la comunidad de muchas maneras, incluso actuando como un centro comercial principal donde las personas pueden ganarse la vida, creando espacios sociales en los vecindarios para que los lugareños se reúnan e interactúen entre sí y uniendo las comunidades rurales y urbanas. Hasta la última mitad del siglo XX, la mayoría de los alimentos se compraban en los mercados locales, una tendencia que continúa en los países en desarrollo en la actualidad (Jarrín, 2019).

Los mercados públicos locales ayudan a crear entornos saludables que fomentan una alimentación saludable. A medida que los países en desarrollo experimentan la transición nutricional, en la que los alimentos tradicionales locales están siendo reemplazados por alimentos altamente procesados y ricos en energía, el papel de los mercados se ha vuelto cada vez más importante. Para llevar una dieta saludable, las personas deben poder acceder fácilmente a alimentos saludables, incluidas frutas y verduras frescas, a precios asequibles (Elguera, 2018).

Los mercados locales son el principal distribuidor de alimentos saludables en muchas ciudades del mundo y son particularmente importantes para los pobres. Los pobres dependen de los mercados para poder comprar cantidades más pequeñas, negociar precios más bajos y solicitar oportunidades de crédito.

La norma técnica ecuatoriana NTE INEN 2687:2013 establece al mercado “como el centro de comercialización de alimentos que cuenta con infraestructura fija y cerrada, en la cual los comerciantes compran y venden sus productos al público en sus puestos individuales distribuidos por giros” (INEN, 2013).

2. Ordenanzas municipales para mercados de abastos

Los condados, ciudades, pueblos y otros municipios pueden utilizar una variedad de herramientas de políticas para mejorar la oferta de alimentos en sus comunidades. Las ordenanzas y otras políticas municipales formalizadas abordan el acceso a alimentos saludables en tiendas de alimentos y restaurantes. Se complementa los ejemplos de políticas y las estrategias legales incluidas en la sección "Obtener" del Paso de peatones del sistema alimentario del Proyecto de políticas de alimentos saludables (Romero, 2019).

El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Durán, su naturaleza jurídica, competencias y responsabilidades como persona jurídica, y la gestión ambiental que establece tanto la Constitución de la República del Ecuador, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, como normas jurídicas dispersas en otros cuerpos jurídicos. Se ha acudido a la doctrina con el fin de recabar concepciones sobre las ordenanzas municipales; derechos del buen vivir, *Sumak Kawsay*, el derecho al trabajo.

Una de las facultades de la Constitución de la República del Ecuador (2015) vigente, se refiere en su Título V, a la Organización Territorial del Estado, y en cinco capítulos se refiere a: La organización del territorio, a los gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales, sus competencias y recursos económicos. Dentro de esta normativa constitucional, tenemos que: "Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos provinciales, y los concejos regionales."

La Constitución se refiere a los Concejos Municipales como gobiernos autónomos descentralizados que deben regirse por la ley correspondiente, por lo tanto, actualmente los Municipios han cambiado su denominación como entidad municipal, estableciéndose mediante ordenanzas cantonales como Gobiernos Autónomos Descentralizados, y que están regidos actualmente por el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2015) (COOTAD).

Además, por mandato constitucional los GAD, tienen facultades legislativas y ejecutivas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales. El Art. 264 de la referida Constitución determina las competencias exclusivas de los gobiernos municipales, sin perjuicios de otras que señala la

ley; El Numeral 1 establece que, en el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, expedirán ordenanzas cantonales.

Con relación a los recursos económicos de los gobiernos municipales, la Constitución de la República del Ecuador, en sus artículos 270 y 271, señala: Artículo 270.- los gobiernos autónomos descentralizados generarán sus propios recursos financieros y participarán de las rentas del Estado, de conformidad con los principios de subsidiaridad, solidaridad y equidad, "artículo 271.- los gobiernos autónomos descentralizados participaran de al menos el quince por ciento de ingresos permanentes y de un monto no inferior al cinco por ciento de los no permanentes correspondientes al Estado Central, excepto de los de endeudamiento público."

Por mandato constitucional, los municipios como Gobiernos Autónomos Descentralizados gozan de autonomía, y la ley del COOTAD (2015), en su Art. 5.-Autonomía.- La autonomía política, administrativa y financiera de los gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales prevista en la Constitución comprende el derecho y la capacidad efectiva de estos niveles de gobierno para regirse mediante normas y órganos de gobierno propios, en sus respectivas circunscripciones territoriales, bajo su responsabilidad, sin intervención de otro nivel de gobierno y en beneficio de sus habitantes. Esta autonomía se ejercerá de manera responsable y solidaria. En ningún caso pondrá en riesgo el carácter unitario del Estado y no permitirá la secesión del territorio nacional.

La autonomía, es la capacidad de cada gobierno autónomo descentralizado para impulsar procesos y formas de desarrollo acordes a la historia, cultura y características propias de la circunscripción territorial. Se expresa en el pleno ejercicio de las facultades normativas y ejecutivas sobre las competencias de su responsabilidad; las facultades que de manera concurrente se vayan asumiendo: la capacidad de emitir ordenanzas cantonales; la elección directa que los ciudadanos hacen de sus autoridades mediante sufragio universal, directo y secreto; y, el ejercicio de la participación ciudadana.

La ley del COOTAD (2015), en su Art. 6.- Garantía de autonomía. - Ninguna función del Estado ni autoridad extraña podrá interferir en la autonomía, administrativa y financiera propia de los gobiernos autónomos descentralizados, salvo lo prescrito por la Constitución y las normativas de la República.

El objetivo del Gobierno autónomo descentralizado (GAD) Municipal perteneciente al cantón Duran, es optimizar la atención al público dentro del Mercado Municipal (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Durán, 2014). Por lo que es necesario e indispensable desarrollar e implementar un sistema integral de información, gestión y monitoreo a los comerciantes, a fin de que se promueva su productividad, Por lo que es necesario e indispensable desarrollar e implementar un sistema integral de información, gestión y monitoreo a los comerciantes, a fin de que se promueva su productividad, competitividad y eficiencia en los mercados municipales del cantón Durán.

Según la ordenanza municipal reformativa del 2014 (Gobierno Autónomo Descentralizado, ORDENANZA MUNICIPAL, 2014) esta regula el uso, funcionamiento y administración de los mercados municipales y de las ferias libres en el cantón Durán, brinda además directrices para su ubicación, usos, servicios, áreas comunes y sus cuidados.

Luego, en la ordenanza municipal No. GADMCD-2024-001 (Gobierno Autónomo Descentralizado, GADMCD-2024-001 ORDENANZA MUNICIPAL, 2024), se establece la clasificación para los locales o puestos:

Categoría A (mercados minoristas):

- Sección A: Locales de expendio de: Carnes, pollos, mariscos, abacería y comida preparada
- Sección B: Locales de expendio de: legumbres, frutas, abacería y artículos varios.

Categoría B (mercados minoristas):

- Sección A: Locales de expendio de: Carnes, pollos, mariscos y comidas preparadas.
- Sección B: Locales de expendio de: legumbres, frutas, abacería y artículos varios.

Categoría C (mercados mayoristas):

- Sección A: Locales de expendio de: Cárnicos, pollos, mariscos y comidas preparadas.
- Sección B: Locales de expendio de: Legumbres, abacería, frutas y artículos varios.

Indica que serán entregados con la modalidad de contratos de arrendamientos

1.1. NORMATIVAS REQUERIDAS POR EL GAD MUNICIPAL PARA LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS DE ABASTOS.

1.1.1. El arrendamiento y permiso de ocupación

La Constitución de la República del Ecuador (2015), siendo la normativa jerárquica superior y que rige todas las demás normas, establece en su artículo 3 numeral 1: Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes; asimismo en su artículo 32, prescribe que la salud, es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud.

1.1.2. Solicitud de puesto en los mercados de Durán

Para solicitar el alquiler de un local dentro de los mercados de Durán, se debe considerar que las personas ya sean estas naturales o jurídicas deben presentar a la JEFATURA DE MERCADOS una carpeta con los siguientes requisitos, previo al registro de la solicitud en línea:

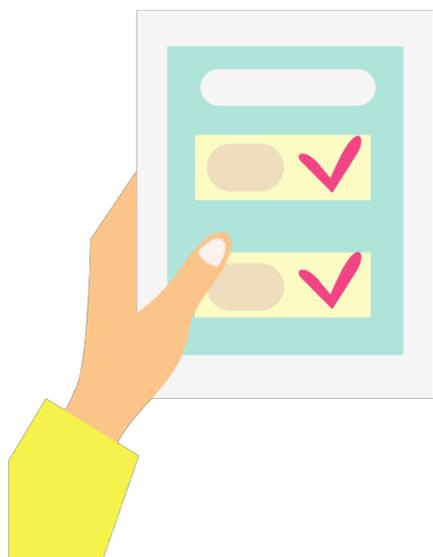


Ilustración 2

1.1.3. Requisitos obligatorios:

- a) Solicitud dirigida a la máxima autoridad municipal detallando sus nombres completos, número de cedula de ciudadanía, el nombre del mercado, la actividad específica del negocio a emprender, dirección domiciliaria, correo electrónico válido, número telefónico convencional y celular.
- b) Fotocopia de la cedula de ciudadanía y del certificado de votación vigente (Ser mayor de 18 años).
- c) Formulario de compromiso contra la vulneración de derechos de niños, niñas y adolescentes debidamente llenados y firmados.
- d) Contar con una cuenta de correo electrónico, la cual será verificada, para el envío de las notificaciones, comunicaciones y convocatorias.
- e) Dos fotos a color tamaño carnet actualizadas.
- f) No estar incurso en prohibiciones que establece la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, para lo cual deberá presentar Declaración Juramentada ante Notario Público de no estar incurso en tales prohibiciones. (No aplica para renovación de contrato).
- g) Certificado emitido por la Dirección General Financiera de No adeudar al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Durán.
- h) Certificado de Salud otorgado por el Ministerio de Salud Pública.
- i) Informe de buen uso del Espacio Comercial (Aplica para renovación de contratos)

El arrendatario de otro local comercial del Sistema Integrado de Mercados no podrá acceder a otro local, excepto por publicidad.

Los ex-arrendatarios, personal laboral y su núcleo familiar, que hayan dado lugar a la terminación unilateral del contrato por procedimientos sancionatorios derivados del incumplimiento de las Leyes y Ordenanzas municipales, no podrán presentar solicitudes para arrendamiento de locales comerciales de propiedad Municipal, ni como personal laboral de otro local, hasta dos años contados a partir de la finalización del contrato.

1.1.4. Emisión del Certificado Único de Salud

El servicio orientado a emitir un certificado que informe que el usuario se encuentra en condiciones estables de salud en el momento del examen médico y que por lo tanto está libre de síntomas sugestivos que puedan tener repercusiones de salud pública. Este proceso no tiene costo alguno. Las personas que pueden acceder a este servicio: Personas Naturales, ciudadanía en general.

Los requisitos para la obtención del Certificado Único de Salud, se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 1.- *Requisitos para la obtención del Certificado Único de Salud*

TRÁMITE	REQUISITOS
Emisión del Certificado Único de Salud para jóvenes y adultos. Trámite orientado a emitir el certificado único de salud a personas nacionales o extranjeras con edad mayor o igual a 20 (veinte) años, que necesitan realizar trámites en el interior o exterior del país y que se encuentren en condiciones estables de salud.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biometría hemática 2. Coproparasitario 3. EMO (Elemental y microscópico de orina) 4. Exámenes de Glucosa 5. Exámenes de Colesterol 6. Exámenes de Triglicéridos 7. Exámenes de Ácido úrico

Fuente: (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, 2015)

Los exámenes de laboratorio pueden realizarse en el Establecimiento de Salud de su preferencia (público o privado), sin embargo, solo tienen una vigencia de 30 días. Pasos para acceder al servicio:

3. Solicitar turno, lo puede hacer a través de «una» de las siguientes opciones:
 - Llamar al número telefónico 171 opción 1,
 - Acceder al trámite en línea a través de esta página web (citas.med.ec) y tomar una cita para medicina general.

- Acercarse al Centro de Salud más cercano y solicitar la atención médica.

Acudir a la cita médica con los exámenes de laboratorio impresos.

Al finalizar su cita médica obtener el certificado único de salud en físico.

Tomar en cuenta que si desea realizarse los exámenes de laboratorio en los establecimientos del Ministerio de Salud Pública deberán agendar una cita previa para que el médico le emita el pedido de exámenes de laboratorio.

El Certificado Único de Salud puede ser adquirido a través de cualquier centro de salud de la Red Pública Integral de Salud (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – IESS, Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas – ISSFA, Instituto de Seguridad Social de la Policía – ISSPOL, Ministerio de Salud Pública – MSP) autorizado.

El certificado no puede ser emitido por ningún establecimiento de salud privado, aunque tenga convenio con el IESS, ISSFA o ISSPOL.

1.2.ADJUDICACIÓN Y FIRMA DE CONTRATO

Se permitirá arrendar un solo local del mercado municipal a cada comerciante y su núcleo familiar.

De acuerdo con la ordenanza ORDENANZA MUNICIPAL No. GADMCD-2024-001 (Durán, 2024), las solicitudes se ingresarán a través del canal establecido por la Municipalidad para la recepción de solicitudes.

Si no hay locales o espacios disponibles, las solicitudes quedarán en lista de espera. En caso de disponibilidad, la Dirección General de Servicios y Espacios Públicos para renovación de contrato, evaluará el buen uso del espacio comercial, correcta disposición de alimentos y el buen comportamiento del comerciante por medio de la aplicación de una ficha técnica.

El solicitante tendrá un plazo máximo de 30 días, luego de recibida la notificación de aprobación de solicitud, notificado por correo electrónico o al número celular registrado, para la entrega de la carpeta con los requisitos del 1.1.3 al Jefe de Mercados.

A continuación, se detalla el procedimiento para la adjudicación y firma del contrato a los solicitantes. La adjudicación estará a cargo del Director general de Servicios y Espacios Públicos en conjunto con la máxima autoridad, ver gráfico 1.

Gráfico 2

Procedimiento para adjudicación de local o puesto en los mercados municipales del cantón Durán ordenanza municipal reformativa del 2024.



Ilustración 3

Fuente: Tomado de la ordenanza municipal reformativa GADMCD-2024-001.

Para los locales bajo la modalidad de arrendamiento a comerciantes se dará preferencia a:

- Comerciantes con residencia permanente en el cantón.
- Comerciantes con mejor historial de comportamiento, comprobable a través de los registros existentes en los archivos de la Jefatura de Mercados.
- Comerciantes con mejor historial de pago de cánones de arrendamiento.
- Comerciantes con condiciones de vulnerabilidad, previo informe de la Dirección competente.
- Comerciantes que hayan completado primero la documentación.
- Comerciantes que hayan sido notificados para desocupación del local debido a demolición o modificaciones de los mercados.
- Comercios reconocidos localmente o franquicias nacionales e internacionales, que promuevan la concurrencia al Sistema Integrado de Mercados Municipales.
- Comerciantes que presenten certificados de capacitaciones/cursos dentro de las áreas comerciales pertinentes a su actividad.

1.3.COSTOS DEL ARRIENDO

Los costos de arriendos son en función a la categoría:

Tabla 2.- Costos de Arriendos de puestos y locales en los mercados de municipales del Cantón Durán.

CATEGORÍA	SECCIÓN	COSTO DE ARRIENDO MENSUAL
CATEGORÍA A: Mercado Minorista	Sección A	\$25,00
	Sección B	\$ 15,00
	Espacio para publicidad	\$ 8,00 por mt2
	Espacios de ocupación temporal	\$ 1,00 diario por mt2
	Espacios para cajeros automáticos	\$190,00
CATEGORÍA B: Mercado Minorista	Sección A	\$10,00
	Sección B	\$10,00
	Espacios de ocupación temporal	\$ 1,00 diario por mt2
CATEGORÍA C: Mercado Mayorista	Sección A	\$100,00
	Sección B	\$ 50,00
	Espacio para publicidad	\$ 8,00 por mt2
	Espacios de ocupación temporal	\$ 1,00 diario por mt2

Fuente: Adaptado de la Ordenanza Municipal GADMCD-2024-001.

La estructura tarifaria se reajustará anualmente o cuando sea necesario, en función del análisis financiero que garantice la calidad y sostenibilidad de los servicios.

Los pagos por arriendo de los locales de los mercados municipales se deben cancelar en la tesorería del GADM del cantón Durán dentro de los primeros diez días de cada mes, en caso de mora se cobrará el interés permitido por la Ley a partir del día once del mes en curso.

Los comerciantes que efectúen el pago del canon de arrendamiento, dentro de los primeros 5 días del mes, obtendrán un descuento del 15%.

El administrador de cada mercado llevará el control del cumplimiento de pago de los arrendatarios y comunicará a la Jefatura de Mercados. En caso de atraso mayor a 60 días calendarios, se ejecutará el debido proceso.

Si el atraso del pago del canon de arrendamiento supera los 2 meses, se le requerirá por medio de las comisarías municipales el pago del arriendo, si no hay repuesta después de 3 días, se enviará otra notificación y si no hay pago, luego de 2 días, el Director de obras y servicios públicos ordenará:

- Clausura del local comercial.
- Solicitará a la Dirección General de Asesoría Jurídica, la inmediata terminación del contrato.
- Oficiará a la Dirección General Financiera, para que se formule inmediatamente el auto pago.

Para prever eventualidades que incurran en afectaciones o destrucción de los locales, área para publicidad o espacio para ocupación arrendados imputables al arrendatario, este deberá una vez firmado el contrato, cancelar una garantía por el valor de un canon de arrendamiento en las ventanillas de Tesorería del GAD Municipal.

Esta garantía será devuelta al beneficiario en caso de terminación del contrato, siempre y cuando entregue las instalaciones en las mismas o mejores condiciones en las que se recibió. El pago de la garantía solo aplicará para los nuevos comerciantes que quieran formar parte del sistema integral de mercados.

1.3.1 Requisitos para funcionamiento

Cuando el comerciante ha firmado el contrato de arrendamiento y se emita el permiso de ocupación debe cumplir con los siguientes requisitos para el funcionamiento del local:

- a) Patente Municipal.
- b) Comprobante de Pago de Garantía (en caso de ser nuevo comerciante)

Si el arrendatario no cumple con estos requisitos dentro de los 30 días, el contrato será terminado unilateralmente.

Una vez adjudicado se prohíbe el traspaso de local dentro de los mercados.

La jefatura de Mercados de la Dirección de obras y servicios públicos autorizará la renovación del contrato de arrendamiento previa solicitud del

arrendatario y con actualización del canon de arrendamiento por medio del sistema integrado de información SANMERCADO (Gobierno Autónomo Descentralizado, ORDENANZA MUNICIPAL, 2014).

Los arrendatarios que deseen incluir personal laboral que colabore con las actividades comerciales, deberán realizar un escrito dirigido al Director General de Servicios y Espacios Públicos, firmado por el arrendatario solicitante, detallando nombres completos del arrendatario y del personal laboral, número de cédula de ciudadanía de los involucrados, el nombre del mercado, el área y número de contrato de arrendamiento, dirección domiciliaria del solicitante, correo electrónico válido, número telefónico convencional y celular. Los Requisitos del personal laboral de los arrendatarios son:

- Ser mayor de 18 años; y en caso de ser mayor de 16 años debe de existir el documento expreso de los representantes que autoricen las labores que la ley y las políticas de protección permiten;
- Una foto a color tamaño carnet actualizadas;
- Presentar cédula de ciudadanía original actualizada (para verificación); Certificado emitido por la Dirección Financiera de no adeudar al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Durán;
- Certificado de Salud otorgado por el Ministerio de Salud Pública.

Una vez revisado, que los requisitos se cumplan se procederá a autorizar las labores. El número máximo de personal dependerá de las actividades a realizar y del tipo de local y será fijado por la Dirección General de Servicios Públicos a través de la Jefatura de Mercados.

Se prohíbe el traspaso de local en el sistema integrado de mercados, como subarrendar, vender o traspasar el local que les fue arrendado. Cualquier operación que viole esta disposición será aplicable para dar por terminado unilateralmente contrato de arriendo. Los comerciantes arrendatarios de locales comerciales deberán ser los efectivos beneficiarios, por lo cual son quienes deberán de brindar la atención del local al menos durante 30 horas semanales.

En caso de cierre injustificado del local del Sistema integrado de Mercados por más de 21 días, se procederá a la clausura y terminación unilateral del contrato por abandono del local.

Los arrendatarios que por motivos de fuerza mayor debieran ausentarse del local, deberán solicitar justificación por escrito dirigida al director general

de Servicios y Espacios Públicos. El periodo máximo de ausentismo por cualquier causa será de 2 meses por año, contado a partir de la notificación de aprobación de la solicitud

1.4.RENOVACIÓN DE ARRENDAMIENTO

La Jefatura de Mercados presentará un informe de cumplimiento de los arrendatarios, considerando lo establecido en el 1.2. con relación a las preferencias, quien autorizará la renovación anual del contrato de arrendamiento del local del Sistema integrado de Mercados, previa solicitud del arrendatario. De no renovarse el contrato por causas imputables al arrendatario se procederá a clausurar el local.



Ilustración 4

Si los arrendatarios desean por voluntad propia terminar el contrato de arrendamiento, deberán realizar un escrito dirigido a la Máxima autoridad, firmado por el solicitante, detallando nombres completos, número de cédula de ciudadanía, el nombre del mercado, el local y número de contrato, dirección domiciliaria, correo electrónico válido, número telefónico convencional y celular, el motivo para entrega de local, deberá adjuntar a la solicitud fotocopia a color de la Cédula de Ciudadanía o pasaporte, fotocopia a color del Certificado de Votación vigente y adjuntar el certificado emitido por la Dirección General Financiera de no adeudar al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Durán.



2.

POLÍTICAS DENTRO DEL MERCADO DE ABASTO

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Determinar las reglas para el funcionamiento y comercialización de los locales en el mercado de abastos basadas en la Norma Técnica NTE INEN 2687:2013 Requisitos para mercados saludables.
- Difundir las buenas prácticas de higiene para expendio de los productos y preparación de alimentos.
- Conocer los beneficios de la aplicación de estas prácticas.

Las políticas dentro de un mercado de abastos son las reglas que todos los comerciantes deben cumplir para normal y correcto funcionamiento del mercado de abastos, estas políticas se diseñaron con base en las ordenanzas municipales (ORDENANZA REFORMATORIA QUE REGULA EL USO, FUNCIONAMIENTO Y ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL Y DE LAS FERIAS LIBRES EN EL CANTÓN DURÁN AGOSTO 2014 Y ORDENANZA REFORMADA GADMCD-2018-010 SEPTIEMBRE 2018) del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Durán (GAD Durán), Norma técnica NTE INEN 2687:2013 Requisitos para mercados saludables y el manual para el reconocimiento como mercado saludable.

Un mercado de abastos debe ofrecer un ambiente limpio, higiénico que garantice la comercialización de los productos saludables e ino cuos a la comunidad. Las autoridades tienen un papel importante con la formulación de estas políticas, sin embargo, el compromiso de los comerciantes para la aplicación de estas es esencial, por ello, esta guía explica paso a paso esas actividades que deben cumplir los comerciantes para lograr el reconocimiento como mercado saludable.

Los beneficios de implementar estas políticas son varias, pero se destacan las siguientes:

Gráfico 3

Beneficios de implementación de las políticas de calidad



Fuente: Adaptado del Manual para el reconocimiento y certificación de mercado saludable (AME, 2016)

2.1 HORARIOS

Según la ordenanza municipal del 2024, se dispone un horario para mercados minoristas y mayorista según la categoría:

Mercados Minoristas Categoría A: Horario 04:00 am a 16:00 pm

Mercados Minoristas Categoría B: Horario 04:00 am a 21:00 pm

Mercado Mayorista Categoría C: Horario 03:00 am a 14:00 pm

Sin embargo, se establecen los siguientes horarios para organización y atención a clientes para mercados minoristas, sujetas a cambios de acuerdo con ordenanzas y/o reglamentos internos de cada mercado:

- Horario para recepción y organización de mercadería: 04:00 a 05:00.
- Horario para limpieza de los locales comerciales y demás actividades inherentes a la prestación de los servicios públicos: 15:00 a 16:00.
- Horario para recolección de desechos mercado minorista: 16:00 a 17:00.
- Horario para recolección de desechos mercado mayorista: 14:30 a 17:00.

2.2 UBICACIÓN POR CATEGORÍA

La ordenanza municipal de agosto 2014 y septiembre de 2018 y 2024 clasifica a los mercados como mayoristas y minorista, categoriza los puestos comerciales en A y B por el canon de arrendamiento y define como LOCALES COMERCIALES aquellos que son permanentes, que se ubican en el interior del mercado, ejecutando la actividad de venta de mercancía determinada, adjudicado por medio de contrato de arrendamiento. (Durán, 2024).

Los puestos serán numerados de acuerdo con el plano establecido por la Dirección de obras y servicios públicos aprobado por Concejo Municipal y seccionados de la siguiente forma:

Locales y puestos de expendio de comida preparada

Locales de venta de ropa, bazares y afines

Locales de víveres, frutas y verduras.

Locales y puestos de productos cárnicos, quesos y mariscos.

Cada sección tendrá un color y la numeración estará de la misma manera.

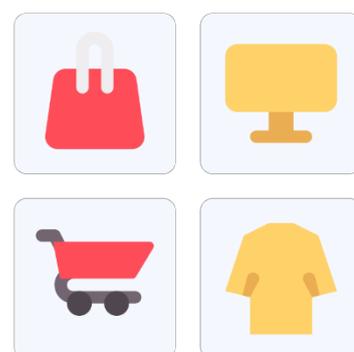
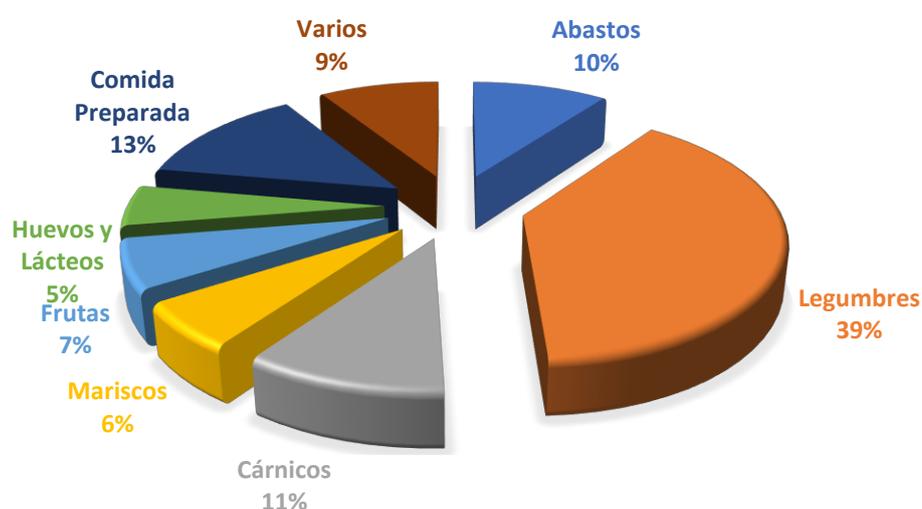


Ilustración 5

Gráfico 4.- Categorías por tipo de producto que comercializan en el mercado de abastos Las Manuelas.



Distribución de Artículos Varios

Secciones	Puestos
Productos medicinales	5
Ropa y calzado	19
Relojería	1
Utensilios de cocina	3
Juguetería	5
Productos desechables	5
Total	38

Nota 1: Planta baja: Legumbres, frutas, abastos y varios (ver clasificación de varios)
Primero Piso Alto: cárnicos, mariscos, huevos y lácteos, patio de comida preparada.

Nota 2: Fuente: Información tomada del Censo realizado por los estudiantes del Proyecto FCI-007 Modelo de Optimización y sistematización como herramienta de mejora en el comercio del mercado las Manueles Durán, de la Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas.

El mercado debe ser distribuido y señalizado de manera que facilite el flujo de trabajo. Las áreas internas del mercado deben estar divididos en zonas o giros según el nivel de higiene dependiendo de los riesgos de contaminación y de los alimentos.

Se deben utilizar señalética con símbolos, utilizando los colores de seguridad según corresponda:

- **Rojo:** señal de parada, alto o prohibición, prevenir o marcar el equipo contra incendio.
- **Amarillo:** Atención, cuidado, indica peligro de fuego o explosión, advertencia de obstáculos.
- **Verde:** Rutas de escape, salidas de emergencia, estación de primeros auxilios.
- **Azul:** Información, acción obligada, obligación de usar equipos de seguridad personal, este color se lo considera color de seguridad cuando se utiliza en conjunto con un círculo.

Ilustración 6- Ejemplos de señalización con colores



Fuente: Señalética INEN (VIERA, 2017) adaptado de la NORMA INEN 439

Ilustración 7.- Ejemplos de señalización con fondo azul.



Fuente: Señales de prevención frente al Covid-19, tomado de la página web (SIMIN, 2020), adaptado de la NORMA INEN 439.

2.3 INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS

La infraestructura y servicios de los mercados municipales es competencia de los GAD municipales, para el reconocimiento como mercados saludables la NTE-INEN 2687:2013 (INEN, 2013) detalla los requisitos:

Infraestructura: La construcción de los mercados debe ubicarse alejados de fuentes de contaminación y su infraestructura además de ser sólida, debe facilitar limpieza, desinfección, control de plagas, que permita la correcta ventilación, iluminación e impida el ingreso de animales, debe además minimizar el riesgo de contaminación.

- Los pisos, paredes y techos serán construidos con materiales impermeables, no porosos que permitan la limpieza y mantenimiento.
- Las paredes que dividen los puestos de comercialización deberán tener una altura mínima de 2m y con una superficie lisa de baldosa o pintura lavable.
- Los pisos deben ser de material antideslizante y liso, resistente a los golpes, libre roturas y grietas y con una pendiente mínima de 2% que permita el drenaje de líquidos que se originan de la limpieza.
- El sistema eléctrico además de estar en buen estado y deberá contar con un generador alterno de energía eléctrica de encendido automático de acuerdo con los requerimientos energéticos del mercado.
- Los pasillos no pueden ser utilizados para expendio o almacenamiento.
- Debe repararse inmediatamente toda superficie estropeada o irregular, así como cualquier daño, por lo que se debe notificar al supervisor de área y administrador.

Servicios: El mercado debe disponer de un sistema de abastecimiento continua de agua potable, en caso de no contar con el abastecimiento continuo se debe disponer de almacenamiento, distribución y asegurar la calidad del agua.

Instalaciones sanitarias: Deben contar con servicios higiénicos (1 inodoro por cada 500m², 2 lavabos por cada 5 inodoros, 2 urinarios por cada 5 inodoros de hombres), duchas y vestidores independientes para hombres y mujeres con accesibilidad para personas con discapacidad y una estación para cambio de pañales incorporada al baño de mujeres.

Los baños serán ubicados en cada piso y estar limpios, ventilados, con provisión suficiente de agua y los insumos de higiene personal (papel higiénico, jabón líquido, gel desinfectante, toallas desechables o secadores eléctricos).

Guardería: La misma norma también establece un espacio para cuidado y vigilancia de infantes hijos de los trabajadores de los mercados.

2.3.1 Eliminación de desechos sólidos y líquidos

Desechos Líquidos: El mercado debe tener un sistema de eliminación de desechos líquidos con dispositivos de separación de grasa individuales o colectivamente y evitar la contaminación con los alimentos.

- Los drenajes del piso deben estar protegidos y ser conducido por cañerías que permitan limpieza, desinfección y mantenimiento.
- Deberán ser instalados los sellos hidráulicos, trampas de grasa y sólidos.
- El drenaje para aguas lluvias y residuales y las instalaciones sanitarias deben realizarse mantenimiento correctivo y preventivo según cronograma establecido por el Jefe de Mercado.

Desechos Sólidos: El mercado proporciona un sistema para la recolección diferenciada interna de los desechos sólidos (orgánicos e inorgánicos) y destinará un espacio cubierto con piso impermeable, con ventilación y señalización accesible para su recolección.

- El administrador de cada mercado coordinará con el departamento de aseo de calles el horario y las condiciones para la recolección.
- Cada puesto comercial deberá contar con un recipiente para los desechos sólidos, debe estar en buen estado, con tapa y funda plástica en su interior.
- Al finalizar la jornada de atención y el horario establecido por la jefatura de mercados, deberá colocar en los contenedores para los desechos separados, uno para los desechos orgánicos dentro de la funda plástica y otro para los desechos inorgánicos (solo los que se pueden reciclar) en el contenedor señalizado respectivamente.

Ilustración 8.- Código de colores para la separación de residuos sólidos



Fuente: Tomado del Blog Departamento de derecho del medio ambiente (Universidad Externado de Colombia, 2021).

2.3.2 Adquisición, transporte, recepción y almacenamiento.

Verificar las condiciones de los productos desde la adquisición, transporte, recepción y almacenamiento.

Adquisición: Respecto a los cárnicos, los comerciantes deben asegurar la calidad según (Reglamento a la ley sobre mataderos inspección, 2023), donde se detalla en el capítulo 5 de los dictámenes de la inspección y decomisos de carnes y vísceras, los sellos serán confeccionados con material metálico preferentemente inoxidable y tendrán las siguientes formas, dimensiones e inscripción:

- El sello de "Aprobado" será de forma circular, de 6 cm de diámetro, con inscripción de "APROBADO".
- El sello de "Condenado" o "Decomisado" tendrá una forma de triángulo equilátero, de 7 cm por lado con una inscripción de "DECOMISADO".
- El sello de "Industrial" será de forma rectangular, de 7 cm de largo por 5 cm de ancho y llevará impreso la inscripción de "INDUSTRIAL".

Los vegetales, frutas, huevos, mariscos deben contar con sus propiedades organolépticas completas (color, tacto, olor) frescos y en buen estado.

Los productos de abastos, lácteos y demás también deben presentar registros sanitarios, fecha de vigencia y/o garantía de marca rigiéndose a lo

establecido en la norma técnica (INEN, 2013). No deben superar su fecha de vencimiento y deberán cumplir con el respectivo etiquetado de acuerdo con la norma INEN 1334-1, 1334-2 Y 1334-3.

Transporte: Este se debe realizar considerando que deben proteger los alimentos del calor, humedad o sequedad, etc. No deben mezclarse los alimentos de naturaleza diferente. También se deben acondicionar la cadena de frío o refrigeración en el caso de los alimentos perecibles (especialmente carnes de todo tipo, lácteos y derivados, preparados, etc).

Recepción: Será realizada para evitar la contaminación, alteración o daños físicos, evaluación sensorial (observación, tacto, por el color u olor). Los supervisores de mercado realizarán inspecciones aleatorias a los puestos.
Los alimentos que necesiten refrigeración o congelación se deben mantener en esas condiciones hasta su venta.

Almacenamiento: Los productos secos se pueden almacenar en estructuras físicas, limpias, en buen estado, ventiladas, secas y libres de moho o plagas. Los alimentos empacados deberán estar rotulados para verificar su vida útil.

Los alimentos secos no pueden estar en contacto con el suelo, paredes o techos, deben estar perchados en anaqueles o estanterías a 20 cm del piso o pared y 50cm del techo para que faciliten la ventilación.

Alimentos en frío se deben almacenar en cámaras diferentes según su naturaleza, la temperatura ideal oscila entre 0 y 5 °C, que se depositarán en bandejas protegidas por plástico transparente para evitar contaminación.

Los alimentos crudos y cocidos deben almacenarse en recipientes individuales y por separado. La conservación es limitada y cada alimento tiene una duración límite en el frigorífico.

Tabla 3.- Fecha de duración límite en frigorífico.

PRODUCTO	DURACIÓN
Pescado fresco y carne picada o molida.	1 día
Carne cocida, pescado cocido y carne cruda.	2 a 3 días
Leche pasteurizada o leche esterilizada previamente abierta, verduras cocidas y postres caseros.	3 a 4 días
Verduras crudas y conservas abiertas	4 a 5 días
Huevos.	2 a 3 semanas

Fuente: Tomado de la norma técnica (INEN, 2013), Anexo B

2.3.3 Local de comercialización y limpieza

El puesto de comercialización debe ser utilizado para el giro autorizado, prohibido usarlo como dormitorio o vivienda.

Según la distribución ya establecida en la ordenanza. Las mesas y mostradores deben conservar uniformidad y alineación facilitando el tránsito.

El mercado cumplirá con lo programado en cuanto a las labores de desinfección para que se garantice la correcta higiene en todas las áreas.

Los comerciantes deberán seguir el protocolo de limpieza y desinfección de todas las superficies, repisas y vitrinas de almacenamiento y exhibición de alimentos:

- Eliminar los desechos de las superficies.
- Aplicar una solución detergente para desprender la capa de suciedad y de microorganismos y mantenerla por un periodo de 5 min.
- Enjuagar con agua para eliminar la suciedad suspendida y los residuos de detergente.
- Aplicar otros métodos apropiados para quitar y recoger desechos o desinfectar, en caso necesario.
- Los implementos de limpieza deben ser de uso exclusivo y ser limpiados y desinfectados frecuentemente.



Ilustración 9

Este protocolo se cumplirá en la apertura y cierre del puesto de comercialización, una vez terminada esta labor por parte de los comerciantes, el personal de limpieza del mercado deberá continuar con la desinfección de toda el área, ver tabla 4 (operaciones de limpieza y desinfección).

Los equipos y utensilios (tablas, cuchillos, licuadoras y demás maquinarias) deberán mantenerse en un estado esterilizado, además deben de ser materiales que faciliten su limpieza y desinfección y no contaminen los alimentos con los que entren en contacto, deben lavarse con detergente y desinfectarse al final de la jornada, desmontando las partes removibles y utilizando agua potable en cantidad necesaria.

Tabla 4.- Operaciones de limpieza y desinfección del mercado de abastos

ÁREA DEL MERCADO	FRECUENCIA		CONSIDERACIÓN
	LIMPIEZA	DESINFECCIÓN	
Mercado Total	Diaria	Semanal	Reordenamiento una vez al mes
Cisternas y tanques de agua	Semestral	Semestral	Verificar la calidad del agua.
SS.HH.	Dos veces al día (más desodorización)	Diaria	Está en función de la afluencia del público
Puestos de frutas y hortalizas, de productos industrializados y al granel	Diaria	Semanal	----
Cámaras de Frio y almacenes	Diaria	Mensual	----

Fuente: Propuesta tomada de la guía para competitividad para mercado de abastos

Los productos químicos de limpieza y desinfección deben estar registrados y autorizados, su manipulación debe realizarse con cuidado según las instrucciones del fabricante. Su almacenamiento debe estar por separado de los alimentos, en contenedores identificado claramente, para evitar riesgo de contaminación.

2.3.4 Buenas prácticas en la preparación de alimentos



Ilustración 10

Los alimentos antes y durante su preparación deben mantenerse limpios e inocuos, de manera que el manipulador de estos y sus utensilios cumpla con el protocolo de limpieza y desinfección.

Preparación preliminar:

- Las superficies que entren en contacto con los alimentos deben lavarse y desinfectarse al inicio y fin de la jornada.
- Los utensilios se deben lavar con agua y detergente.
- La mezcla de ingredientes, deben hacerse en recipientes destinados específicamente para ello.
- No deben reutilizarse utensilios o recipientes que hayan contenido anteriormente algún producto tóxico, por ejemplo: envases de insecticida, envases de pintura, aceite de motor o detergentes.
- Los manipuladores de alimento deben lavarse las manos con agua y jabón líquido, desinfectarse las manos con gel antibacterial o alcohol antes de comenzar a preparar cualquier alimento o cuando cambie de actividad.

- Las hortalizas y verduras deben lavarse con abundante agua, con especial cuidado con las que se consumen crudas, pueden utilizar soluciones desinfectantes con notificación sanitaria.
- Todos los alimentos que vayan a prepararse deben ser lavados con agua potable previamente, incluido las carnes y productos cárnicos.

Preparación de alimentos:

- Los alimentos deben estar completamente cocidos especialmente carnes, pollos, huevos, pescado y mariscos.
- Deben prepararse y servirse de inmediato, si no es así, deben mantenerse en un lugar fresco, ventilado o refrigerado.
- Los alimentos deben mantenerse a temperaturas de seguridad: refrigerados por debajo de 5 °C; hervidos, cocinados, horneados y calentados sobre los 60 °C, los congelados deben mantenerse al menos a -18 °C.

Tabla 5.- Protocolo para congelación de los alimentos.

PRODUCTOS	PROCEDIMIENTO PARA CONGELAR	TIEMPO DE CONGELACIÓN
Carnes, aves	Sacar el producto del envase original, eliminar grasa visible y huesos. Envolver en porciones pequeñas, en bolsas de plástico herméticas, justas para una comida.	Carnes rojas: entre 8 y 12 meses. Cerdo: Hasta 6 meses. Cordero: hasta 8 meses. Aves: de 6 a 9 meses. Vísceras de cualquier animal: hasta 6 meses.
Pescado	Descamar, destripar, separar la cabeza, lavar y secar.	Pescado azul y mariscos hasta 2 meses. Pescados magros o blancos hasta 5 meses
Verduras y hortalizas (excepto cebolla y ajo).	Cocinar o blanquearlas (Blanqueado o escaldado, consiste en sumergir la verdura durante 2 minutos en agua hirviendo). Luego escurrir y secar antes de colocarlas en bolsas herméticas, extrayendo todo el aire posible antes de cerrar el envase	Hasta 12 meses
Huevos	Los huevos enteros no se deben congelar porque se rompería la cáscara. Pero si se puede congelar el huevo ya batido junto o separado claras de yemas en frascos de cristal etiquetados con la fecha de congelación.	Huevo batido hasta 6 meses

Platos preparados	Se puede utilizar plástico rígido, sin grietas, ni fisuras y apto para congelador y microondas, que permitan la descongelación y el calentamiento posterior en el propio envase.	Pan y dulces hasta 3 meses.
Papas y fideos	No es conveniente congelar las papas porque se endurecen y los fideos se ablandan.	

Fuente: Tomado de la norma técnica (INEN, 2013), Anexo C

- Es aconsejable dejar un espacio de 2,5 cm entre la tapa y los alimentos, debido a que éstos se expanden cuando se congelan.
- No introducir alimentos calientes al congelador, porque puede afectar la temperatura de otros.
- Los alimentos congelados deben descongelarse bajo condiciones controladas y no poder ser congelados nuevamente.
- Cuando se recalienta un alimento, solo debe ser la porción para servirse y no calentar más de una vez.
- Los alimentos descongelados deben cocinarse rápidamente. Si es un plato cocinado, debe llevarse a ebullición por unos minutos y se evitan cualquier bacteria que hubiera podido contaminar el producto.
- Nunca se debe congelar de nuevo un alimento que ha sido descongelado, no es seguro colocar los alimentos en una superficie de cocina o en el fregadero para descongelarlos a temperatura ambiente porque así se permite el desarrollo rápido de bacterias.

Tabla 6.- ¿Cómo descongelar correctamente los alimentos?

EQUIPOS	CONSIDERACIONES
Microondas	Usar la opción de Frost (descongelar), este equipo no es recomendable para grandes trozos de carnes.
En el frigorífico	<p>Puede comenzar la noche anterior a la preparación. Los alimentos congelados se colocarán en la parte inferior unas horas previas a la cocción, para que el exudado caiga encima de otros alimentos y lo contamine.</p> <p>Las hortalizas no son necesarias descongelarlas, se puede introducir en el agua hirviendo o aceite de fritura, siempre en pequeñas porciones para no disminuir la temperatura de este.</p>

Fuente: Tomado de la norma técnica (INEN, 2013), Anexo D

- La mezcla de los ingredientes de las ensaladas debe prepararse empleando utensilios y jamás con las manos directamente.
- Los alimentos que se preparen y tengan que probarse deben utilizar utensilios destinados para eso y no deben volver a introducirse en la preparación, en ninguna circunstancia. Cada vez que se vaya a probar el alimento se debe disponer de un utensilio limpio y desinfectado para que en él se deposite el alimento a probar.

Protección y servicio de alimentos:

- Los alimentos preparados deben estar protegidos en vitrinas y/o cubiertos con campanas de malla metálica o material plástico aun altura no inferior a 60 - 70cm. Las bebidas preparadas deben estar protegidas con material plástico y tapas.
- Los alimentos y bebidas preparadas deben servirse en platos, cubiertos y vasos en buen estado de conservación limpia.
- Los alimentos preparados que no se hayan vendido durante el día, no se deben expender ni utilizar al día siguiente.

- Los alimentos preparados y vendidos para llevar a casa se deben empaquetar de manera higiénica con materiales de primer uso. No se debe usar papel impreso en contacto directo con los alimentos.
- Los alimentos preparados deben manipularse con utensilios (pinzas, tenazas, etc) evitando el contacto directo con las manos o la superficie que entre en contacto con él.
- Los alimentos y bebidas preparadas de consumo directo deben ser sometidos periódicamente a análisis físicos, químicos y microbiológicos de acuerdo con un plan de muestreo técnicamente establecido para verificar la inocuidad de estos.
- No debe manipularse simultáneamente dinero y alimentos preparados. La persona que manipula alimentos no debe tocar dinero, pero si fuera inevitable, debe lavarse y desinfectarse las manos antes de volver a manipular alimentos.

2.3.5 Higiene del comerciante y manipulador de alimentos preparados.

Todos los comerciantes y los que manipulan los alimentos deberán poseer el certificado salud ocupacional, además deben cumplir estrictamente con el protocolo de higiene personal respecto al lavado de manos (lavarse las manos y desinfectarlas antes y después de actividades laborales, manipuleo de alimentos, luego de usar el baño, toser, luego de manipular envases, desechos, basura y otras actividades que representen riesgo de contaminación).



Ilustración 11

En el caso de uso de guantes de látex es obligatorio cumplir con el lavado de manos y deben ser reemplazados frecuentemente.

Usar uñas cortas, sin esmalte, sin joyas, mascarilla, guantes, malla, gorro u otro medio que mantenga el cabello cubierto, el rostro sin maquillaje, barba y bigotes no están permitidos.

Deben utilizar la vestimenta de protección acorde a la actividad que realice según el giro, la cual debe mantenerse limpia y en buenas condiciones; se sugiere la vestimenta de color blanco o colores claros para quienes comercialicen carnes, lácteos, pescados y mariscos).

No deben fumar, comer o masticar chicle, estornudar o toser sobre los alimentos.

Cuando sospeche que padece una enfermedad transmisible o con síntomas como vómito, diarrea, dolor abdominal, no puede manipular alimentos.

El mercado diseñará un programa para el control y aseguramiento de la inocuidad, con políticas preventivas para cubrir etapas de manipulación y elaboración de alimentos desde la recepción hasta la comercialización.

2.3.6 Control de plagas y roedores

El mercado poseerá un programa para el control de plagas cuatrimestral, se efectuará con el mercado cerrado sin atención al público, se seguirán los siguientes pasos:

- a) Identificar los focos de infestación
- b) Desecho de residuos sólidos, sus envases deben estar bien tapados
- c) Grifos de agua cerrados
- d) Sumideros protegidos
- e) Mallas de las ventanas y ductos de ventilación en buen estado.
- f) Debe aplicarse el protocolo de limpieza, cada comerciante será responsable de su puesto.

La aplicación debe ser por personal profesional capacitado y con productos autorizados por la Jefatura de Mercados.

Se prohíbe el ingreso de mascotas en los mercados de abastos municipales.

Si los alimentos pudieren ser contaminados por plagas, deben ser retirados, destruidos o eliminados.



3.

.FINANZAS PARA COMERCIANTES DE MERCADO DE ABASTOS

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Identificar el pronóstico financiero y su importancia para los emprendimientos.
- Comprender el manejo de presupuesto como herramienta para garantizar la sostenibilidad en los emprendimientos.
- Establecer la importancia del ahorro en la generación y sostenimiento de los emprendimientos.
- Conocer las ventajas del crédito formal y como obtenerlo.
- Presentar alternativas de organización para el manejo del ahorro y crédito.

Según (ESPAE, 2020) el informe de Global Entrepreneurship Monitor, en el Ecuador los emprendimientos nacen por necesidad, por ello existen muchas dudas especialmente en el financiamiento, ese desconocimiento puede causar que el comerciante tome decisiones incorrectas.

Las finanzas están presentes en la vida cotidiana de los individuos, de hecho, son necesarias para la subsistencia y las estamos practicando permanentemente, por ejemplo, cuando vamos a trasladarnos a hacer alguna actividad, debemos preguntarnos con cuánto dinero contamos para salir, cuánto vamos a gastar para pasajes, alimentación etc., nos preguntamos cómo obtener recursos y como distribuirlos adecuadamente cuando los tenemos, casi siempre las finanzas nos acompañan. Sin embargo, cuando solemos escuchar las palabras contabilidad, economía o finanzas pensamos que ese es un conocimiento solo para personas con altos estudios, se piensa que es un tema especializado, de complejidad, con matemáticas avanzadas que solo lo pueden entender profesionales con preparación superior. Las personas dedicadas tanto al comercio formal como informal, por ejemplo, hacen finanzas y no siempre tienen ese nivel de preparación académica al que se hacía referencia, por lo que se deja en evidencia que ese conocimiento está al alcance de cualquier persona, tan solo se requiere algo de sentido común y conocimientos de matemática básica y en el mejor de los casos algo de contabilidad.

3.1 EL PRONOSTICO FINANCIERO

El pronóstico es el arte de predecir eventos futuros con base en la información histórica. Todos los días las personas toman decisiones en base a pronósticos. Por ejemplo:

- Cuando se va de compras se decide cuánto dinero gastar basado en el pronóstico de que tanto se requiere para satisfacer necesidades.
- Cuando se va de viaje decide cuánto dinero llevar consigo con base en el pronóstico de los gastos de viaje.
- La situación es similar en los negocios, cuando alguien decide iniciar un emprendimiento también tendrá que tomar algún curso de acción, por ello:
- Las decisiones financieras se basan en pronósticos de situaciones que un negocio espera confrontar en un futuro, sea cual sea el tipo de negocio que se desea emprender.

Por ejemplo, un negocio puede planear la cantidad de dinero propio que desea invertir, así como también puede limitar la capacidad de endeudamiento que desea tener.

Se pueden realizar estos pronósticos tanto a corto plazo cuando es de manera mensual hasta un año, o a mediano plazo cuando se lo realiza hasta en un espacio de tiempo de tres años, y también en diferentes circunstancias simulando incluso diferentes entornos: crisis financiera, situación de negocio, situación del país en términos políticos, económicos o como en estos tiempos considerando el tema de salud pública ambiental.

Se debe tener presente que son predicciones, no hechos ciertos, sin embargo, son una forma muy efectiva de preparar al negocio ante determinados imprevistos, los pronósticos financieros dotan al comerciante de los conocimientos suficientes para, llegado el caso, saber qué pasos o decisiones tomar y tener una rápida capacidad de reacción ante situaciones adversas.

Hacer un pronóstico financiero no es más que realizar una proyección de todos los ingresos y gastos futuros de su emprendimiento. Por lo general, se calcula durante varios períodos predeterminados y tiene en cuenta factores importantes como el análisis histórico de las finanzas del negocio. *Ver plantilla en anexo 01.*

Los pronósticos en los negocios son importantes, puesto que no considerar el futuro, se pueden generar consecuencias negativas, casi todo negocio está inmerso en un medio económico en el que predomina la incertidumbre, por ello deben planear sus actividades si pretenden sostenerse en el mercado competitivo. Cuanto mayor sea la incertidumbre, mayores serán los riesgos por asumir, es decir, cuanto menor sea el grado de acierto de predicción, mayor será la investigación que debe realizarse sobre la

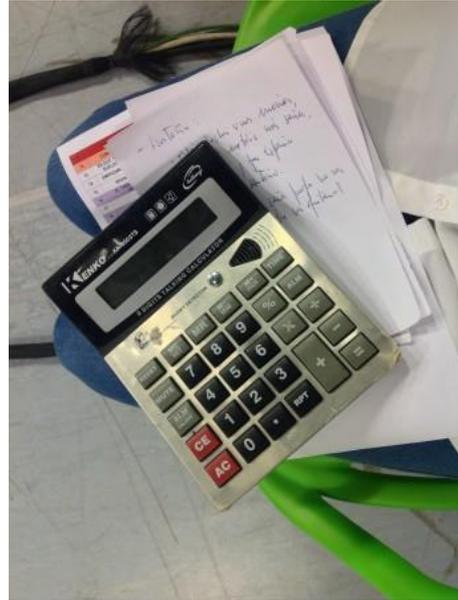


Ilustración 12

influencia que ejercerán los factores no controlables por quien administre, sobre los resultados finales de un negocio.

El pronóstico financiero lo ayuda a predecir:

- El costo de sus productos y servicios,
- La cantidad de ingresos por ventas y
- Las ganancias que puede anticipar.

Si su negocio todavía no opera comercialmente, el pronóstico financiero le explicará cuánto dinero deberá invertir o pedir en préstamo. Hacer el pronóstico siempre resulta más sencillo si hace tiempo que está en el negocio, porque ya cuenta con meses (o años) de ingresos y gastos reales en los que podrá basar los pronósticos.

El pronóstico financiero no es tan difícil. Se trata de realizar predicciones fundamentadas sobre cuánto dinero ingresará a su emprendimiento y cuánto dinero deberá gastar, hacer pronósticos significa hacer proyecciones sobre lo que sucederá en el futuro. Para ello hay que considerar algunos elementos que deben considerarse para el cálculo del pronóstico financiero y necesariamente deben observarse, aclarando que cada negocio tiene características diferentes, estos elementos a considerar son:

- Naturaleza del emprendimiento
- Capacidad del emprendimiento
- Historial de ventas
- Operaciones diarias
- Estacionalidad
- Comportamiento del mercado
- Gastos del negocio

RECUERDE:

Los objetivos de los pronósticos entre otros aspectos son:

- Minimizar el riesgo,
- Aprovechar las oportunidades y los recursos financieros,
- Decidir de manera anticipada las necesidades de dinero y su correcta aplicación,
- Buscar el mejor rendimiento y la máxima seguridad financiera.

3.2 PRESUPUESTO

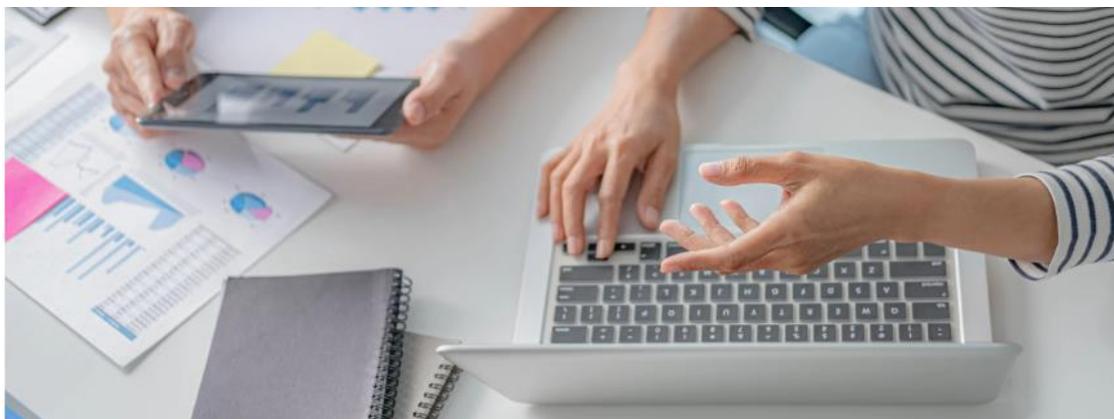


Ilustración 13.- Imagen elaboración de presupuesto

Fuente: sitio web <https://www.dobuss.es/top-10-mejores-empresas-de-marketing-digital-en-espana/>

3.2.1. ¿Qué es el Presupuesto?

Se le llama presupuesto a la planificación calculada y anticipada de los ingresos y gastos de una gestión económica. Tiene un objetivo que debe cumplirse en determinado tiempo, usualmente es de un año, y se expresa en términos de dinero.

Es un plan escrito que va a ayudar a decidir cómo gastar su dinero en un periodo determinado, en este escenario le permitirá saber si tendrá suficientes recursos cada mes, pues sin él, podría quedarse sin dinero en cualquier momento.

Elaborar un presupuesto es planear lo que se desea hacer en el futuro y expresarlo en dinero, por ejemplo, planear un nuevo negocio o las vacaciones de la familia, se debe con papel y lápiz sentarse a escribir y calcular cuánto se va en hacer cada actividad en la que se vaya a emprender.

3.2.2. ¿Por qué es importante un presupuesto?

Un presupuesto es una herramienta que le permitirá conocer cuáles son sus ingresos y egresos en un periodo específico, así como también podrá determinar cuánto podrá destinar al ahorro el cual le permitirá en algún momento iniciar por ejemplo alguna actividad productiva.

Le hará conocer cuál es su nivel real de ingresos y en qué está utilizando su dinero, cuánto necesita para cubrir sus necesidades, determinar en qué está gastando de más y hacer ajustes en el momento que requiera hacer un recorte de sus gastos.

Un presupuesto le permitirá organizar su dinero para usarlo de manera eficiente, reduce el riesgo de incumplir con sus pagos, le ayuda a determinar lo realmente prioritario, y tal vez lo más importante le ayudará a tomar decisiones correctas en sus finanzas.

3.2.3. Beneficios de hacer un presupuesto

Elaborar y trabajar con un presupuesto tiene una serie de beneficios prácticos que permitirá optimizar el uso de los recursos financieros sean personales, del hogar o de su emprendimiento.

- Saber cuánto dinero se recibe en el negocio.
- Saber cuánto y en qué se gasta el dinero.
- Ajustar los gastos de acuerdo con los ingresos.
- Fijar metas de ahorro para lograr las metas.
- Prepararse mejor para las emergencias.



Ilustración 14

3.2.4. Usos del presupuesto

El presupuesto lo utilizamos para muchas actividades:

- Por ejemplo, para diseñar planes de ahorro que permitan alcanzar metas específicas como iniciar un emprendimiento en el mercado, la entrada para un vehículo de trabajo o la entrada para la casa propia.
- Sirve para controlar las finanzas personales y crear un calendario de valores a pagar cada mes.
- Permite conocer la realidad de la situación financiera y con ello realizar ajustes cuando si fueran necesarios, gestionando de manera adecuada sus recursos.
-

3.2.5. Limitaciones



Ilustración 15

Un presupuesto requiere de una buena dosis de responsabilidad y de sinceridad para que funcione y se constituya en un apoyo para las finanzas personales o de un negocio que usted emprenda, la honestidad y disciplina es fundamental para la realización de los registros de las transacciones que impliquen ingresos y salidas de dinero.

Se debe tener en cuenta que el presupuesto está basado en estimaciones es decir en pronósticos y no en una realidad presente, por lo que deben ser adaptados permanentemente a los cambios que ocurran.

Así también se debe tomar conciencia en el caso de los negocios o emprendimientos que no se deben tocar los dineros de este para gastos personales ya que esto puede dar lugar a confusiones y que los presupuestos no se cumplan ni sirvan para llegar a los objetivos planteados.

3.2.6. Tipos de presupuestos

Existen varios tipos de presupuestos, pero nos vamos a enfocar en los necesarios para las labores del comerciante, como el presupuesto de gastos personales, el presupuesto inicial del negocio o emprendimiento, y el presupuesto de ventas.

En todo tipo de presupuesto se deberá tener en cuenta que planificarlo implicará el desarrollo de los siguientes pasos:

- Defina su situación financiera.
- Establezca sus objetivos.
- Determine sus costos.
- Realice sus proyecciones de ingresos y salidas de dinero.
- Asigne recursos para cada actividad
- Revise lo planificado constantemente.
- Realice los respectivos ajustes cuando sean necesarios.



La elaboración de presupuesto *Ilustración 16* podrá tener diferentes objetivos, pero en todos ellos se debe tomar la recomendación anterior, en función de lo que se quiera planificar consideraremos los siguientes tipos de presupuestos.

Presupuesto de gastos personales, permite conocer los ingresos y egresos personales de dinero durante un periodo determinado, con ello podemos determinar los gastos prioritarios y así determinar un nivel de ahorro mensual que permita posteriormente alcanzar un objetivo que se haya propuesto.

Presupuesto inicial del negocio, en todo presupuesto debe incluirse los ingresos y egresos que se prevean, este presupuesto es necesario elaborarlo para conocer cuánto dinero se requiere para iniciar un negocio, aquí se registra el costo de todo lo necesario para empezar las actividades y los recursos con que se cuenta en ese momento, de esa manera se puede determinar, si con los recursos que se tienen alcanza para iniciar el

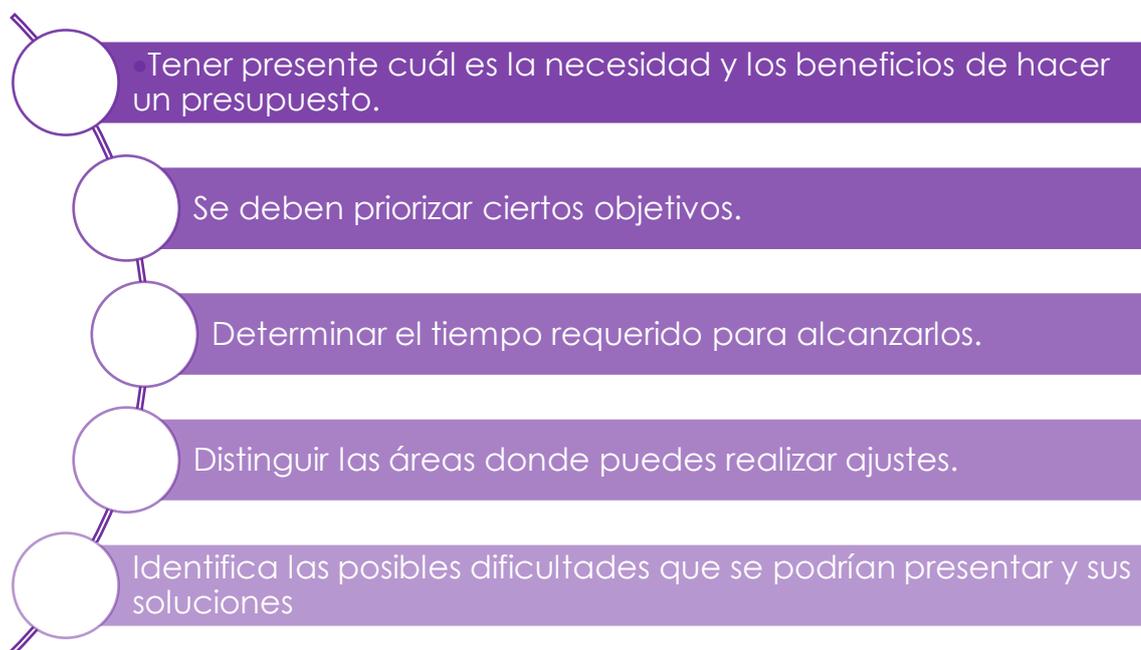
emprendimiento o si será necesario obtener algún tipo de financiamiento adicional.

Presupuesto de ventas, es un tipo de presupuesto que le permite estimar la rentabilidad de su negocio a través de los volúmenes de ventas que se proyecten, es muy importante porque contribuye a conocer los niveles de ingresos que podría tener su negocio en un periodo determinado de tiempo

3.2.7. Cómo elaborar un presupuesto

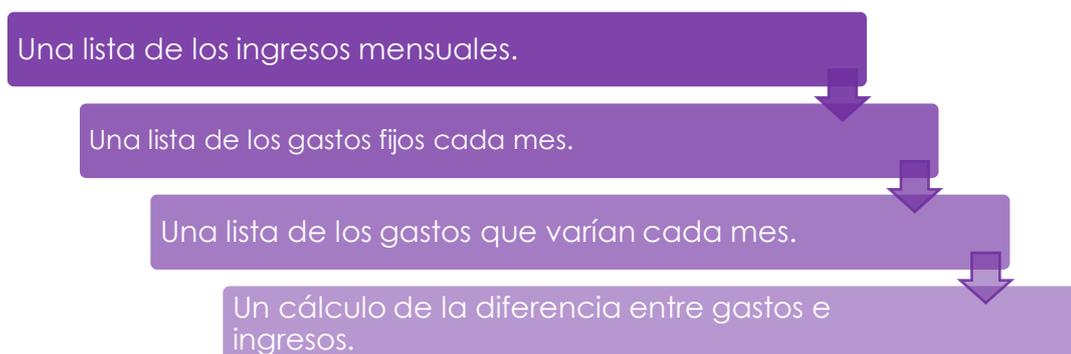
A continuación, se presentarán algunas consideraciones que permitirá conocer cómo se elabora un presupuesto, antes de hacerlo se debe tener en cuenta algunos aspectos antes de proceder en este tema a fin de hacerlo de manera adecuada, entre ellos tenemos:

Gráfico 5.- Consideraciones para elaborar un presupuesto



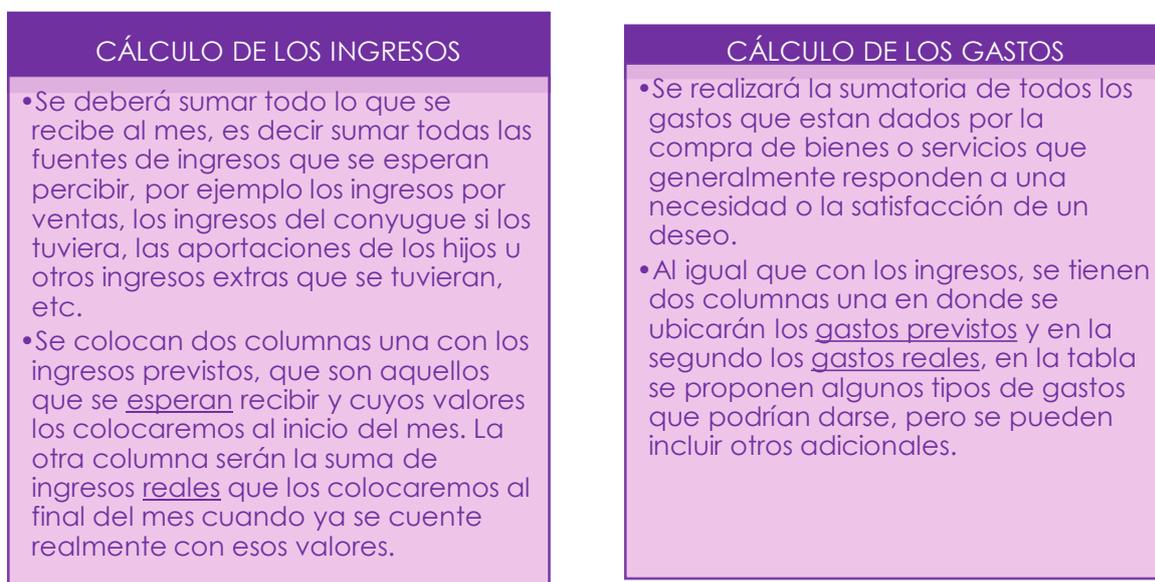
Una vez considerados los aspectos anteriormente descritos se requerirá la siguiente información:

Gráfico 6.- Información necesaria para elaborar presupuesto



Después de obtener esta información se debe elaborar un formato para registrar la información obtenida para lo cual se podría utilizar el siguiente modelo de tabla que ayudará a procesar la información y cuyos rubros básicos a utilizar son los siguientes:

Gráfico 7.- Detalle para elaborar el presupuesto



En la parte final se incluye un pequeño formato con dos columnas en donde en la primera columna se resume un presupuesto y en la siguiente, su control es decir lo que sucedió en la realidad, por lo tanto, la primera columna se llena antes del inicio del mes y la siguiente como control después del mes. En este esquema, se describen tres cuadros. En el primero se describen los ingresos, el segundo los gastos y un último en donde se describe el resumen de ingresos y gastos.

Tabla 7.- Formato de Presupuesto

PRESUPUESTO MENSUAL					
Ingresos	Previstos	Reales	Gastos	Previstos	Reales
Ingresos por ventas			Gastos del negocio		
Ingresos del conyugue			Alquiler de local		
Aporte de hijos			Materia Prima		
Ingresos extras			Pago de préstamos		
Total de ingresos			Gastos del Hogar		
			Alquiler de casa		
			Luz		
			Agua		
			Gas		
			Teléfono/celular		
			Tv por Cable		
			Internet		
			Alimentación		
			Medicinas		
			Ropa		
			Recreación familiar		
			Educación		
			Ahorro		
			Otros		
			Total de gastos		
RESUMEN DEL PRESUPUESTO	Previstos	Reales			
Ingresos Mensuales					
Gastos Mensuales					
Saldo (Ingresos - Gastos)					

Este formato es solo un modelo que se propone, que incluye el control, pero bien se puede prescindir de la segunda columna.

Ejemplo:

Manuel Macas, ha empezado a trabajar en su negocio en el mercado, y quiere aplicar lo que ha aprendido sobre la elaboración de presupuesto, pues quiere conocer si todos los ingresos de la familia cubren realmente todos sus gastos, a fin de saber si puede tener un ahorro adicional para las vacaciones de su familia.



Ilustración 17.- Imagen de Comerciante de mercado de abastos

Fuente: sitio web

<https://www.diariodequeretaro.com.mx/local/comerciantes-ven-caida-de-25-5553891.html>

Tabla 8.- Ejemplo de presupuesto de Manuel Macas

PRESUPUESTO MENSUAL					
Ingresos	Previstos	Reales	Gastos	Previstos	Reales
Ingresos por ventas	2000	2150	Gastos del negocio	200	150
Ingresos del cónyuge	300	300	Alquiler de local	150	150
Aporte de hijos	50	50	Materia Prima	600	500
Ingresos extras	100	100	Pago de préstamos	50	50
Otros	0	0	Gastos del Hogar	200	150
Total de ingresos	2450	2600	Alquiler de casa	200	200
			Luz	40	35
			Agua	20	18
			Gas	6	6
			Teléfono/celular	25	25
			Tv por Cable	30	30
			Internet	25	25
			Alimentación	404	480
			Medicinas	50	20
			Ropa	50	10
			Recreación familiar	100	120
			Educación	50	30
			Ahorro	90	90
			Otros	160	11
			Total de gastos	2450	2100
RESUMEN DEL PRESUPUESTO	Previstos	Reales			
Ingresos Mensuales	2450	2600			
Gastos Mensuales	2450	2100			
Saldo (Ingresos - Gastos)	0	500			

A fin de controlar sus finanzas, Manuel comienza a realizar los registros como le fueron explicados, ubicando antes de iniciar el mes en una columna los ingresos y gastos previstos y posteriores al mes en otra columna registró los reales, luego ubicó sus totales de ingresos y gastos en el cuadro resumen y estos fueron los resultados.

Una vez que Manuel elaboró el cuadro y luego de observar el resultado, él llegó a las siguientes conclusiones:

- Los ingresos presupuestados esperaban que sean iguales a los gastos presupuestados.
- El comportamiento de sus ingresos y gastos reflejaban en la realidad una diferencia de \$500
- Manuel ahora sabe gracias al presupuesto que cuenta con dinero adicional para sus vacaciones familiares programadas.
- Comprobó lo fácil que fue elaborar un presupuesto y también los beneficios que implicar manejar sus finanzas personales con esa herramienta.

RECUERDE

El Presupuesto:

- Es importante y genera beneficios,
- Tiene varios usos y también limitaciones
- Existen varios tipos de presupuestos
- Ahora ya sabe cómo elaborarlo

3.3 EDUCACIÓN FINANCIERA ¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN FINANCIERA?

La educación financiera enseña criterios que servirán de manera adecuada en la toma de decisiones sobre: la inversión de sus ahorros, tener una correcta determinación sobre un endeudamiento y dar seguimiento a sus gastos, mediante esta información desarrollarán habilidades que mejorarán su cultura financiera, en su estilo de: obtener dinero, administrarlo de modo correcto e invirtiendo.

Estos conocimientos adquiridos motivarán a una persona a sentirse seguro de su futuro, ya que darán formación financiera que le harán utilizar de forma correcta su dinero para contar con un importante ahorro con el que podrá afrontar algún suceso negativo y disminuir la incertidumbre ante circunstancias de riesgos.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en su Anexo Principios y Buenas Prácticas de Educación y Concienciación Financiera conceptualiza a la Educación Financiera como:

El proceso por el cual los consumidores financieros e inversores mejoran su comprensión de los productos y conceptos financieros a través de información, instrucción y/o consejo objetivo; desarrollan habilidades y confianza para conocer mejor los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber dónde obtener ayuda y tomar otras decisiones efectivas que les permitan mejorar su condición financiera. (OCDE, 2005)

La educación financiera trata de que las personas vislumbren la administración de su dinero en base a una planificación dados escenarios en los que: se está pidiendo demasiado dinero prestado, no se guarda dinero en absoluto, o se está gastando sin un objetivo claro, entonces hay que cambiar la forma de ver el dinero como un recurso inagotable y plantearse un diseño de endeudamiento responsable para saber cuánto dinero debe solicitar y que el mismo sirva para el objetivo de la deuda, ejemplo, un emprendimiento.

Dentro de esta sección también nos referiremos a la forma de obtener financiamiento, un endeudamiento responsable para las etapas en las

actividades de un comerciante. Esto es esencial ya que si se fracasa en esta parte podría quebrar el negocio por falta de recursos financieros.

Existen varios tipos de fuentes de financiamiento que se describen a continuación:

Tabla 9- Fuentes de financiamientos crediticios.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO CREDITICIO: FORTALEZAS Y DEBILIDADES				
TARJETA DE CRÉDITO	LÍNEA DE CRÉDITO	PRÉSTAMO BANCARIO	PRÉSTAMO DE MICROFINANZAS	PRÉSTAMO ENTRE PARTICULARES
El propietario efectúa compras con una tarjeta de crédito y se espera que pague el monto prestado con intereses	Una institución financiera hace un préstamo flexible que le permite a un propietario tomar préstamos repetidas veces para cubrir las necesidades	Un banco presta dinero al propietario con la expectativa de recibir reembolsos programados del capital más intereses.	Una organización presta una pequeña cantidad de dinero a un negocio que no puede recibir un préstamo bancario. Esos préstamos están disponibles en casi todos los países	Las personas prestan dinero al propietario de un negocio no relacionado a través de un servicio en línea.

Fuente: tomado de: "cómo iniciar y hacer crecer mi negocio", de (La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días, 2017)

Este material consiste en proporcionar nociones para el crecimiento económico, adoptando herramientas que ayuden a controlar sus finanzas y que creen familiaridad con el sistema financiero, fomentando estabilidad para su desarrollo, de tal manera que se adapten medidas financieras, productos y servicios bancarios a sus necesidades.

(Gómez, 2009) En su artículo Educación financiera: retos y lecciones a partir de experiencias representativas en el mundo menciona que "La educación financiera se muestra también como un instrumento útil para impulsar una mejor administración de los recursos al interior de los hogares, esperando que pueda, eventualmente, traducirse en un incremento de su propensión al ahorro". Esto nos da a entender que empieza desde la casa

estar interesados en recibir conocimientos financieros para aumentar habilidades vitales en la toma de decisiones financieras en la vida diaria.

Se podría proponer la idea de un consumo inteligente en el que los bienes o servicios a adquirir guarden una relación entre la necesidad de obtenerlo y la capacidad de pagar por ello ya que no es recomendable pagar costos financieros por un objeto o servicio que no era indispensable. Siguiendo con lo escrito por (Gómez, 2009) se puede confirmar que el ahorro es la práctica más segura para alcanzar metas propuestas, así se evita acarrear con un endeudamiento improductivo.

Tabla 10.- Resultado de la educación financiera puesta en práctica

PRESENTE	FUTURO
<p>AHORROS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gastar innecesariamente - Ahorrar irregularmente - No tener metas de ahorro <p>DEUDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Solicitar prestamos sin entender los terminos y las responsabilidades - Pedir prestado más de lo que puede pagar 	<p>AHORROS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evitar gastos innecesarios - Establecer un plan de ahorros - Ahorrar habitualmente <p>DEUDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tomar decisiones bien informadas sobre prestamos. - Entender bien los terminos de un prestamo - Evistar deudas excesivas - Establecer un plan para reducir la deuda.

Fuente: Se muestra un cuadro comparativo de un antes y un después (Castellanos, 2016)

Se realizó una breve lista con conceptos básicos de palabras utilizadas con frecuencia al hablar de educación financiera.

- **ACREEDOR:** Es una persona, entidad financiera o empresa a la que se le debe pagar por préstamo financiero, por un bien adquirido o por un servicio recibido.
- **AHORRO:** Es una parte del ingreso que obtiene una persona y se reserva para el futuro.
- **BANCO:** Es una entidad financiera que recibe depósitos de clientes y otorga préstamos a una tasa de interés.

- **COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO:** Son sociedades que tienen como objetivo social principal satisfacer las necesidades financieras de sus socios.
 - **DEUDOR:** Es la persona que debe cancelar una deuda contraída.
 - **INGRESO:** Es el beneficio económico que recibe una persona por la venta de sus bienes o servicios.
 - **GASTO:** Son los desembolsos de dinero que realiza una persona para pagar por un bien o un servicio.
 - **META FINANCIERA:** Es un propósito económico que se logra cumplir en un tiempo determinado.
 - **PRÉSTAMO:** Es una operación en la que una entidad le entrega a una persona una cantidad de dinero y esta se compromete a devolverlo en una fecha determinada junto con los intereses calculados.
 - **PRÉSTAMO DE CONSUMO:** Es el que se destina para cubrir gastos propios o familiares no relacionados con gastos de producción.
 - **PRÉSTAMO DE INVERSIÓN:** Es una cantidad de dinero concedida por una entidad financiera a una persona para la adquisición de bienes, como por ejemplo emprender un negocio o la compra de un vehículo.
 - **RIESGO FINANCIERO:** Probabilidad de un evento adverso con consecuencias financieras.
- Una vez comprendido los conceptos las personas estarán aptas para administrar su dinero, creando una disciplina financiera, estableciendo buenos hábitos de consumo de tal forma que financien su estilo de vida o negocio sin tener que adquirir riesgos financieros innecesarios, teniendo presente el criterio de endeudamiento responsable.

3.3.1 La caja comunal como herramienta para crédito formal

Las cajas de ahorro y crédito son organizaciones que voluntariamente brindan servicios a la comunidad sin fines de lucro que aportan soluciones al crecimiento de una comunidad, lo conforman un grupo de personas que planificarán y controlarán los fondos que sirvan de ahorros en algunos casos por el cual ganen un interés y sirvan de crédito para otros que necesiten y de manera que el costo financiero sea más bajo que acceder a un préstamo informal (Guayllas, 2016).

La economía popular y solidaria indica que las cajas y banco comunales recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial por parte del Estado y este impulsará al desarrollo de esta.

La caja comunal propone incentivar la cultura del ahorro con planes de ahorro programados a un año y que al mismo tiempo genere un crédito oportuno con montos y tasas acordes a sus posibilidades y necesidades que impulsarán el desarrollo de la actividad económica de los comerciantes de los mercados de abastos de Durán.

3.3.2 Microcréditos

Van dirigidos a comerciantes de los mercados de abastos de Durán y son pequeños préstamos de dinero a corto plazo con tasa de interés accesibles.

Tabla 11.- Los montos y plazos de pago de los microcréditos

MONTOS	PLAZO
\$50 a \$100	1 mes
\$101 a \$200	2 meses
\$201 a \$400	3 meses

Para acceder a un microcrédito los socios deberán cumplir con las condiciones que solicitará la caja comunal previamente, la tasa activa efectiva referencial en el área del microcrédito en mínima de 20,09% y máxima de 28,50% (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Agosto 2021).

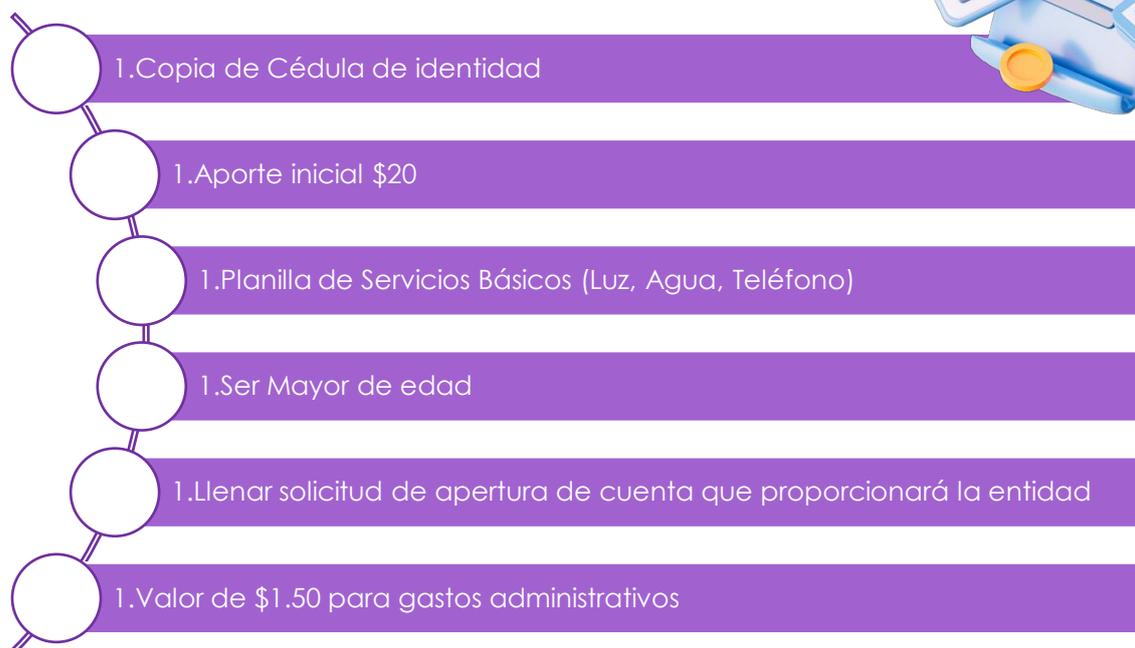
3.3.3 Requisitos para solicitar un microcrédito

1. Copia de Cédula de identidad y Certificado de Votación.
2. Planilla de Servicios Básicos domicilio (Luz, Agua, Teléfono)
3. Pertenecer como socio a la Caja Comunal
4. Contar con los ahorros programados o el aporte inicial
5. Ser Mayor de edad.
6. Llenar y Entregar la Solicitud de microcréditos.
7. No tener deudas pendientes en la Caja Comunal
8. Local comercial en el que labora debe estar a su nombre.

3.3.4 Ahorros programados

Serán de carácter obligatorio y va dirigido a los socios que pertenezcan a la caja comunal, se podrán registrar sus aportaciones mensuales y se entregará un recibo por cada aporte como ahorro o pago del crédito y se realizará un registro para llevar el historial.

Gráfico 8- Requisitos para la apertura de cuenta



Al establecer las políticas de cobro permitirá a la Caja Comunal garantizar el control necesario para asegurar la recuperación de la cartera y ayudará en la prevención de la operación crediticia.

La Caja Comunal tendrá las siguientes políticas para que el desarrollo de sus actividades sea de forma transparente y ordenada.

3.3.5 Políticas de cobros



Ilustración 18

- Se enviarán mensajes de texto al teléfono móvil del socio con asunto de recordatorio de pago con anticipación al vencimiento de la cuota dependiendo la modalidad de pago que haya elegido.
 - El control de la cartera vigente se realizará diariamente.
 - La tesorera debe verificar diariamente en el sistema computarizado las fechas de vencimiento de pago de los socios.
 - La revisión y control de la información del socio como: el estado de morosidad por pagos pendientes, saldo de préstamo, total de cuotas canceladas, transacciones de depósitos y créditos otorgados, se reflejarán por medio de un sistema computarizado específicamente para la Caja Comunal.
- Se entregará un recibo por cada cuota cancelada y la única persona responsable de las recaudaciones será la tesorera asignada.
- Es posible que se realice visitas sistemáticas al puesto de trabajo del socio para actualización de datos o para notificar sus pagos pendientes.
- Exigir el pago puntual del capital del microcrédito, interés y valores adicionales que corresponden, mediante llamadas telefónicas o vía email.
- En caso de que el socio no cumpla con lo estipulado se tomarán medidas legales como última fase de recuperación de cartera.

3.3.6 Políticas de pagos

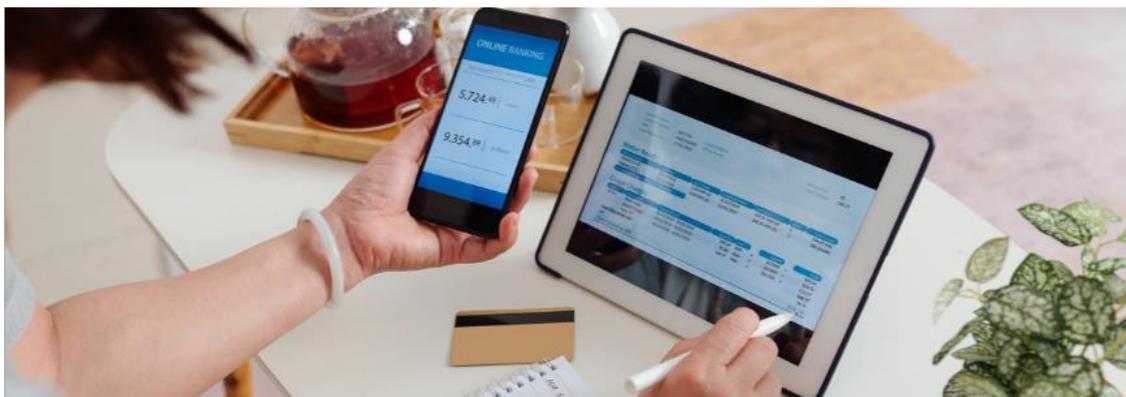


Ilustración 19

- Los pagos generales se realizarán a finales del mes diciembre donde se devolverá los ahorros de los socios.
- Se realizará una reunión de rendición de cuentas donde cada uno tenga conocimiento de los valores a recibir a finales de Diciembre.
- Se liquidará a finales de Diciembre el valor de los excedentes de manera proporcional a cada socio.
- En el caso de que algún socio mantenga deudas pendientes se cobrará dicho valor y se pagará la diferencia en caso de que existiese.
- Los pagos por concepto de arriendo se cancelarán hasta el 5 de cada mes.

3.3.7 Proceso de recuperación de cartera en mora

El proceso de recuperación de la cartera en mora estará a cargo de los siguientes responsables:

- De 1 a 30 días Tesorera
- De 31 a 60 días Tesorera y un Miembro del Comité.
- De 61 a 90 días Gerente
- Mayor a 91 días (Vía legal)

4.

PROMOCIONAR Y VENDER EN UN MERCADO DE ABASTOS

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Identificar los beneficios de la promoción comercial
- Determinar las estrategias para la promoción comercial del mercado de abastos
- Presentar propuestas de nuevos servicios con valor agregado para los mercados de abastos.

A partir del 2020, cuando la pandemia nos obligó a permanecer en casa, cambiaron los hábitos de consumo y con ello también cambiaron los hábitos de compra; en la actualidad, brindar un buen servicio al cliente, entregar productos de calidad e incorporar las mejores prácticas de gestión en un buen ambiente son los pilares fundamentales para ventas exitosas en los negocios sin importar la categoría o el tamaño.

La promoción comercial es una de las estrategias para impulsar los productos o servicios en el mercado, contiene varias actividades y técnicas para comunicar, persuadir y motivar a los consumidores a comprar un producto o utilizar un servicio. Los objetivos de la promoción comercial es generar demanda, aumentar las ventas y construir una imagen positiva de la marca, este caso del mercado de abastos, para cumplir con estos objetivos es necesario utilizar herramientas como la publicidad, promociones de ventas, merchandising y el marketing directo.

La publicidad es muy importante en la promoción comercial, se pueden utilizar medios masivos como televisión, radio, periódico y redes sociales para transmitir mensajes persuasivos sobre los productos o servicios. Por otra parte, las relaciones públicas también ayudan porque se dedican a gestionar la imagen y reputación de la organización con actividades como la organización de eventos, participación con patrocinios generando noticias positivas.

Las promociones de ventas son acciones temporales que buscan estimular la compra mediante descuentos, cupones de regalos, concursos o programas de fidelización, estas acciones tienen un impacto inmediato en las ventas, pero es importante recalcar que deben ser diseñadas de manera estratégica para evitar efectos negativos a largo plazo.

El merchandising por su parte, se enfoca en la presentación y exhibición de los productos en el punto de venta para captar la atención de los consumidores y aumentar las posibilidades de compra, por ello es necesario realizar una adecuada exhibición que sea ordenada y atractiva.

Finalmente, el marketing directo busca establecer una comunicación directa y personalizada con los clientes, a través de canales directos como el teléfono o correos electrónicos que permite enviar ofertas específicas a segmentos de clientes seleccionados para generar respuesta directa medible que a largo plazo se construya una relación de negocio duradera con sus clientes.

4.1 BENEFICIOS DE LA PROMOCIÓN COMERCIAL

Los beneficios de implementar promoción comercial son innumerables, pero aquí se detalla los que se consideran más importantes:

- Incremento en ventas.
- Satisfacción de los consumidores.
- Mejor interacción entre proveedores y distribuidores.
- Mejor conocimiento del consumidor.
- Posicionamiento del mercado de abastos en la comunidad.



Ilustración 20

4.2 ESTRATEGIAS DEL COMERCIANTE PARA LA PROMOCIÓN COMERCIAL DEL MERCADO DE ABASTOS.

Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos del negocio (Porter, 1982), por ello resulta importante establecer estrategia que permitan mejorar las ventas del mercado de abastos.

Existen estrategias que dependen del comerciante tales como:

a. Ofertas:

- Precios Combo: por ejemplo, armar cebollas, tomate y pimiento por un dólar
- Descuentos por compras en volumen: es decir a mayor cantidad, el precio unitario podría bajar
- Descuentos por horarios: por ejemplo, 2 horas antes de cierre ofrecer 10% de descuento.
- Descuentos por días: por ejemplo, todos los lunes hay descuento en mariscos, miércoles en legumbres, viernes en el pollo, etc.

b. Exhibición:

Se debe mejorar la exhibición, destacando la calidad y frescura, los clientes valoran mucho ese aspecto importante. Ofrecer variedad también es otro aspecto que los consumidores aprecian (cita del trabajo de la tesis).

La exhibición debe desarrollarse por colores que permitan tener una visión agradable que invite a validar la frescura y posterior compra.

Exhibición por colores



Ilustración 21

Todos los locales de legumbres, frutas y abastos deben contar con una estructura metálica elaborada con separaciones para poder ubicar el producto y con su respectivo nombre, aunque el cliente lo conozca, pero es necesario un letrero del producto a exhibir. Los muebles metálicos deben ser de material anticorrosivo o plástico que no contamine los alimentos, en cantidad suficiente y con una estructura que facilite la limpieza y desinfección.

Exhibición en Cascada



Ilustración 22

Las cascadas son muebles de repisas posicionadas en forma precisamente de cascadas que se colocan generalmente cajas, ya que en ellas se pueden exhibir mejor los productos, deben tener cierta inclinación para exhibir todo tipo de productos que comercializa.

Vitrinas de productos



Ilustración 23

Foto tomada del Mercado de abastos las Manuelas, 2019

Los alimentos no perecederos deben ser exhibidos y protegidos en vitrinas, los alimentos altamente perecederos (lácteos, cárnicos, pescados, mariscos y derivados) deben ser exhibidos en vitrinas frigoríficas y colocados en recipientes individuales.

Estos muebles normalmente van cerrados con la exhibición del producto al frente, también llevan niveles de exhibición para charolas se los puede utilizar para exhibir todo tipo de producto que requiere protección y evitar daños de oxidación de este.

c. Servicio al Cliente:

Brindar un excelente servicio al cliente es fundamental, trato amable, la persona que atiende al cliente debe conocer el producto, estar capacitado, dispuesto a ayudar y brindar recomendaciones, esto hará que el cliente regrese.

Cuando un cliente ha experimentado lo que es un buen servicio en el mercado de abastos no tiene mayor razón para cambiarse a otro mercado público; a veces incluso (dentro de los límites razonables) está dispuesto a pagar un precio ligeramente mayor a cambio de la garantía de un buen servicio.

Cuando un cliente ha experimentado lo que es un buen servicio en el mercado de abastos no tiene mayor razón para cambiarse a otro mercado público; a veces incluso (dentro de los límites razonables) está dispuesto a pagar un precio ligeramente mayor a cambio de la garantía de un buen servicio.

Por otro lado, es bueno destacar que la calidad de servicio de un negocio siempre será difícil de imitar. Por ello, un mercado público orientado a la excelencia en la atención y servicio al cliente crea ventaja competitiva sobre los demás mercados del cantón.

4.3. ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE TENER UN PROGRAMA DE EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE?

Porque una atención deficiente y una mala calidad en el servicio son la causa fundamental en la pérdida de los clientes.

Atención al cliente



Ilustración 24

Foto tomada del Mercado de abastos las Manuelas, 2019

En los últimos años se han hecho diversas investigaciones para saber ¿por qué se pierden los clientes? Punto más, punto menos, los resultados nos pueden ayudar mucho a replantear nuestra calidad de servicio. Estos resultados fueron:

Tabla 12



Tomado de: Atención al cliente Ing. Tania Cevallos (Cevallos)

Con el fin de explicar el desarrollo integral y coherentemente lo que es la excelencia en la atención y servicio al cliente y con el propósito de que esta información le sea de máxima utilidad y llegue a transformarse en conocimiento, se seguirá el desarrollo de los diversos niveles en los que se produce el Proceso de Aprendizaje en lo que se ha convenido en llamar la Pirámide de la Excelencia en la atención y servicio al cliente.

Gráfico 9



Tomado de Portales de (Gerencia, 2011)

¿Quién es el cliente?

- El cliente es la persona más importante en nuestro negocio. Aún por teléfono o redes sociales.
- El cliente es quien paga mi sueldo y el de mis empleados.
- El cliente es la persona que me hace un favor al llegar a mi negocio.
- El cliente es la persona que tiene razón... casi siempre.
- El cliente es la persona que merece toda nuestra atención.

- El cliente es alguien con quien no debo nunca discutir.
- El cliente es el objeto de nuestro negocio, no es una interrupción.
- El cliente es alguien que no depende de nosotros, sino que nosotros dependemos de él.
- El cliente es alguien a quien me esmero en servir.
- El cliente es alguien que me enseña a ser paciente.
- El cliente es alguien que tiene problema y es mi deber ayudarlo a solucionarlo.
- El cliente es Principios claves para conquistar al cliente



Ilustración 25

4.4 PRINCIPIOS CLAVES PARA CONQUISTAR AL CLIENTE

Para conquistar el cliente se tiene que responder a diez principios claves:

1. Si no vas a ser amable con sus clientes mejor cierre su negocio.

No sé cuál sea su temperamento, su carácter, su nivel cultural o su control emocional; sólo de una cosa estoy seguro: O es amable y gentil con sus clientes (Ud. y sus empleados) o mejor cierre su negocio. Un proverbio dice: "Si ni no es capaz de sonreír, no abra una tienda".

El secreto del éxito está en tratar a todas las personas como nos gustaría que nos traten a nosotros. Hacer la vida de los clientes lo más agradable posible (dentro de nuestras posibilidades) debe ser una de nuestras metas en el servicio. De ser así, los clientes nos devolverán el ciento por uno.

2. Soluciones Sí, problemas no

Si queremos que nuestras operaciones de negocio sean exitosas debemos ante todo estar convencidos de que nada es más valioso en los negocios que el dinero. Si por estima propia no somos "baratos", para lograr el éxito debemos ofrecer "algo más" y ese algo más, está compuesto de tres cosas fundamentales: Inteligencia, sentido común y creatividad; todo en solo paquete llamado: Conveniencia o sentido de oportunidad.

El objetivo es eliminar obstáculos, solucionar problemas, hacerles la vida fácil a los clientes. Cuando un cliente nos dice "podrían..." Ud. debe estar preparado para decir "si podemos". Como alguien dijo, "cero problemas".

Los resultados son asombrosos, no sólo generamos una cantidad impresionante de repertorio para solucionar posibles problemas, sino que además ideamos diversas formas para atraer y satisfacer clientes.

3. Cumpla sus promesas y si puede dé algo más.

Cumpla sus promesas de servicio. Hacer lo que debe hacer en el tiempo que debe hacerlo, con la garantía y calidad que ha prometido es el requisito mínimo para proporcionar un buen servicio al cliente.

Nunca haga promesas que no pueda cumplir, pero incluso vaya más allá siempre dé algo más de lo que prometió. Exceda las expectativas del cliente.

4. Servir es bueno, servir bien es mejor

Una buena garantía en el servicio comienza por el trato, ya lo hemos dicho y lo seguiremos diciendo: Sonrisas, saludos corteses, palabras amables, pero... no se puede quedar allí. Tiene que ir un poco más adelante ha de prestar un buen servicio: eficaz, eficiente, de calidad.

Todo negocio por muy pequeño que sea requiere de estrategia, de sistemas, de manera de hacer bien las cosas de principio a fin.

5. La llave de oro del negocio: La estrategia de mejoramiento

La estrategia de mejoramiento consiste en mejorar siempre. ¿Cómo van las ventas? Bien... muy bien. Ah, contesta el jefe, entonces mejoren. ¿Cómo va la atención al público? Pregunta el jefe. "excelente" responden los empleados. "Entonces Mejórenla" contesta el jefe.

Amigos comerciantes, el progreso ha de ser algo permanente en ustedes y en vuestro negocio, sea cual fuere el tipo de actividad a la que se dediquen, si se contentan con su nivel actual y se acomodan al "mínimo esfuerzo", su negocio declinará tarde o temprano

6. No adivine lo que quiere el cliente: Pregúnteselo.

Brindar un servicio de calidad no es algo tan fácil como cambiar números en la pizarra. Requiere una filosofía de servicio, compromiso, cambio de sistemas de creencias, respeto por uno mismo y por los demás.

Querer competir únicamente por el precio no es la mejor idea, porque cobremos lo que cobremos siempre habrá alguien que cobre menos o igual que nosotros, por lo tanto, se hace imprescindible y necesario colocarnos desde el punto de vista del cliente y para esto no hay nada mejor que preguntar a los propios clientes.

7. Cuando se equivoque: Reconozca sus errores y no los repita.

Toda actividad humana siempre es susceptible de malentendidos, errores o equivocaciones por más que su política sea cero defectos, por más que su personal sea el mejor y haya diseñado estrategias para asegurarse que todo le salga bien.

Lo primero que debemos hacer es disculparnos y acto seguido enmendar el error. No hay espectáculo más deplorable que ver a un empleado tratando de culpar o agrediendo a un cliente ante un problema suscitado.

Las disculpas han de ser sinceras, personales, sentidas. Que el cliente sepa que nuestro negocio está para darle satisfacciones no para ocasionarle problemas.

8. Gánese la lealtad del cliente

Se dice que vivimos en una etapa caracterizada por la dictadura del cliente: Ya que ellos eligen ¿Qué comprar? ¿Dónde comprar? ¿Cuándo comprar? ¿Cómo pagar?...

Para esto hay que comenzar fomentando su lealtad y, no hay mejor forma de fomentar esa lealtad que nosotros ser leales y agradecidos; y una forma concreta de manifestar esa gratitud consiste en crear Programas de estímulo y premiación para los clientes habituales.

9. Por ganar la confianza del cliente: Armonice con él

Uno de los requisitos esenciales para poder brindar excelencia en la atención y servicio al cliente es la llamada técnica de la ARMONIZACIÓN. Es la primera gran habilidad de venta en el contacto personal con el cliente. Consiste en construir una relación de confianza y armonía con él, vibrar en la misma nota. La armonización permite además desarrollar de un modo extraordinario la llamada empatía es decir la capacidad de ponerse en el lugar del cliente. "En los zapatos del cliente".

A las personas le gustan las personas que son como ellos y por supuesto se comunican mejor con las personas que hablan su mismo idioma.

Esto se logra igualando con el cliente los tres aspectos: El lenguaje corporal, el tono de voz y el habla.

10. Trate a sus empleados tan bien como a sus clientes.

Si quiere usted tener la certeza de un buen trato a los clientes por parte de los empleados, trate a sus empleados con la misma cordialidad y amabilidad con la que trata a sus clientes. Todas las personas necesitan afecto, atención y sus empleados no son la excepción a esa regla. Tratará a los empleados con el respeto y consideración que mostramos por los clientes no sólo es algo ético y justo sino también conveniente para el negocio.

4.5 ACCIONES COMERCIALES Y DE PROMOCIÓN EN CONJUNTO CON COMERCIANTES DE LOS MERCADOS DE ABASTOS.

Las siguientes acciones pueden realizarse en conjunto entre los comerciantes y la administración del mercado apoyados por el Municipio de Durán:

- Establecer rótulos homogéneos: mismo tamaño, letras, pero con colores diferentes por cada tipo de producto.
- Establecer la sectorización para facilitar el camino de la compra a los clientes.
- Promocionar fundas de compras con el logotipo del mercado.
- Talleres de capacitación sobre marketing y promoción de ventas, buenas prácticas de higiene, finanzas para pequeños comerciantes reciclaje y reutilización y atención al cliente.
- Realizar una feria gastronómica para promocionar al mercado, apoyarse con las visitas de colegios y otras asociaciones o ministerio de turismo.
- Fomentar la economía circular, implementando tachos para reciclaje dentro del mercado y contenedores en la parte exterior.

4.6 PROPUESTA PARA DESARROLLO DE NUEVOS SERVICIOS DENTRO DEL MERCADO.

Los siguientes servicios son propuestas que resultaron de la investigación Diseño de estrategias de comercialización y atención al cliente en el mercado “Las Manuelas”, cantón Durán-Provincia del Guayas (Alvarado & Torres, 2020).

Los clientes evaluaron el servicio recibido en limpieza, sistema de ventilación, iluminación como bueno, además indicaron servicios adicionales que les gustaría recibir:

- Implementación de cajero auto suelto y cajero automático.
- Mejorar la seguridad dentro del mercado más personal o cámaras.
- Cambiadores de pañales en los baños de mujeres.
- Aplicar la tecnología en un proyecto en página de Facebook con información de cada local y whatsapp, para promocionar a los comerciantes y que sirvan de base para las compras y entregas a domicilio.

ANEXO 1

Presupuesto Anual del emprendimiento

PRESUPUESTO ANUAL DE EMPRENDIMIENTO												
INGRESOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Arriendos												
Otros Ingresos												
Por Ventas												
Total de ingresos												
EGRESOS												
Agua												
Alimentación												
Celular												
Cursos - capacitación												
Guardianía												
Internet												
Luz												
Préstamo Hipotecario												
Préstamos Bancarios												
Salud												
Tarjeta de Crédito												
Tasas, predios etc												
Varios												
Vehículo												
Total Egresos												
DEFICIT / SUPERAVIT												

Referencias

Alvarado, & Torres. (2020). *Diseño de estrategias de comercialización y atención al cliente en el mercado "Las Manuelas", cantón Durán-Provincia del Guayas*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil Trabajo de Titulación.

AME, A. (2016). *Manual para el reconocimiento y certificación de mercados saludables*.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Agosto de Agosto 2021). *BCE.FIN.EC*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Castellanos, O. C. (2016). La Educación Financiera y su Importancia en la Sociedad. *Revista CONVICCIONES*, 141-146.

Cevallos, T. (s.f.). <https://www.calameo.com/books/000345200ce021a525fe1>. Obtenido de Calameo.

ESPAE. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor*. ESCUELA DE NEGOCIOS DE LA ESPOL.

Gerencia, P. d. (Julio de 2011). *Portales de Gerencia*. Obtenido de Portales de Gerencia: https://www.elmayorportaldegerencia.com/index.php?option=com_content&view=article&id=13389&catid=153&Itemid=257&lang=es

Gobierno Autónomo Descentralizado. (2014). ORDENANZA MUNICIPAL.

Gobierno Autónomo Descentralizado. (2018). 010-2018 ORDENANZA MUNICIPAL. 010-2018 ORDENANZA MUNICIPAL REFORMATORIA QUE RGEULA EL USO, FUNCIONAMIENTO Y ADMINISTRACIÓN DEL SISTEMA INTEGRADO DE MERCADOS Y FERIAS LIBRES EN EL CANTÓN DURÁN.

Gómez, F. (2009). *Educacion financiera: EnBreve*, 2.

Guailas. (2016). *Proyecto de factibilidad para la creación de una Caja de Ahorro y Crédito en la parroquia San Lucas del Cantón y Provincia de Loja*. Loja: Universidad Nacional de Loja.

INEN, N. 2.-2. (2013). NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 2687:2013. NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 2687:2013 REQUISITOS PARA MERCADOS SALUDABLES.

La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días. (2017). *La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días*.

OCDE, /. d. (07 de 2005). OECD.ORG. Obtenido de <https://www.oecd.org/daf/fin/financialeducation/%5BES%5D%20Recomendaci%C3%B3n%20Principios%20de%20Educaci%C3%B3n%20Financiera%202005.pdf>

Reglamento a la ley sobre mataderos inspección. (2023). *extwprlegs1.fao.org*. Obtenido de <http://www.epmrq.gob.ec/images/lotaip/leyes/lm.pdf>

SIMIN, N. (octubre de 2020). *Sociedad Internacional de Minería y Metalurgia - SIMIM Lima Perú*. Obtenido de Sociedad Internacional de Minería y Metalurgia - SIMIM Lima Perú: <https://www.simim.org/simimnoticias/detalle-noticia.php?id=596>

Universidad Externado de Colombia. (enero de 2021). *BLOG DEPARTAMENTO DE DERECHO DEL MEDIO AMBIENTE*. Obtenido de <https://medioambiente.uexternado.edu.co/codigo-de-colores-para-la-separacion-de-residuos-solidos-en-el-pais-posibles-inquietudes-sobre-la-medida/>

VIERA, P. (2017). *CONSTRUCCIONES UCE*. Obtenido de REGLAMENTO INTERNO DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN (INEN)-SEÑALÉTICA: <https://construccionuce.wordpress.com/2017/05/05/senaletica-inen/>

Lcda. Tatiana Chan Paredes, MgS

Consultor de Negocios Internacionales (Importaciones y Exportaciones)
Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera
Licenciatura en Administración de Empresas.
Correo Electrónico: tatiana.chanp@ug.edu.ec
ORCID 0000-0003-3335-0982

Ing. Mauricio Chávez Garcés, MgS

Asesor de negocios comerciales y marketing
Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera
Licenciatura en Administración de Empresas.
Correo Electrónico: angel.chavezg@ug.edu.ec
ORCID 0000-0001-7719-0226

Econ. Jorge Chabusa Vargas, Ph.D.

Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera
Licenciatura en Administración de Empresas.
ORCID 0000-0002-3133-5036

Abg. Hugo Cárdenas Echeverría, MgS

Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera
Licenciatura en Mercadotecnia.
ORCID 0009-0006-7471-4921

Ing. Hypathia Verónica Fiallos Veintimilla, MgS

Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera
Licenciatura en Administración de Empresas.
ORCID 0000-0003-1963-9878

CPA. Stephanie Marcela Delgado Estrada, MTF

Asesora Contable y Tributaria
Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera
Licenciatura en Administración de Empresas.
ORCID 0000-0003-2829-1814



   @grupocompas.ec
compasacademico@icloud.com