



"ESTUDIOS Y DISEÑOS
DEFINITIVOS DEL MERCADO DE
CALDERÓN, ADMINISTRACIÓN
ZONAL CALDERÓN, DISTRITO
METROPOLITANO, CANTÓN
QUITO, PROVINCIA DE
PICHINCHA"

**MODELO DE GESTIÓN DEL
MERCADO DE CALDERON**

Elaborado por: Econ. Janeth Barragán

Consultor: Ing. Marcelo Trujillo



INDICE GENERAL

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	JUSTIFICACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN	4
3.	MARCO DE REFERENCIA LEGAL EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN EL MDMQ	5
4.	CREACIÓN DE LA AGENCIA DE COORDINACIÓN METROPOLITANA DE COMERCIO, APMC	6
4.1.	ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA AGENCIA DE COORDINACIÓN DISTRITAL DE COMERCIO.....	7
4.2.	COMPETENCIAS DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS	8
5.	MODELO DE GESTIÓN POR ADMINISTRACIÓN DIRECTA CON PARTICIPACIÓN DE LOS USUARIOS	10
5.1.	CONTROL ADMINISTRATIVO DURANTE EL FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO DE CALDERON	11
5.2.	OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL MERCADO DE CALDERON	13

1. INTRODUCCIÓN

Proyecto de Construcción y Operación del Mercado de Calderón, Administración Zonal Calderón, Distrito Metropolitano, Cantón Quito, Provincia de Pichincha, surge como solución a la problemática en el ámbito comercial que se presenta en las parroquias de Calderón y Llano Chico, debido a las obsoletas e inadecuadas instalaciones del mercado existente.

La concepción arquitectónica del nuevo mercado de Calderón permitirá que una vez puesto en funcionamiento se garantice una adecuada infraestructura para la comercialización de productos de primera necesidad que garanticen la seguridad alimentaria, para cubrir las necesidades de la demanda de la población de las parroquias Calderón y Llano Chico, hasta el año 2042, es decir para un periodo de diseño de 25 años.

Considerando que el mercado es un equipamiento de características eminentemente sociales cuyo propósito, a más de satisfacer una necesidad de abastecimiento de alimentos y productos de primera necesidad, de forma ordenada y organizada que garantice la calidad de los productos que se expenden y que promueva a una valoración positiva de vendedores y compradores, también debe convertirse en un hito urbano, por lo que su implementación se espera que permita conservar las siguientes características:

- Ser el espacio de inter-relacionamiento social de las personas compradoras, vendedoras y de la sociedad en general.
- Considerar al mercado como un núcleo social donde se permite la transmisión de la cultura, ideologías y fenómenos sociales y tradicionales propios del lugar.
- Tomar en cuenta que este espacio no solamente es un centro de comercialización donde se encuentra la oferta y la demanda.
- Observar que la atención personalizada que el cliente encuentra dentro del Mercado, provoca en el consumidor conversar, regatear, y sobre todo puede pedir con confianza la yapa, este es el enganche primordial.
- Ser un referente en cuanto a precio, calidad y atención al cliente.

El nuevo Mercado de Calderón se ubicará en el mismo sitio del actual, en el Sector “Barrio Central de Calderón”, entre las calles 9 de Agosto y Carapungo, a aproximadamente 50 m hacia el norte del parque central de Calderón.

La implementación del nuevo mercado permitirá contar con 130 parqueaderos en subsuelo, 142 puestos fijos en planta baja, 190 puestos de ropa en planta alta y 434 puestos de feriantes en planta baja y plataforma exterior.

A continuación, se tiene el dimensionamiento de espacio físico para los puestos en el mercado y los de área de feria.

Cuadro: Número de Puestos y Parqueos

PLANTA / PISO	CAPACIDAD DEL MERCADO			
	NÚMERO PARQUEOS	PUESTOS FIJOS	PUESTOS DE FERIANTES	
			ÁREA CUBIERTA	PLATAFORMA EXTERIOR/3
PLANTA SUBSUELO				
Parqueaderos	130			
PLANTA BAJA				
Abarrotes (aliños)		10	28	
Alimentos Preparados/1		37		59
Carnicos, embutidos, víceras		20		2
Frutas		16		44
Hortalizas, legumbres, verduras		24	78	22
Tuberculos: papas		6		35
Plantas, flores		4	8	
Pollos, productos lácteos		14		15
Mariscos, pescado		6		10
Plantas Medicinales (hierbas)		2		
Mercadería, ropa, artículos varios/2		3		104
Talleres y artesanías				14
Animales pequeños				15
PLANTA ALTA (PRIMER PISO)				
Módulos de ropa		190		
Total	130	332	114	320

1.- Incluye refrescos y aguas aromáticas

2.- Incluye ropa, zapatos, cosméticos, CD, visutería, etc.

3.- Plataforma Exterior: Incluye área con cubierta ligera y área abierta

2. JUSTIFICACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN

El modelo de gestión es el conjunto articulado de actividades que se deben desarrollar para la prestación de un bien o servicio público, con eficiencia, eficacia y calidad. La identificación y puesta en marcha del modelo de gestión ideal, parte del diagnóstico con actores de la situación actual del bien o servicio público, donde se identifica el nivel de cumplimiento y algunas alternativas de cambio que deben ser plasmadas en el nuevo modelo de gestión.

Ante la decisión de implementar el Nuevo Mercado de Calderón, se hace imprescindible una propuesta de modelo de gestión que se adapte a los nuevos hábitos de compra y

consumo, coherente y realista con la estructura comercial, económica y social de la ciudad, en el sector de Calderón.

El Modelo de Gestión a implementarse en el mercado de Calderón, se justifica por los siguientes aspectos:

- Dará soporte a la planificación y control de las actividades referentes a la administración del Mercado.
- Gestionará el sistema de información contable y financiero.
- Determinará responsables directos para el correcto desarrollo de las actividades de funcionamiento del mercado.
- Se podrá analizar desde el punto de vista administrativo las decisiones del Mercado en cuanto a inversiones, políticas comerciales, precios de productos, presupuestos, etc.
- Permitirá la implantación de un sistema tarifario razonable, sobre la base de criterios de recuperación de los costos de administración, operación y mantenimiento, a fin de obtener autonomía financiera, para una prestación adecuada en el largo plazo.

En el contexto señalado y considerando la predisposición al cambio de las autoridades municipales en su calidad de representantes legales del Ente titular del servicio, se plantea el Modelo de Administración Directa Municipal factible de aplicar en el Mercado de Calderón.

3. MARCO DE REFERENCIA LEGAL EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN EL MDMQ

La Constitución de la República en el artículo 66, establece “el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios”. De igual manera, el artículo 281 establece que “la soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente”.

La Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria (LORSA), señala que el Estado debe “garantizar a las personas, comunidades y pueblos la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente”.

La Ley Orgánica de Salud en el artículo 16, señala: “El Estado establecerá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional, que propenda a eliminar los malos hábitos alimenticios, respete y fomente los conocimientos y prácticas alimentarias

tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos propios de cada región y garantizará a las personas, el acceso permanente a alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes”. En el artículo 147, se dispone: “La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con los municipios, establecerá programas de educación sanitaria para productores, manipuladores y consumidores de alimentos, fomentando la higiene, la salud individual y colectiva y la protección del medio ambiente”.

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), en su artículo 54, literal l) establece que una de las funciones de los GAD es: “Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios”.

La Ordenanza Metropolitana No. 0253, de 8 de mayo de 2008, reformó el Capítulo I, "De los Mercados Minoristas, Mayorista y Ferias Municipales" del Título IV, del Libro II del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, y sus reformas expedidas con la Ordenanza 315 de 12 de julio de 2010; y, la Ordenanza 0082 de 23 de junio de 2011, mediante las cuales se reguló la prestación del servicio de abastecimiento y comercialización de productos alimenticios y mercancías que se puedan expendir a través de los mercados municipales y ferias municipales existentes en los mercados y plataformas autorizadas por la Dirección Metropolitana de Comercialización, que se encuentren en funcionamiento, o los que se autoricen, integren o construyeren en el Distrito.

La Resolución del Concejo Metropolitano No. C 0013, de 15 de enero de 2009, se expidió el Reglamento de Aplicación de la precitada Ordenanza Metropolitana, que establece las regulaciones que se deben observar para la adecuada planificación, organización, administración y funcionamiento de todos los mercados municipales en el Distrito Metropolitano de Quito, conforme lo prescrito en la Ley y Ordenanzas correspondientes;

4. CREACIÓN DE LA AGENCIA DE COORDINACIÓN METROPOLITANA DE COMERCIO, APMC

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, ha implementado la Ordenanza Metropolitana No. 0253, de 8 de mayo de 2008, que reforma el Capítulo I, "De los Mercados Minoristas, Mayorista y Ferias Municipales" del Título IV, del Libro II del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito. Para lo cual, mediante Resolución Metropolitana No. A-0002, de 09 de marzo de 2012, se crea y agrega dentro

de la estructura orgánica del Municipio del Distritito Metropolitano de Quito, la unidad especial denominada “Agencia de Coordinación Distrital del Comercio, ACDC, entidad dotada de autonomía económica, financiera, administrativa y de gestión.

De acuerdo con la Estructura Orgánica Funcional de la dependencia del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, MDMQ, la “Agencia de Coordinación Distrital del Comercio, ACDC, depende directamente de la Alcaldía Metropolitana.

Según lo establecido en el artículo 2 de la Resolución Metropolitana No. A-0002, la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio coordina y ejecuta las políticas de abastecimiento y comercialización del Distrito Metropolitano de Quito, enmarcadas en un nuevo modelo económico y productivo; con el fin de lograr el desarrollo equitativo, incluyente, solidario, armónico y ordenado en el Distrito Metropolitano de Quito.

4.1. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA AGENCIA DE COORDINACIÓN DISTRITAL DE COMERCIO

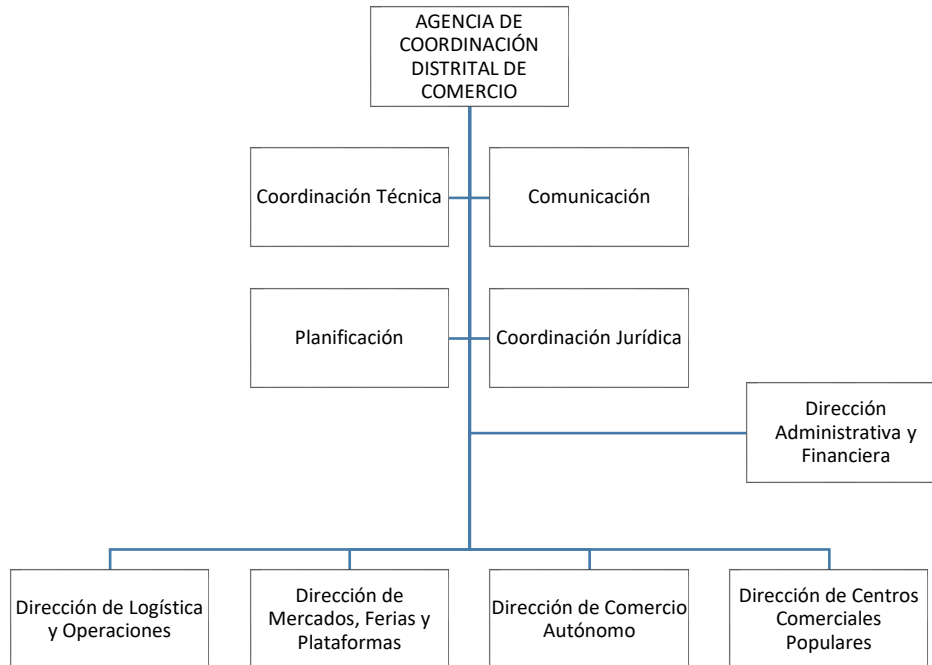
Para dar cumplimiento a las competencias establecidas en la Resolución Metropolitana No. A-0002, la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio, ha estructurado una Estructura Orgánico Funcional, con los siguientes niveles de gestión:

1. Nivel Ejecutivo: Coordinador Distrital.
2. Nivel Asesor: Coordinación Técnica, Comunicación, Coordinación Jurídica, Planificación.
3. Nivel Administrativo: Administrativa y Financiera
4. Nivel Operativo: Logística y Operaciones, Mercados, Ferias y Plataformas, Comercio Autónomo, Centros Comerciales Populares.

Dentro del nivel operativo se han implementado cuatro áreas de trabajo:

- a) Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas Municipales.
- b) Dirección de Comercio Autónomo.
- c) Dirección de Logística y Operaciones.
- d) Dirección de Centros Comerciales Populares

**Estructura Orgánico Funcional de la Agencia
de Coordinación Distrital de Comercio**



De acuerdo con la estructura orgánico funcional, la Agencia de coordinación Distrital de Comercio, cuenta con una unidad específica denominada “Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, que se encarga de la Administración de todos los mercados y ferias del Distrito Metropolitano de Quito.

4.2. COMPETENCIAS DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS, FERIAS Y PLATAFORMAS

La Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas ejecuta las competencias que en la Ordenanza 253, hace referencia a la “Dirección Metropolitana de Comercialización”, principalmente, las establecidas en el artículo II.270. A continuación, se citan las competencias que ejecuta la DMFP:

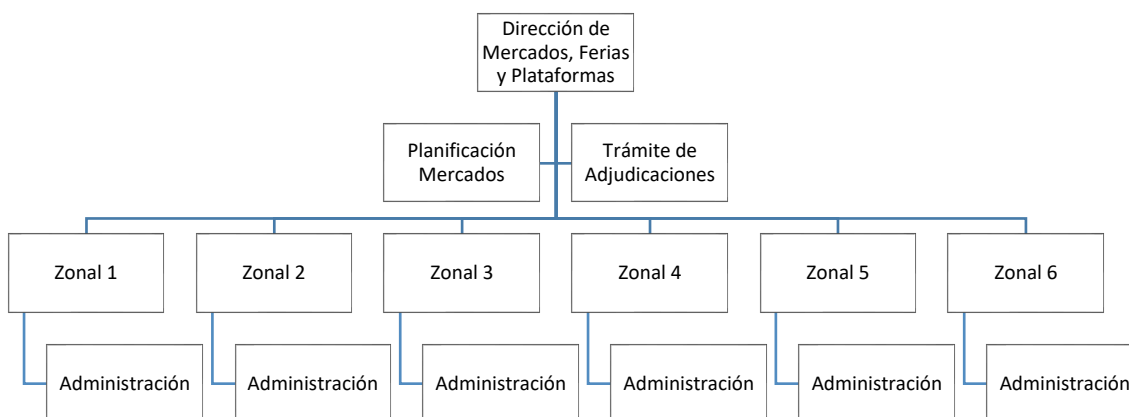
- a) Orientar y supervisar el correcto funcionamiento operativo de los mercados, ferias y plataformas.
- b) Ejecutar la planificación operativa anual de la Dirección.
- c) Controlar las disposiciones administrativas y la normativa vigente en la gestión de los mercados, ferias y plataformas.
- d) Coordinar planes y programas de capacitaciones.

e) Socializar los planes, programas y proyectos de la Agencia.

Adicionalmente, la DMFP, brinda la capacitación requerida por los comerciantes de los mercados municipales, en cumplimiento del artículo 6 de la Resolución N° C 0013 de 15 de enero de 2009, que establece: “De la capacitación.- La Dirección Metropolitana de Comercialización en coordinación con el Instituto de Capacitación Municipal elaborará anualmente el programa de capacitación y tecnificación para el personal administrativo del sistema de mercados y para los comerciantes, ...”

Para el cumplimiento de las funciones asignadas, la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, ha estructurado un sistema orgánico funcional, por zonas que permite un control administrativo de funcionamiento de los mercados y ferias ubicados dentro de la jurisdicción territorial del Distrito Metropolitano de Quito. Se han establecido seis zonas de atención, cada una de las cuales tiene un Jefe Zonal - Supervisor, y un administrador asignado en cada uno de los mercados. El mercado de Calderón, está ubicado en la Zona integrada por las parroquias: Las Cuadras, Calderón y El Quinche.

Estructura orgánica funcional de la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas



5. MODELO DE GESTIÓN POR ADMINISTRACIÓN DIRECTA CON PARTICIPACIÓN DE LOS USUARIOS

En el marco del sistema de regulación de la prestación del servicio de abastecimiento y comercialización de productos alimenticios y mercancías en el Distrito Metropolitano de Quito, implementado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Agencia de Coordinación Distrital de Comercio - Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, se plantea la implantación de un Modelo de Gestión por Administración Directa, con Participación de los Usuarios, para la administración del mercado de Calderón en la fase de funcionamiento.

Este modelo permitirá que el MDMQ mantenga el control administrativo del mercado de Calderón, a través de la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio - DMFP, con la vigilancia del Jefe Zonal - Supervisor de Mercados y el control directo del Administrador del Mercado; y que los comerciantes organizados a través de una asociación, participen activamente en la operación y mantenimiento del mercado de Calderón.

La aplicación de esta estrategia permitirá generar las siguientes ventajas:

- Los servicios que presta el mercado serán ejecutados directamente por el Municipio, organismo que ostenta la competencia exclusiva, lo cual será visto con agrado por parte de los usuarios al tratarse de una Entidad que ha logrado posicionamiento en el medio y está cerca de los clientes.
- Dada la magnitud de la población beneficiada (89.705 habitantes actuales), se generarán economías de escala, ya que a este nuevo mercado acudirán no solo la población de Calderón y Llano Chico, sino de otros sectores de la zona norte de Quito.
- Se contará con una fortaleza técnica, administrativa, financiera y de comercialización instalada.
- Se promoverá el empoderamiento de los usuarios al participar directamente en las actividades de operación y mantenimiento de las instalaciones de su mercado.

5.1. CONTROL ADMINISTRATIVO DURANTE EL FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO DE CALDERON

El control administrativo del funcionamiento del mercado de Calderón será una responsabilidad directa de la DMFP, unidad que actualmente ha implementado una estructura administrativa para realizar el control del funcionamiento de todos los mercados del Distrito Metropolitano de Quito, y que ha alcanzado experiencia y conocimientos en el manejo del proceso de comercialización de productos de primera necesidad.

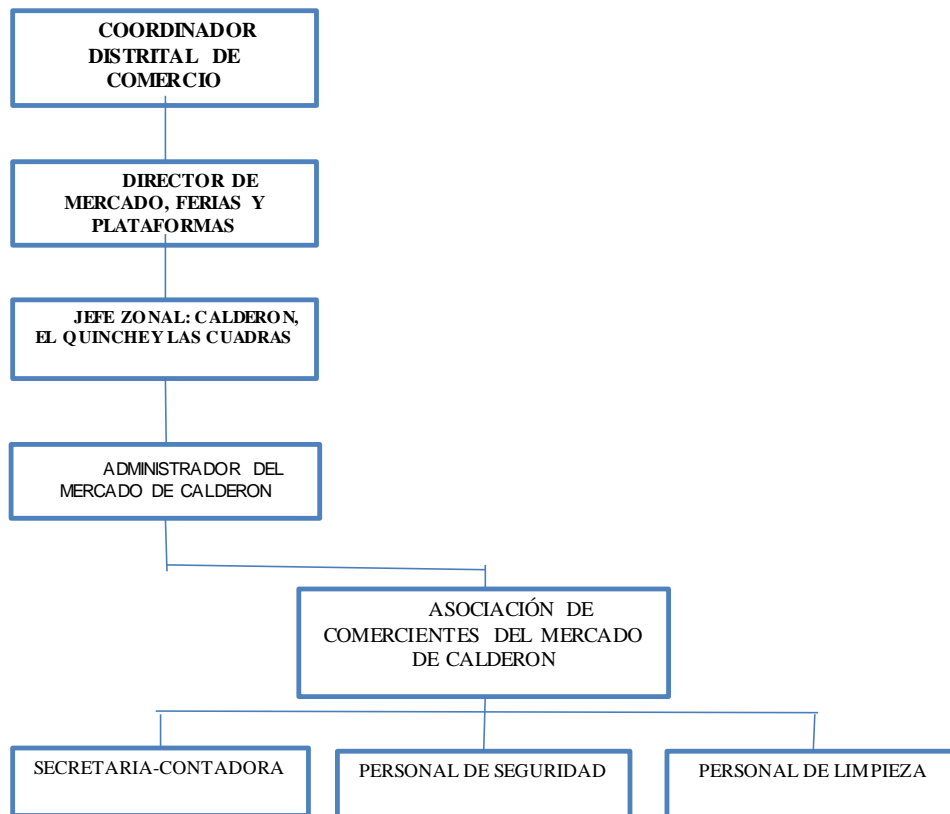
**Cuadro: Sistema de control administrativo
a implantarse en el mercado de Calderón**

NIVEL	CARGO	FUNCIÓN
Supervisión	Jefe Zonal de la DMFP	Realizar la supervisión del mercado de Calderón, una vez por semana. El Supervisor Zonal reportará a su superior jerárquico (Director MFP), las violaciones u omisión en que incurra el Administrador del mercado de Calderón, para que se aplique los correctivos necesarios.
Administrativo	Administrador del Mercado de Calderón, funcionario de la DMFP	Realizar el control interno del funcionamiento del mercado. Mantiene coordinación permanente con los Directivos de la Asociación de comerciantes. Elabora los informes de cumplimiento de convenios de concesión o adjudicación de puestos. Verifica que los comerciantes cumplan con el pago de patentes y tarifas de ocupación de puestos, de ser el caso. Elabora los informes que demande el Reglamento de aplicación de la Ordenanza 253.
Operativo	Asociación de Comerciantes	Realiza la coordinación permanente con el Administrador del Mercado. Realiza la operación y mantenimiento de las instalaciones del mercado. Efectúa la recuperación de tarifas de los comerciantes, para cubrir los costos de operación y mantenimiento.

**ESTUDIOS Y DISEÑOS DEFINITIVOS
MERCADO DE CALDERON
MODELO DE GESTION**

Operativo	Comerciantes	<p>Realiza el pago de obligaciones financieras</p> <p>Ocupar el puesto únicamente para el expendio de mercaderías autorizado.</p> <p>Hacer buen uso del puesto de trabajo, manteniendo bien aseado.</p> <p>Mantener en perfecto estado todas las instalaciones del puesto de trabajo.</p> <p>Permanecer en el puesto de trabajo durante el horario establecido.</p> <p>Buena atención y cortesía para el cliente interno y externo.</p> <p>Portar la credencial y el uniforme.</p> <p>Cumplir con lo que establece el Reglamento de aplicación de la Ordenanza 253.</p>
-----------	--------------	---

Organigrama de Control Administrativo del Mercado de Calderón



5.2. OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL MERCADO DE CALDERON

Las actividades de operación y mantenimiento del mercado de Calderón, estarán a cargo de la Asociación de Comerciantes, legalmente constituida, para el efecto, se instrumentará un Reglamento Interno de Operación del mercado de Calderón, que será un instrumento legal creado y aprobado por la Agencia de Coordinación Distrital de Comercio, producto del acuerdo entre la DMFP y la Asociación de Comerciantes, en forma previa a la ocupación del nuevo mercado, en el que se acordarán entre otras, las condiciones operativas de funcionamiento del mercado.

Para la elaboración del reglamento interno se debe tomar en cuenta los requerimientos mínimos para alcanzar la sostenibilidad del funcionamiento del mercado, entre éstos tenemos:

- Estructurar una asociación de comerciantes única que represente los intereses tanto de comerciantes fijos, como de feriantes.
- Que la DMFP, establezca la tarifa para cubrir los costos de administración, operación y mantenimiento del mercado. Esta tarifa debe incluir el pago de servicios de guardianía, limpieza general del mercado y pago de servicios generales (agua potable, electricidad, aseo).
- Que cada comerciante realice el pago de los servicios de su puesto, esto es: servicio de agua potable y electricidad, según lo requiera (puestos de mariscos, uso de frigoríficos).
- Que la asociación realice la contratación de una Secretaria – Contadora que se encargue del registro contable y labores administrativas de funcionamiento diario del mercado.
- Que la asociación contrate a través de una Empresa de Seguridad, 3 guardias, uno para el día, uno para la noche y un rotativo, la seguridad requerida para el buen funcionamiento del Mercado de Calderón.
- Que la asociación contrate una empresa que provea de personal para la limpieza del mercado, quienes se distribuirán de acuerdo al requerimiento en las diferentes zonas.
- Cada comerciante cuidará que la presentación de su puesto, las instalaciones que ocupan y la presentación propia estén en perfecto estado de limpieza, conservación y mantenimiento; por cuanto deben preservar la imagen del Mercado de Calderón.

- En cada puesto se deben contar con dos recipientes para basura (azul para plástico, papel y cartón; y verde para residuos orgánicos) con su debida tapa, para la recolección de la basura, mantener limpio su puesto de trabajo y el pasillo adyacente al área concesionada.
- Para las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo que puede ser de plomería (colocar una llave, boquilla, repuesto baño, etc.) o eléctrico, se sugiere que la asociación contrate personal eventual.

En definitiva, es necesario contar con el personal administrativo adecuado, la fuerza de venta (comerciantes) capacitados y los instrumentos normativos correspondientes.

Elaborado por: Econ. Janeth Barragán

Consultor: Ing. Marcelo Trujillo M.

2017-12-19