PROYECTO

MERCADO

MAYORISTA

CONTENIDO

1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO 12
1.1. OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO 12
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO 12
2. METODOLOGÍA DE TRABAJO 13
3. FASE I: DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLIVAR 15
3.3.1. Localización 18
3.3.2. Infraestructura del Mercado Mayorista de Bolívar 19
3.3.2.1. Espacio Físico para Parqueo 20
3.3.2.2. Áreas de arriendo (bodegas) 20
3.3.2.3. Otros Servicios Complementarios 22
3.4.1. Características de los productos que se expenden en el Mercado Mayorista de Bolívar 24
3.4.2. Periodicidad de Comercialización de los Productos 24
3.4.3. Clasificación de los Productos 25
3.4.4. Número de Comerciantes y Giro de Negocios 25
3.4.5. Sistema de pago 26
3.5.1. Procedencia de los Productores, Comerciantes y Transportistas que concurren al MMB 28
3.5.2.. Actores Directos e Indirectos que concurren al Mercado Mayorista de Bolívar 29
3.5.3. Grado de Organización de los Actores que concurren al Mercado Mayorista de Bolívar 32
3.6.1. Canales de Comercialización 33
3.6.1.1. Descripción de la Cadena de Comercialización 35
3.6.1.2. Agentes de Comercialización 36
3.6.2. Transporte de Productos 37
3.6.3. Producción y Comercialización de Productos a nivel Cantonal 38
3.6.3.1. Producción del Cantón 38

3.6.3.2. Comercialización de productos a nivel Cantonal 39
3.6.4. Sistema de Comercialización dentro del Mercado Mayorista de Bolívar 41
3.6.4.1. Días y Horarios de venta 41
3.6.4.2. Tipo de vehículos que ingresan al Mercado Mayorista de Bolívar 42
3.6.4.3. Ingreso Vehicular al Mercado Mayorista de Bolívar 43
3.6.4.4. Prestación del servicio de transporte a Productores y Comerciantes del Mercado Mayorista de Bolívar 44
3.6.4.5. Cantidad de Producto que ingresa al Mercado Mayorista de Bolívar 45
3.6.4.6. Sistema de Venta y Adquisición de los Productos en el Mercado Mayorista de Bolívar 46
3.7.1. Ingreso y salida de vehículos: 47
3.7.2. Descarga de productos 47
3.7.3. Compra a nivel mayorista: 48
3.7.4. Almacenamiento 48
3.7.5. Control de peso de los productos 48
3.10.1. Promoción del Mercado Mayorista de Bolívar 54
3.10.2. Incremento de Giros de productos en el Mercado mayorista de Bolívar 55
4. FASE II: MODELO DE GESTION PARA LA ADMINISTRACIÓN Y OPERACIÓN DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR 58
4.1. DESCRIPCIÓN DE ALTERNATIVAS PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA 58
4.1.1. Empresa Municipal de Mercados 59
4.1.2. Empresa con Capital Mixto en cuanto a su Propiedad y Gestión 60
4.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS ALTERNATIVAS 61
4.2.1. Ventajas de una Empresa Pública 61
4.2.2. Ventajas de una Empresa con Capital Mixto en cuanto a su Propiedad y Gestión 63
4.2.3. Diferencias entre la Empresa Pública y la Empresa con Capital Mixto 63
4.3. SELECCIÓN PARTICIPATIVA DE LA MEJOR ALTERNATIVA 64
4.4. PRINCIPALES PASOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN 64
4.4.1. Dirección y Administración de las Empresas Públicas 66
4.4.2. Contratación de Servicios 67
4.5. MODELO ESTRATÉGICO DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLIVAR 68

4.5.1. Introducción 68
4.5.2. Diagnóstico FODA del Mercado Mayorista de Bolívar 69
4.5.3. Propuesta de Gestión Administrativa del Mercado Mayorista de Bolívar 73
4.5.3.1. Misión 73
4.5.3.2. Visión 73
4.5.3.3. Política 74
4.5.3.4. Valores compartidos 74
4.5.3.5. Objetivos Institucionales 75
4.5.3.6. Estructura Organizativa 75
4.5.4. Líneas de Acción Operativa 76
4.5.4.1. Componente 1: Optimización de la Infraestructura 78
4.5.4.2. Componente 2: Administración y Gestión Operativa 81
4.5.4.3. Componente 3: Marco Legal y Normativa 83
4.5.5. Administración del Mercado Mayorista de Bolívar 84
4.5.6. Ordenanza 85
4.5.6.1. Reglamento que Dinamiza la Operatividad de la Ordenanza 85
4.5.7. Manual de Funciones y Procedimientos 86
5. FASE III: PLAN DE ACCIÓN 87
5.1. INVERSIONES DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR 87
5.2. GASTO OPERATIVO DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR 88
5.2.1. Mano de Obra para Operatividad del Mercado 89
5.2.2. Capacitación de Actores Directos e Indirectos del Mercado Mayorista de Bolívar 89
5.2.3. Materiales de Oficina y Servicios Básicos 89
5.3. GASTO OPERATIVO DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR 90
5.4. INGRESOS GENERADOS DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR 91
5.5. PLAN DE ACCION A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO 93
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 97
6.1. CONCLUSIONES 97
6.2. RECOMENDACIONES 98

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Área de construcción del Mercado Mayorista de Bolívar por secciones. 19
Cuadro 2. Características de los empaques que se utilizan en el Mercado Mayorista de Bolívar 24
Cuadro 3. Número de Comerciantes y Giro de Negocios..... 26
Cuadro 4. Actores directos del Mercado Mayorista de Bolívar y sus características..... 29
Cuadro 5. Actores Indirectos del Mercado Mayorista de Bolívar y sus características 30 Cuadro 6. Días de Feria de Comercialización de Productos que inciden en el Mercado Mayorista de Bolívar..... 41
Cuadro 7. Cantidad total (kg) de producto ingresado al Mercado Mayorista de Bolívar los días 23 al 24 y 30 al 31 de agosto de 2012 46
Cuadro 8. Clasificación de los Mercados Mayoristas 58
Cuadro 9. FODA Participativo del Mercado Mayorista de Bolívar 71
Cuadro 10. Inversiones del Mercado Mayorista de Bolívar 87
Cuadro 11. Equipo Técnico Administrativo y Operativo del Mercado mayorista de Bolívar..... 89
Cuadro 12. Capacitación Mediata de Actores Directos e Indirectos del Mercado Mayorista de Bolívar. 89
Cuadro 13. Requerimiento anual de Materiales de Oficina y Servicios Básicos para el Mercado Mayorista de Bolívar 90
Cuadro 14. Gasto Operativo del Mercado Mayorista de Bolívar..... 91
Cuadro 15. Ingresos Mensuales generados en el Mercado Mayorista de Bolívar..... 92
Cuadro 16. Plan de Acción del Modelo de Gestión para la Administración y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar..... 94

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Historia de creación del Mercado Mayorista de Bolívar..... 17
Figura 2. Ubicación del Mercado Mayorista de Bolivar en la Provincia del Carchi. Septiembre 2012..... 18
Figura 3. Valoración porcentual del espacio físico de parqueo del MMB 20
Figura 4. Uso porcentual de bodegas en el Mercado Mayorista de Bolívar por parte de Productores y Comerciantes. 21
Figura 5. Promedio de bodegas arrendadas e ingreso de vendedores ambulantes entre el 18 de abril al 6 septiembre de 2012 21
Figura 6. Flujograma de actividades que se desarrollan en el Mercado Mayorista de Bolívar.. 23
Figura 7. Frecuencia de comercialización de productos en el Mercado Mayorista de Bolívar .. 25
Figura 8. Sistema de pago de los productos en el Mercado Mayorista de Bolívar 26
Figura 9. Actores que intervienen en la comercialización de productos en el Mercado Mayorista de Bolívar 27
Figura 10. Porcentaje de Productores, Comerciantes y Transportistas que concurren al MMB 28
Figura 11. Grado de organización de Productores, Comerciantes y Transportistas que concurren al Mercado Mayorista de Bolívar 32
Figura 12. Canales de Comercialización de los Productos que ingresan al Mercado Mayorista de Bolívar..... 34
Figura 13. Identificación de Actores Directos (%) que concurren al Mercado Mayorista de Bolívar..... 37
Figura 14. Disponibilidad de transporte de Productores, Comerciantes y Transportistas que concurren al MMB 38
Figura 15. Procedencia de los productos agrícolas del cantón Bolívar que pueden ser comercializados en el Mercado Mayorista 39
Figura 16. Cantidad vendida (TM) de productos permanentes en el Cantón Bolívar 40
Figura 17. Cantidad vendida (TM) de productos transitorios en el Cantón Bolívar..... 40
Figura 18. Horarios de comercialización de los productos en el Mercado Mayorista de Bolívar 42
Figura 19. Tipo de vehículo que circula en el Mercado Mayorista de Bolívar..... 43

Figura 20. Promedio de vehículos que ingresan al Mercado Mayorista de Bolívar entre el 18 de abril al 6 de septiembre de 2012 44
Figura 21. Prestación de servicios (%) de los Transportistas que concurren al Mercado Mayorista de Bolívar 44
Figura 22. Cantidad de producto ingresado al Mercado Mayorista de Bolívar durante las fechas 23 – 24 y del 29 - 31 de agosto del 2012 45
Figura 23. Formas de venta y adquisición de los productos en el Mercado Mayorista de Bolívar 46
Figura 24. Sistema de información de precios de los productos en el Mercado Mayorista de Bolívar 50
Figura 25. Estructura actual del Mercado Mayorista de Bolívar 52
Figura 26. Beneficios logrados con la apertura del Mercado Mayorista de Bolívar 53
Figura 27. Dificultades en la venta, compra y transporte de productos dados en el MMB 54
Figura 28. Necesidad de promocionar el Mercado Mayorista de Bolívar 55
Figura 29. Orgánico Estructura del Mercado Mayorista de Bolívar 76
Figura 30. Modelo de Gestión del Mercado Mayorista de Bolívar 77
Figura 31. Propuesta de Ingreso Vehicular Automatizado 80

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Líneas de Acción del componente de Infraestructura..... 79
Tabla 2. Líneas de Acción del Componente de Administración y Gestión Operativa..... 83
Tabla 3. Líneas de Acción del Componente Marco Legal y Normativa..... 84

PRESENTACIÓN

Los mercados, nacen con los pueblos y ciudades; este espacio de transacciones aportado de manera significativa en el desarrollo y evolución de lo que hoy son nuestras urbes, es posible entonces que desde el comercio local podamos mirar la ciudad, nadie puede negar que a lo largo de la historia de la ciudad, "El Sector Comercio" es la que dinamiza la sociedad.

Los mercados que venden al por mayor, especialmente los productos agrícolas y ganaderos, están ubicados en ciudades grandes y medianas de Ecuador; estos se denominan *mayoristas*. Desde allí se distribuye a los mercados minoristas, supermercados y tiendas pequeñas.

Los Municipios regulan el funcionamiento de mercados mayoristas, minoristas, camales, y negocios informales. A través de las ordenanzas municipales, el Municipio dicta normas para la organización interna de estos mercados y para su entorno.

En Ecuador ha iniciado el funcionamiento de una plataforma tecnológica en función de informar los precios referenciales de los principales productos agrícolas de consumo.

Se trata de un acopio de datos tomados en los mercados mayoristas más importantes del país, por técnicos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, y de diferentes Instituciones Socias como GAD Municipales; tal es el caso del Mercado Mayorista de Bolívar que cuenta actualmente con un Centro de información de precios

El cantón Bolívar y sus alrededores son eminentemente agrícolas, cuyos volúmenes de producción comercializados, dependiendo de la época de cosecha, entre el 16, 17, 23 y 24 de agosto de 2017 fueron: 334.876 Kg de arveja tierna; 156.851 Kg de haba tierna; 138.120 Kg de cebolla de bulbo 71.770 Kg de zanahoria amarilla, 27.683 Kg de frejol tierno; 14.084 Kg de tomate de árbol; 2.691 Kg de choclo y 2.175 Kg de tomate riñón.

El Mercado Mayorista de Bolívar inicia sus actividades comerciales el 1 de Septiembre de 2010, con la concurrencia de Productores, Comerciantes y Transportistas los días de feria; orientados por una Ordenanza que Reglamenta el Funcionamiento y Administración del Mercado Mayorista y del Comercio en Espacios de Circulación Pública en la Ciudad de Bolívar.
La falta de un reglamento ha hecho del Mercado Mayorista de Bolívar un espacio de transacciones inmediatas, cuya organización ha estado a voluntad de los Actores Directos como Productores, Comerciantes y Transportistas, así como de la Coordinación del Administrador y apoyo del Concejal del GAD Municipal de Bolívar encargado de la Comisión de Mercados.

Ante la necesidad de mejorar la gestión administrativa y operativa del Mercado Mayorista de Bolívar, la Administraciòn establece la necesidad de presentar un proyecto de ***Modelo de Gestión para Administración y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar***.

La realización del ***Modelo de Gestión para Administración y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar,*** fue concebido en tres fases:

Fase 1: Diagnóstico de la situación actual del Mercado mayorista de Bolívar

Fase 2: Modelo de Gestión para Administración y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar

El Modelo de Gestión comprende: Situación interna y externa del Mercado Mayorista de Bolívar; Misión, Visión y Objetivos del Mercado Mayorista de Bolívar (Empresa Comercializadora); Propuesta Operativa para la Administración del Mercado Mayorista de Bolívar, y, Estructura Orgánica y Marco Legal en la que se incluye el Orgánico Funcional, Ordenanza, Reglamento y Función Administrativa y Operativa.

Fase 3: Plan de Acción que orienta la implementación del Modelo de Gestión para Administración y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar.

Es de gran importancia señalar que el estudio en sus tres fases, se desarrolló según los términos contractuales, período en el cual se realizaron:

- Investigación directa con Productores, Comerciantes y Transportistas que realizan sus transacciones en el Mercado mayorista de Bolívar

- Visita Técnica de Mercados Mayoristas principalmente: Quito, Ambato y Loja

- Entrevistas con informantes claves del sector público y privado a fin de afinar aspectos relevantes y validar la estructura de los escenarios propuestos y las alternativas para que se constituyan en política pública

- Construcción y análisis de dos escenarios, anclados en la ordenanza, reglamento y funciones Administrativas y operativas que rigen el buen funcionamiento del Mercado mayorista de Bolívar.

1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.1. OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO

- ✓ Determinar el modelo de gestión para la administración y operación del Mercado Mayorista de la ciudad de Bolívar

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO

- ✓ Establecer una estructura administrativa del mercado mayorista que articule a pequeños y medianos productores agrícolas del sector, mediante la organización social, conocimiento técnico con enfoque agro-ecológico.

- ✓ Proponer una normativa para el desarrollo del comercio de los productos agrícolas que se comercializan en el mercado mayorista del cantón Bolívar, fundamentado en la reforma a la ordenanza vigente.

2. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Para el desarrollo de este proyecto, las actividades se dividieron en tres momentos que se consideraron necesarios, estos fueron socializados con los actores directos e indirectos del Mercado mayorista de Bolívar, se recibieron las observaciones pertinentes y se procedió a desarrollar el trabajo, tratando de ser congruente con los términos de referencia y el contrato respectivo. Los tres momentos básicos para el estudio fueron:

a) Socialización del plan de trabajo: abarcaron reuniones de coordinación con autoridades del GAD Municipal de Bolívar, acercamiento con Administrador del Mercado Mayorista de Bolívar, Comisario Municipal, Representante de productores y Comerciantes del Mercado Mayorista, Delegado del MAGAP, Delegado de Ambiente del Municipio, Delegado del Consejo Municipal de la Comisión de mercados; reconocimiento del área objeto de estudio y una revisión de documentos del accionar del Mercado mayorista de Bolívar; para conocer el que hacer y las actividades que se vienen desarrollando desde su creación, dando como resultado el plan de trabajo por parte del consultor, en el que se incluyó el apoyo requerido por parte de los actores involucrados en el accionar del Mercado Mayorista de Bolívar, para lograr el involucramiento y participación activa en la construcción del Modelo de Gestión para la Administración y Operación del Mercado Mayorista.

b) Trabajo de campo: considerado como la parte fundamental del estudio, donde se conoció la situación actual del Mercado Mayorista de Bolívar, se realizaron las observaciones, entrevistas y encuestas, la respuesta de Productores, Comerciantes, Transportistas, Estibadores y actores que interactúan en el Mercado; para el efecto se contó con el apoyo del Administrador del Mercado, Comisario Municipal, Director de Planificación del GAD Municipal, Delegado de la Comisión de Mercados del Concejo Municipal, Asistente Técnica del Sistema de Información de precios y demás personal que labora directa e indirectamente en el Mercado Mayorista lo cual facilitó alcanzar los objetivos propuestos en la consultoría.

c) Análisis de Resultados: Una vez concluido el trabajo de campo, se procedió a hacer un

análisis, interpretación y sistematización de la información de campo obtenida, que permite elaborar el documento de diagnóstico de la situación actual del Mercado Mayorista de Bolívar, el cual fue sometido a consideración de actores directos e indirectos del Mercado Mayorista de Bolívar como son: Autoridades, Productores, Comerciantes, Transportistas, Estibadores, para las observaciones necesarias, así mismo en esta fase de

socialización y validación del diagnóstico se concluyó con un análisis FODA, Misión, Visión Institucional y propuesta operativa del Mercado Mayorista de Bolívar. Durante el proceso de investigación se generó un ambiente de confianza, de participación consciente y activa, de los diferentes actores tanto de hombres como de mujeres participantes, logrando en todo momento fomentar el intercambio de experiencias, de ideas y de conocimientos, sobre los aspectos analizados.

d) Análisis y Ajuste a la Ordenanza, elaboración del Reglamento que operativiza el Mercado Mayorista de Bolívar. Para ello se partió de la Ordenanza que Reglamenta el Funcionamiento y Administración del Mercado Mayorista y del Comercio en Espacios de Circulación Pública en la Ciudad de Bolívar existente en el cantón, la misma fue trabajada en concordancia con la Constitución, COOTAD, y, Plan Nacional del Buen Vivir; de este planteamiento se recibieron aportes de Actores Directos e Indirectos del Mercado Mayorista y en base a ello se establecera el Reglamento.

e) Finalmente y una vez establecido el Modelo para la Administración y Operación del Mercado mayorista de Bolívar, participativamente se construyó el Plan de acción que permitirá y facilitará la implementación del Modelo.

Los instrumentos y técnicas de investigación aplicados, fueron: Elaboración de encuestas dirigidas a Productores, Comerciantes y Transportistas, una guía técnica de cuestionamientos que permitieron abrir la conversación con las y los actores directos e indirectos representativos del Mercado Mayorista de Bolívar, para el cual se estableció un dialogo durante las reuniones; fueron seleccionados grupos focales en coordinación con el accionar del Mercado mayorista; las dinámicas grupales desarrolladas, permitieron una interacción entre las y los principales representantes del mercado. De igual forma se relacionó el accionar del Mercado mayorista de bolívar con otros mercados mayoristas a nivel nacional, cuyo fin fue la de consolidar el modelo conforme a los objetivos planteados en la consultoría.

Los grupos focales fueron conformados por: Alcalde, Representante de la Comisión de mercados por parte de los Concejales del Municipio, Director de Planificación, Administrador de Mercados, Comisario Municipal, Delegado de la Dirección de Ambiente del Municipio, Asistente del Sistema de Administración de Precios, Policías Municipales, Representante de los Productores y Comerciantes que concurren al Mercado Mayorista, Técnicos Institucionales en algunos casos e informantes claves con experiencia en Administración de Mercado Mayoristas a nivel nacional.

3. FASE I: DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLIVAR

3.1. INTRODUCCIÓN

En esta fase se pretende describir la situación actual en la que se encuentra el Mercado Mayorista de Bolívar (MMB)

Para el análisis del sistema comercial que se desarrolla en este mercado, se ha utilizado información primaria y secundaria, iniciándose con la determinación de "actores" involucrados en el accionar del mercado, con quienes se socializó el plan de trabajo que comprende tres productos principales: Diagnóstico de la situación actual del MMB, Planteamiento del Modelo de Gestión para la Administración y Operación del MMB en función del ajuste a la Ordenanza del MMB y el Plan operativo de implementación del Modelo.

Para la recolección de datos se diseñaron instrumentos para ser aplicados a cada uno de los actores, esto es: productores, comerciantes y transportistas. Previo a su aplicación, estas herramientas fueron validadas con una población objetivo del MMB, lo que permitió ajustar los mismos, al igual que la parte metodológica de recolección de información, tomando en cuenta la dinámica de transacciones que se desarrolla en el mercado los días de feria.

En la validación de instrumentos asociados a los actores identificados en la dinámica comercial del MMB y el análisis para cada uno de los flujos por actor de la cadena de comercialización (productores-comerciantes-transportistas), se ha tomado en consideración los resultados obtenidos en las diferentes reuniones y talleres de validación, así como en los comentarios esgrimidos por los participantes en la simulaciones y de las opiniones vertidas por los funcionarios del GAD Municipal de Bolívar que participaron activamente en el desarrollo de esta parte investigacion.

En la validación de instrumentos, se estableció un registro de productores, comerciantes y transportistas; lo que facilitó posteriormente el levantamiento de información que se desarrolló los cuatro días de feria comprendidos entre el 05 al 09 de junio de 2017.

La información primaria y secundaria recopilada en esta primera fase permitió consolidar la situación actual del Mercado Mayorista de Bolívar, lo cual permitirá consolidar participativamente el diseño del Modelo de Gestión y Operación del mercado.

3.2. HISTORIA DE CREACIÓN DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR

Molina L. (2012) Comisario Municipal del Cantón en entrevista realizada el 7 de septiembre de 2012 relata, que la agricultura en Bolívar inicia con los cultivos de maíz, trigo y cebada; sin embargo los procesos de capacitación de Instituciones públicas y privadas inciden en los cambios de cultivo y empieza a producirse con gran intensidad: cebolla, frejol, arveja, zanahoria amarilla; lo que obliga a los productores a comercializar sus productos en los mercados más cercanos como es el caso de Ibarra y Juncal, lugares en los cuales tenían que enfrentar problemas en la venta de sus productos toda vez que no contaban con bodegas en Ibarra siendo esta una exigencia para poder ingresar; de igual forma en el Juncal en algunos casos perdían sus productos por robos además del bajo precio que recibían.

Bajo esta necesidad, arranca la euforia de iniciar comercializando sus productos en Bolívar, dando los primeros pasos en Los Andes (El salto) esto es aproximadamente por el año 1992; sin embargo agricultores de Cuesaca y Bolívar empiezan a solicitar al Municipio la asignación de un espacio para que la comercialización se de en la cabecera cantonal, logrando que se les asigne el espacio físico donde hoy es el Mercado Mayorista de Bolívar, inicialmente empezó a desarrollarse la venta de productos al por mayor al aire libre en un canchón que fue adecuado para el efecto.

Posteriormente y por las grandes dificultades que tenían en la comercialización de sus productos ya sea por lluvias, polvo y lodo que se presenciaba en épocas invernales empezaron las gestiones a la Municipalidad con fines de lograr espacios adecuados y dignos para el agricultor. El Alcalde turno realizo las gestiones respectivas y con presión política logró aceptación para la construcción del mercado por el año 2006, para el cual los productores y comerciantes fueron removidos para seguir con sus actividades de comercialización a lo que hoy es el parquet del mamut ocasionando congestión vehicular los días de feria, razón por el cual fueron trasladados hacia un canchón en el estadio de Bolívar con sus debidas consecuencia en épocas invernales, obligándoles a salir a comercializar sus productos adjunto a la Panamericana.

La construcción del mercado mayorista tuvo su inicio el 23 de mayo del 2008, debie ndo ser entregado el 21 de diciembre del mismo año. Sin embargo se dieron retrasos en la culminación de esta obra, siendo retomados el 15 de marzo de 2010, cuyas instalaciones fueron inauguradas el 1 de septiembre del mismo año.

La obra fue ejecutada por el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda y el Municipio de Bolívar con un presupuesto de 697.994 dólares.

El mercado mayorista se crea con la finalidad de proveer a la población de la región norte del país de mejores condiciones de comercialización donde se reúnan tanto productores como comerciantes en un lugar limpio, digno y con los servicios básicos que requiere una actividad de esta naturaleza.

La ciudad de Bolívar cuenta con dos mercados: El mercado Mayorista donde se realizan transacciones comerciales de productos al por mayor los días: lunes, miércoles, jueves y viernes y el Mercado Central cuya actividad comercial se realiza los días viernes de cada semana.

Con la apertura del mercado mayorista se firmó el contrato de arrendamiento con la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Gabriel, la cual empezó prestando sus servicios a los comerciantes y productores en el nuevo centro de expendio, proyectándose una apertura del mercado todos los días de la semana de 06am a 10pm. La figura 1 resume la historia de creación del Mercado mayorista de Bolívar.

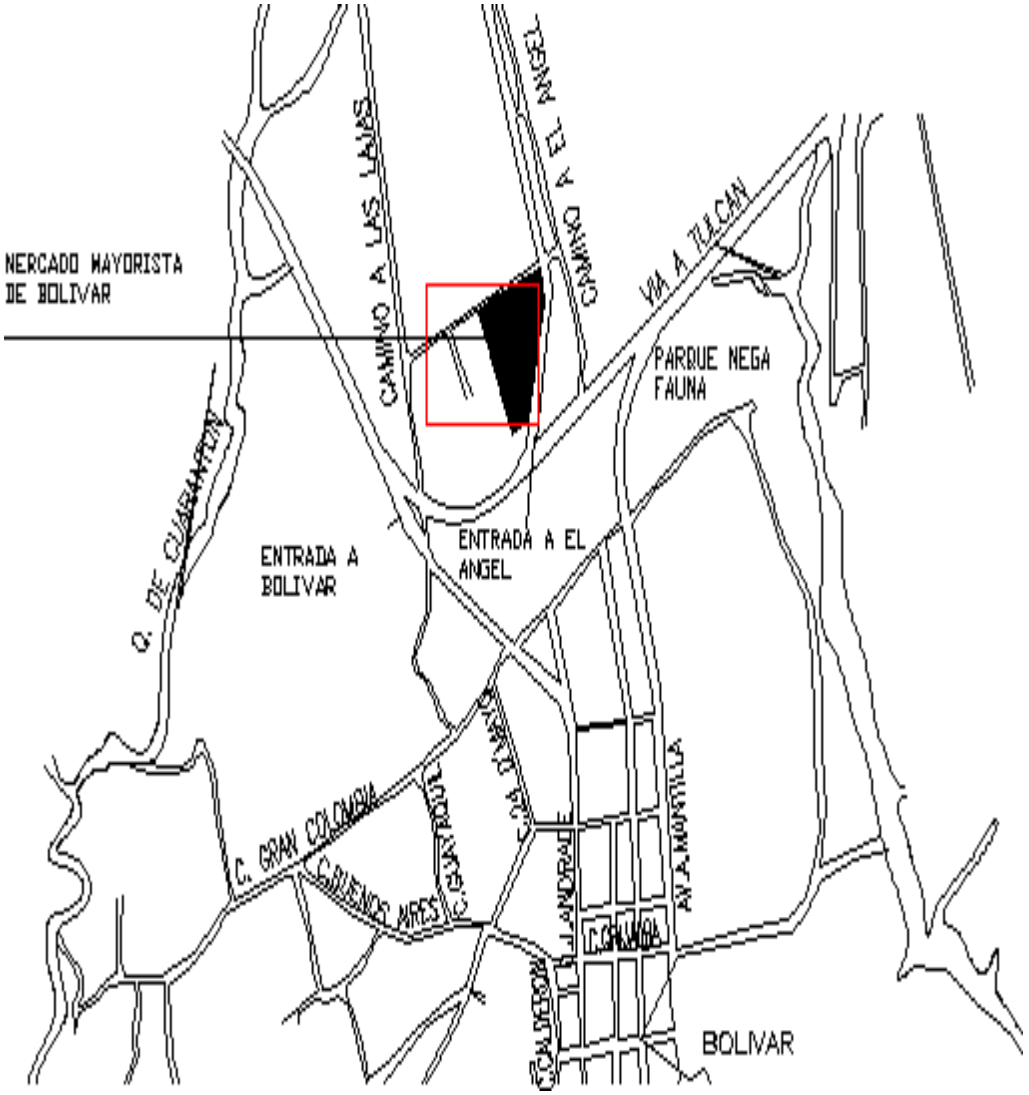
Figura 1. Historia de creación del Mercado Mayorista de Bolívar

3.3. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR

3.3.1. Localización

El Mercado Mayorista de Bolívar se encuentra ubicado al oeste de la ciudad de Bolívar a un kilometro del paradero de la entrada a la misma ciudad (La virgen de Fátima), ingresando a la izquierda por la vía a El Ángel, a 24 km de El Juncal y a 67 km de la ciudad de Ibarra. La figura 2., detalla la localización del Mercado Mayorista de Bolívar en la provincia del Carchi.

Figura 2. Ubicación del Mercado Mayorista de Bolivar en la Provincia del Carchi. Agosto 2017



Fuente: Departamento de Obras Públicas del GAD Municipal de Bolívar.

3.3.2. Infraestructura del Mercado Mayorista de Bolívar

La infraestructura, instalaciones y servicios de mercado son elementos esenciales de los sistemas de abastecimiento y distribución de alimentos en la primera etapa de la cadena. Se deben planificar, organizar, gestionar y desarrollar adecuadamente para hacer frente al rápido crecimiento de las cantidades de alimentos que ingresan a las ciudades como factor primordial de la producción agrícola.

La infraestructura del MMB, está constituida actualmente por cinco secciones (A1, B1- B2, C1-D1 y Sección Comidas) conforme al plano proporcionado por el Departamento de Obras públicas del municipio, esto corresponde a 1631,20m^2 de área de construcción.

El área total de construcción es de 2082,4 m^2, que incluye 47 bodegas, 8 locales comerciales, 1 restaurant, 1 guardería con capacidad para 45 niños, área de Administración y Guardianía. Conforme se detalla en el cuadro 1.

Cuadro 1. Área de construcción del Mercado Mayorista de Bolívar por secciones.

SECCIÓN	ÁREA (m^2)	CANT.
Bodegas y locales comerciales	2051,689	47
Veredas	997,750	5
Circulación vehículos	7984,11	
Garita para control de ingreso	4,00	1
Garita para cobro de vehiculos	4.00	1
Baños[2]	Incluido en el área de bodegas y locales comerciales	3
Área de Estacionamiento sin uso	1.448	1

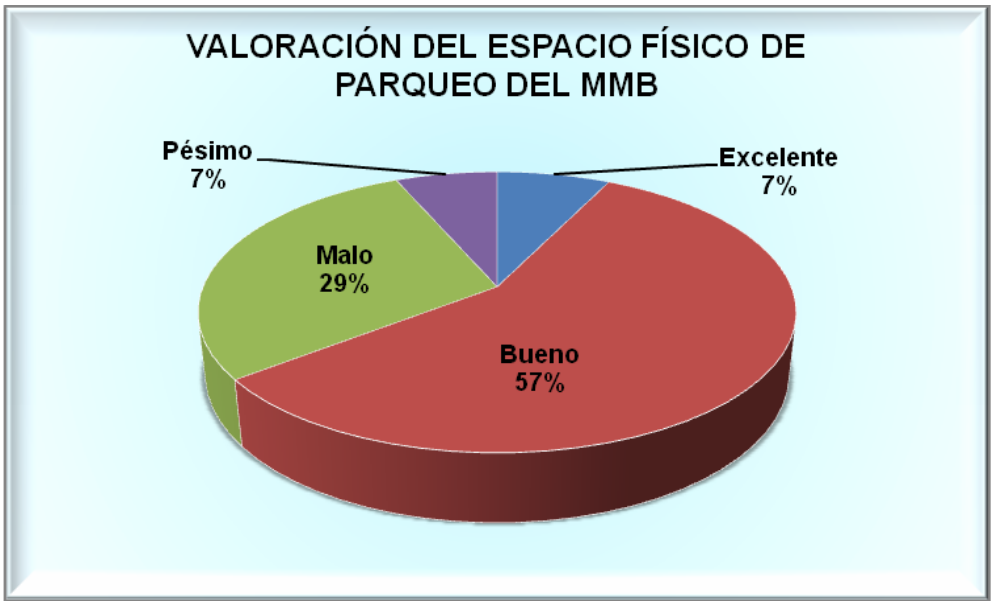
[2] En la actualidad se encuentra funcionando los baños, el que está adjunto a los locales de comida, los dos baños que se encuentran en la secciones B1- B2 y los de la, sección central y D1 conforme al plano están cerrados

3.3.2.1. Espacio Físico para Parqueo

De las 412 encuestas aplicadas a Productores, Comerciantes y Transportistas que realizan sus transacciones en el Mercado mayorista de Bolívar, el 57% valoran al sistema de parqueo existente como Bueno, mientras que el 29% le dan el calificativo de Malo y el 7% lo califican

dentro del rango de excelente y pésimo respectivamente, tal como se detalla en la figura 3.

Figura 3. Valoración porcentual del espacio físico de parqueo del MMB.



Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el (14 y 18 de agosto de 2017)

3.3.2.2. Áreas de arriendo (bodegas)

La utilización de bodegas en el Mercado Mayorista de Bolívar es relativamente baja, de 47 bodegas, 59 se encuentran arrendadas a un costo de 37,88 USD/mes. Por solicitud de los comerciantes y productores que concurren al MMB, se da servicio de arriendo de bodegas por día, para el cual se ha establecido un precio de 4.00 USD/día; de igual forma los vendedores ambulantes pagan 2 USD/día por ingreso a la venta de sus productos en el mercado

Entre Productores y Comerciantes los que demandan mayor uso de bodegas son los Comerciantes en un 50%, conforme se detalla en la figura 4.

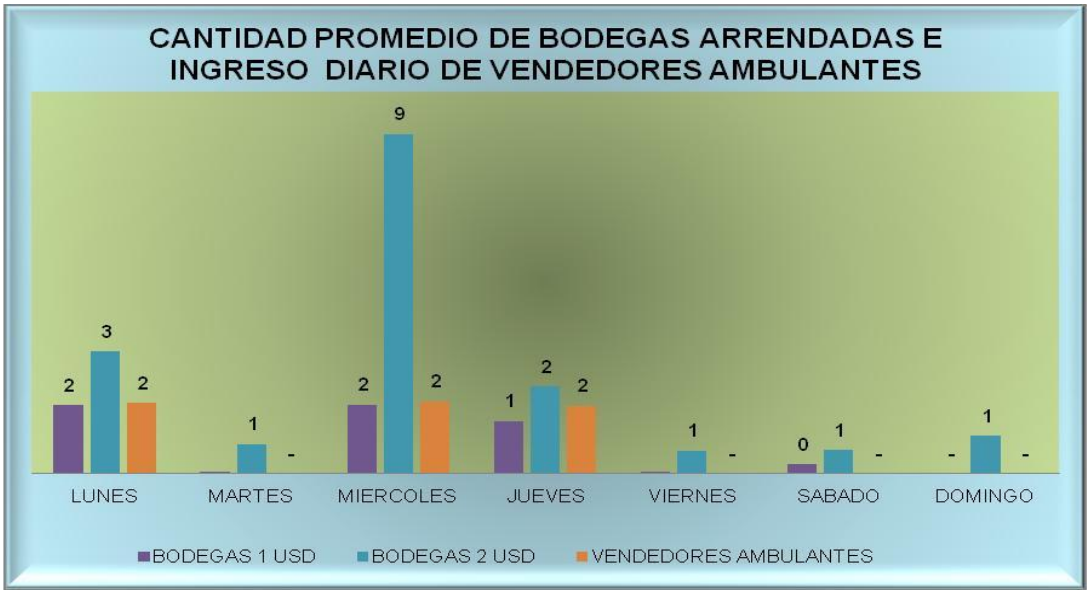
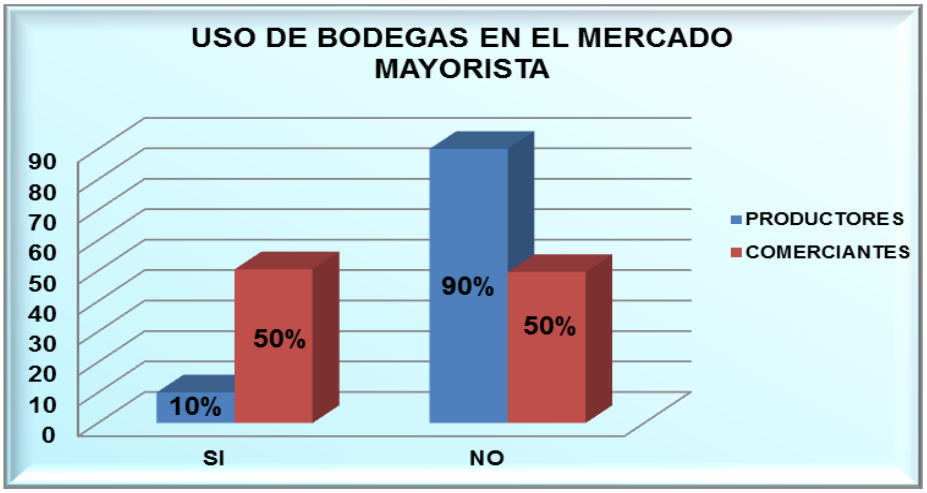


Figura 4. Uso porcentual de bodegas en el Mercado Mayorista de Bolívar por parte de Productores y Comerciantes.



Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el (14 y 18 de agosto, 2017)

Entre el (14 y 18 de agosto, 2017), el número promedio de bodegas arrendadas entre 2 a 4 USD; así como el promedio de vendedores ambulantes que ingresan diariamente es conforme se detalla en la figura 5.

Figura 5. Promedio de bodegas arrendadas e ingreso de vendedores ambulantes entre el 17 de abril al 8 septiembre de 2017.

Fuente: Archivos de la Administración encargada del MMB.

3.3.2.3. Otros Servicios Complementarios

Como servicios complementarios que se desarrollan en el Mercado Mayorista de Bolívar tenemos:

- Administración encargada del mercado
- Comisario Municipal
- Servicios de alimentación que corresponde a los servicios generales que se encuentran a disposición de los actores directos e indirectos que concurren al MMB los días de feria

  - ✓ Tres locales de expendio de comida, de los cuales 1 corresponde a un restaurant cuya infraestructura es diseñada para el efecto, mientras los 2 locales restantes han sido provisionalmente acondicionados para el efecto.

  - ✓ Una tienda que oferta bebidas, snacks y demás productos de consumo inmediato. El lugar que ocupa corresponde a una de las bodegas del mercado.

  - ✓ Módulos de Servicios Higiénicos

    - 3 baterías sanitarias mixtas, localizadas en las secciones C1, D1 y sección central (B1 y B2); de las cuales se encuentra en funcionamiento la batería ubicada en la sección central (B1 y B2); y, de Comidas. Cada batería sanitaria está distribuida para hombres y mujeres. Actualmente 1 batería sanitaria se encuentra concesionado a una persona, misma que por el uso cobra USD 0,10 a cambio del respectivo material higiénico personal.

  - ✓ Recolección de basura, del cual los desechos sólidos generados en el mercado son clasificados por el personal auxiliar en materia orgánica e inorgánica, la primera es llevada los días de feria por la Dirección de Ambiente del GAD Municipal de Bolívar al vivero para la producción de humus; mientras que los desechos inorgánicos son llevados por el recolector de basura al relleno sanitario los días martes y jueves de cada semana a las 10H:00

  - ✓ Cuna Maternal y jardín de infan

  - ✓ cia, la misma se encuentra localizada en el MMB y en la actualidad tiene total independencia de la Administración del mercado, con capacidad para atención de 45 niños.

Es importante señalar que en la actualidad se cuenta con la Ordenanza que Reglamenta el Funcionamiento y Administración del Mercado Mayorista y del Comercio en Espacios de Circulación Pública en la Ciudad de Bolívar, misma que acorde a la información primaria y secundaria recopilada en esta fase de diagnóstico debe ser reestructurada, siendo necesario implementar un Reglamento, el cual será construido en base a Guías de Buenas Prácticas para el Manejo y Operación de Mercados Mayoristas.

La figura 6, resume la dinámica actual que se desarrollan en el Mercado Mayorista de Bolívar

Figura 6. Flujograma de actividades que se desarrollan en el Mercado Mayorista de Bolívar.

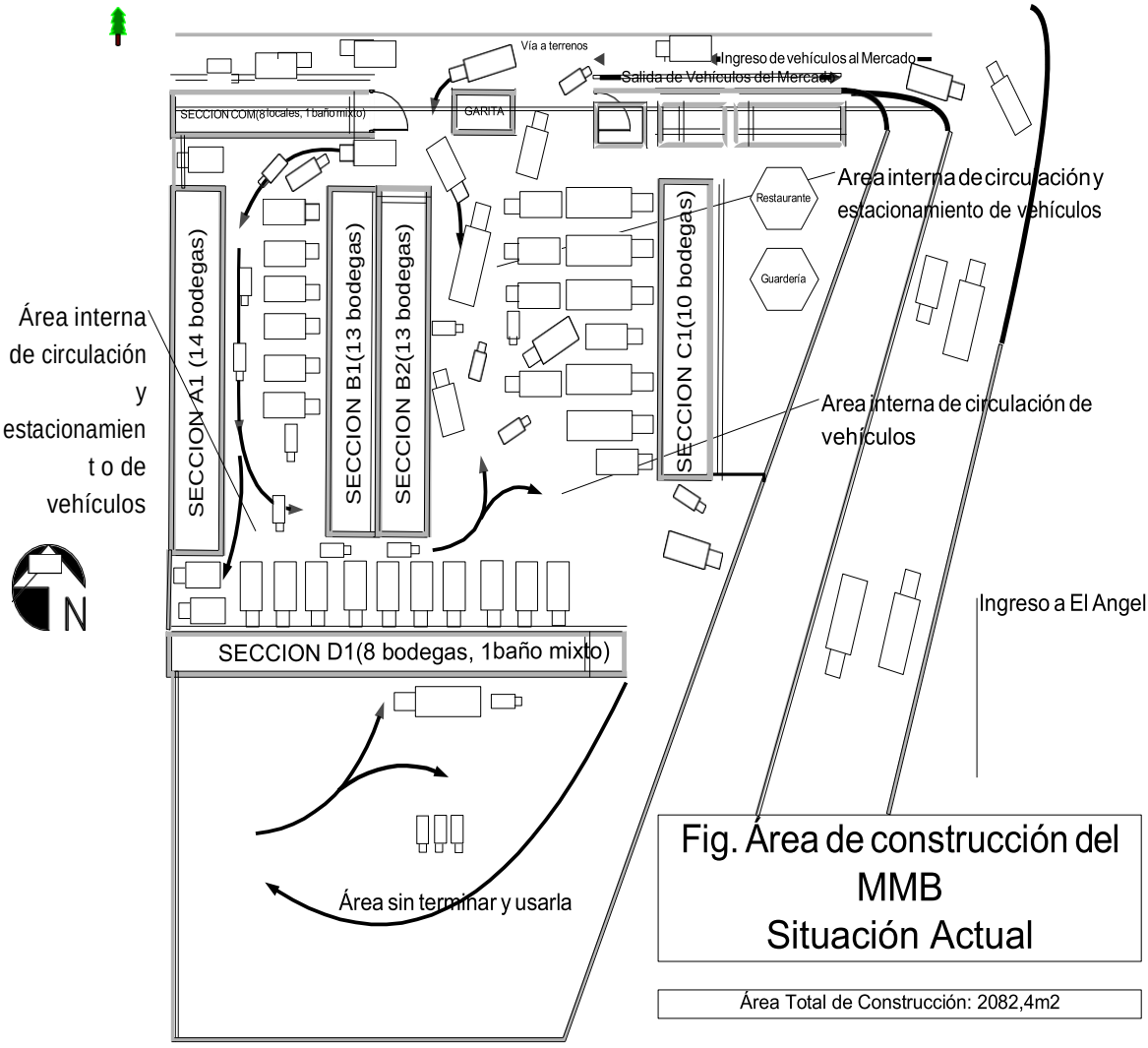


Fig. Área de construcción del MMB
Situación Actual

Área Total de Construcción: 2082,4m2

3.4. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR

3.4.1. Características de los productos que se expenden

Los empaques de los diferentes productos como: haba, frejol, arveja, cebolla, zanahoria y tomate de árbol que se comercializan en el mercado son de: Yute, Polietileno, Polipropileno y cajas de madera para el tomate riñón. En el MMB., existen 4 distribuidores de empaques y son dueños de sus negocios.

En el cuadro 2 se detalla los diferentes productos y características de empaques que se utilizan en el Mercado mayorista de Bolívar

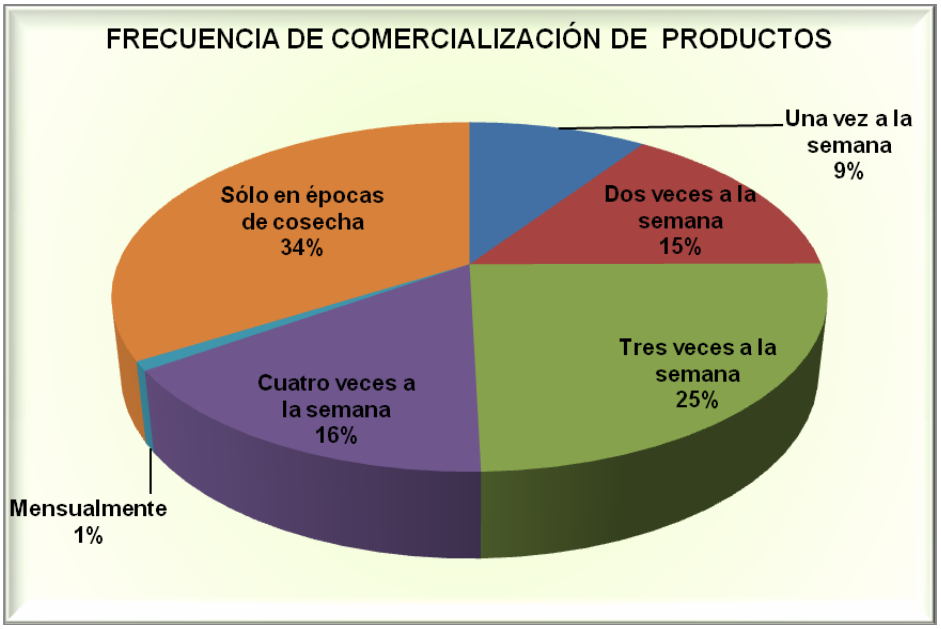
Cuadro 2. Características de los empaques que se utilizan en el Mercado Mayorista de Bolívar

PRODUCTO	EMPAQUES	LARGO (m)	ANCHO (m)	COLOR	PRECIO DEL EMPAQUE (USD/u)	PESO DEL BULTO	
						Kg	lb
Arveja	Yute	0,84	0,5	Café	0,90 - 1	50	110
Haba	Polietileno	0,87	0,6	Blanco	0,18-0,20-0,23-0,24	38,6	85
Zanahoria	Polietileno	0,87	0,6	Blanco	0,20-0,23-0,24	59,1	130
Cebolla de Bulbo	Polipropileno	0,68	0,36	Rojo	0,25	15,6	33
Cebolla de Bulbo	Polipropileno	0,92	0,6	Rojo	0,25	46	101,2
Tomate de Árbol	Polipropileno	0,68	0,36	Rojo	0,23	11.4	25
Tomate Riñón	Cajas de madera	(largo x ancho x altura) 70 x 25 x 60		Natural	0,4	18,2	40

Fuente: Amuy, A. & Benavides, M. (2017) – Comerciante y Funcionaria del MMB.

3.4.2. Periodicidad de Comercialización de los Productos

La periodicidad de concurrencia a la comercialización de productos en el Mercado Mayorista de Bolívar de Productores y Comerciantes corresponde a 34% que concurren en su mayoría sólo



en épocas de cosecha; sin embargo el 25% tres veces a la semana, conforme se detalla en la figura 7.

Figura 7. Frecuencia de comercialización de productos en el Mercado Mayorista de Bolívar

Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el (14 al 18 de agosto de 2017)

3.4.3. Clasificación de los Productos

Los productos que se comercializan en el mercado mayorista de Bolívar son: cebolla crema y roja, fréjol, arveja y haba tierna en vaina; zanahoria amarilla, tomate de árbol, tomate riñón, choclo, melloco, oca, pepino, uvilla, cebolla larga, limon, ajo y pimiento como principales productos; los cuales en su mayoría son perecederos, razón por el cual son comercializados a través de transacción directa productor- comerciante, con excepción de la cebolla que en su mayoría es guardada en bodega de un día para otro. Existe cebolla crema en bulbo que proviene de Manabí y de la Península.

3.4.4. Número de Comerciantes y Giro de Negocios

La dinámica comercial desarrollada en el Mercado Mayorista de Bolívar los días: lunes, miércoles, jueves y viernes; responde a las transacciones existentes entre Productor y Comerciante. La investigación realizada determinó la totalidad de Comerciantes que concurrieron al Mercado Mayorista entre el 14 al 18 de agosto de 2017, sumando un total de 167, cuyo giros de negocios es conforme se detalla en el cuadro 3.

Cuadro 3. Número de Comerciantes y Giro de Negocios

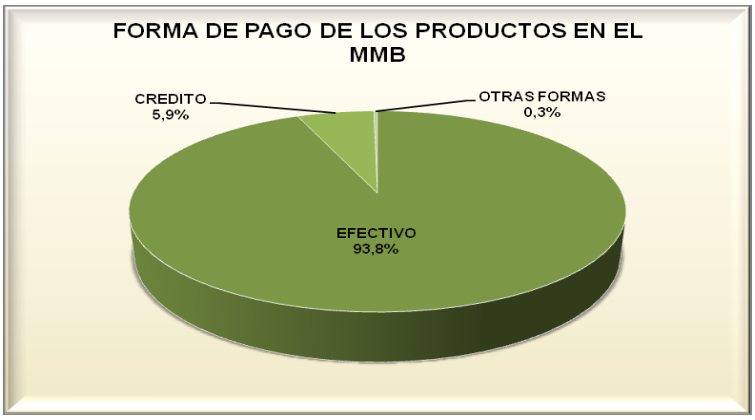
GIRO DE PRODUCTOS	No COMERCIANTES	PORCENTAJE
Cebolla blanca	128	53%
Cebolla roja	89	37%
Arveja tierna en vaina	171	71%
Haba tierna en vaina	79	33%
Frejol tierno en vaina (Bola Rojo)	81	34%
Fréjol tierno en vaina (Canario)	10	4%
Fréjol tierno en vaina (Cargabello)	10	4%
Fréjol tierno en vaina (Blanco leche)	4	2%
Aguacate (Guatemanteco)	2	1%
Tomate riñón (a campo abierto)	12	5%
Tomate riñón (de invernadero)	3	1%
Tomate de árbol	23	10%
Zanahoria amarilla	49	20%
Pimiento	9	4%
Maíz suave (Choclo)	19	8%
Papa	31	13%
Otros	9	4%
ENCUESTADOS	**240**	

Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre 14 y 18 de agosto de 2017

3.4.5. Sistema de pago

Las transacciones en la compra de los productos en el Mercado Mayorista de Bolívar se llevan a cabo en su gran mayoría a través del pago en efectivo, representando el 93,8% conforme se detalla en la figura 8.

Figura 8. Sistema de pago de los productos en el Mercado Mayorista de Bolívar



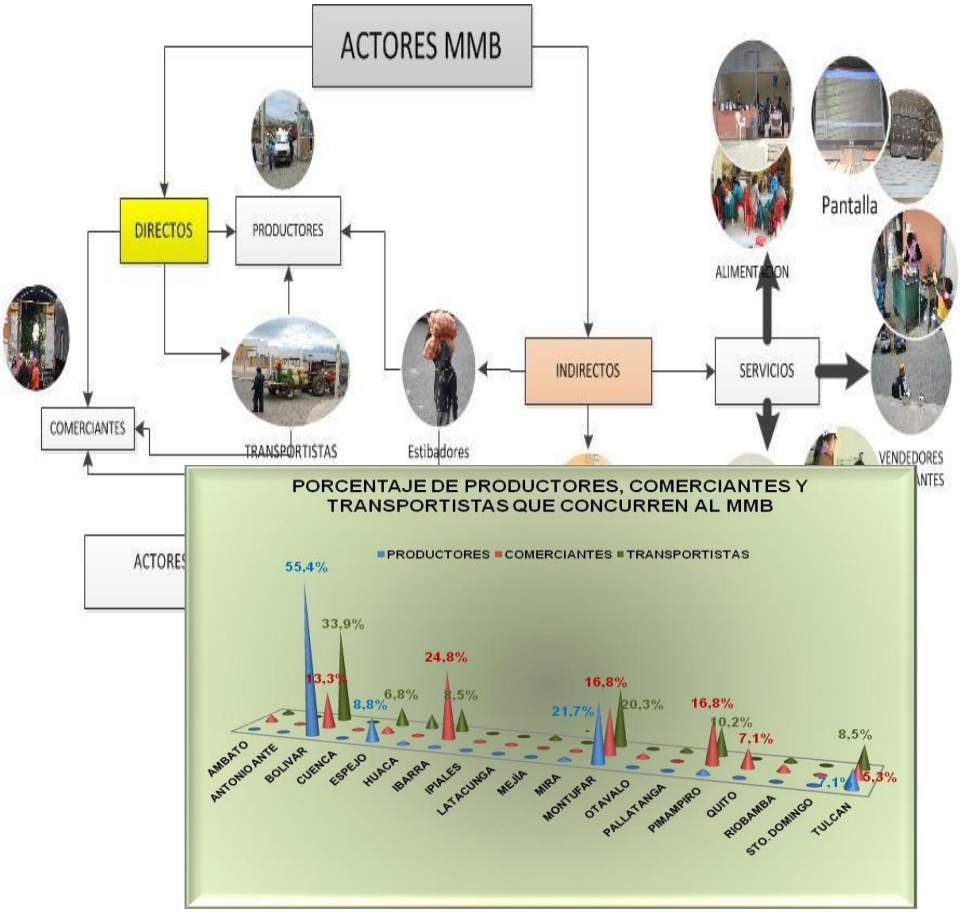
Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el 14 y 18 de agosto de 2017

3.5. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRINCIPALES ACTORES INVOLUCRADOS EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL MMB

En el Mercado Mayorista de Bolívar intervienen varios actores que desarrollan actividades y relaciones entre ellos para la comercialización de los productos. Algunos actores intervienen directamente y otros indirectamente. Este conjunto de actores está sometido a la influencia del entorno, representado por varios elementos como las condiciones ambientales, económicas, sociales y políticas.

Dentro del sistema comercial que se desarrolla en el MMB y en lo que respecta al giro de venta de productos agrícolas se ha identificado **Actores Principales o Directos**, que son aquellos que en algún momento son dueños del producto y **Actores Secundarios o Indirectos**: que son los que brindan servicios y/o insumos de apoyo al sistema de comercialización. La figura 9 esquematiza los actores directos e indirectos que intervienen en la comercialización de productos en el Mercado Mayorista de Bolívar.

Figura 9. Actores que intervienen en la comercialización de productos en el Mercado Mayorista de Bolívar



3.5.1. Procedencia de los Productores, Comerciantes y Transportistas que concurren al MMB

En la dinámica comercial que se desarrolla en el Mercado Mayorista de Bolívar los días lunes, miércoles, jueves y viernes; se determino a través de las diferentes encuestas aplicadas a: Productores, Comerciantes y Transportistas; que de los 275 productores el 55,4% son del cantón Bolívar, el 21.7% del cantón Montufar, el 8,8% del cantón Espejo, Tulcan 7.1% y 7% de otros cantones.

Respecto a los Comerciantes, de las 153 encuestas aplicadas; se determinó que el 51,4% provienen de Ibarra, el 26,8% de Montufar y Pimampiro respectivamente, el 3,3% de Bolívar y el 18.5 de otras ciudades del pais.

Respecto a los Transportistas, de las 49 encuestas realizadas; se determinó que el 33,9% provienen de Bolívar, el 20.3% de Montufar y el 10,2% de Pimampiro, el 8.5% de ibarra y el 27.1% del resto del pais.

En la figura 10 se visualiza la procedencia de los Productores, Comerciantes y Transportistas que realizan sus transacciones en el MMB.

Figura 10. Porcentaje de Productores, Comerciantes y Transportistas que concurren al MMB.

Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el (14 al 18 de agosto, 2018)

3.5.2. Actores Directos e Indirectos que concurren al Mercado Mayorista de Bolívar

De acuerdo al análisis realizado, se han podido identificar a los actores que están involucrados directa e indirectamente en la comercialización de los productos agrícolas.

Los roles que cada uno de estos actores cumple, son de suma importancia para el desarrollo del sistema comercial, razón por la cual este constituye uno de los bloques de análisis de gran valía a fin de poder establecer un Registro de Actores y con ello poder simular los cuellos de botella que se presentarían en cada eslabón; lo que permitiría a futuro una adecuada organización que garantice la administración y operación del MMB.

En los cuadros 4 y 5 se resumen los principales actores y sus principales características:

Cuadro 4. Actores directos del Mercado Mayorista de Bolívar y sus características

ACTORES DIRECTOS	CARACTERISTICAS
Productores	Son personas en cuyas parcelas (propias o alquiladas) producen: cebolla, frejol, arveja, haba, zanahoria amarilla, tomate de árbol, tomate riñón, papa, choclo como principales productos y que con excepción de la papa son comercializados en el MMB. – Realizan actividades relacionadas a la producción, cosecha y post cosecha de sus cultivos en la unidad productiva. – La mayoría de los productores comercializan directamente con el comerciante mayorista vendiéndole su producto en el MMB. – En la mayoría de los casos analizados existe confianza con el comerciante mayorista. – Suman un total de 486 Productores registrados entre el 14 y 18 de agosto, 2017, venden sus productos en el MMB. Ver Anexo 1
Comerciantes	Son personas de diferente zona de procedencia del Ecuador (Ambato, Bolívar, Cuenca, Ibarra, Tulcan, Ipiales, Latacunga, Montufar, Otavalo, Pimampiro, Quito, y Riobamba) – Poseen solvencia económica – Suman un total de 167 Comerciantes registrados entre el 14 al 18 de agosto, 2017; que adquirieron los productos que se comercializan en el MMB los días de feria (lunes, miércoles, jueves y viernes). Ver Anexo 2
ACTORES DIRECTOS	**CARACTERISTICAS**

Acopiador	Son las personas encargadas de acopiar el producto. – En su mayoría se identifican como Comerciantes – Son productores agrícolas con experiencia en los negocios toda vez que han comercializado su producción en otros mercados mayoristas como Ibarra y Quito. – Algunos poseen vehículos con el cual realizan su labor de acopio, existen otros que brindan el servicio directamente al comerciante mayorista. – Se está iniciando en el MMB, aquel acopiador que adquiere productos dentro del mercado y posteriormente realiza la transacción con el comerciante mayorista.
Transportistas	Son las personas que se encargan de transportar el producto, se caracterizan por ser propietarios del vehículo los mismos productores, comerciantes y/o transportistas – Son contratados por el Productor para llevar los productos desde la finca hacia el MMB – Son contratados por el Comerciante para llevar los productos desde el MMB hacia otros mercados – En algunos casos llevan los productos a las bodegas del MMB o desde éstas hacia otros mercados en días no feriados (martes, sábado y domingo). – La mayoría trabaja para más de un comerciante mayorista. – Suman un total de 63 Transportistas registrados entre el 14 y 18 de agosto, 2017; que concurren al MMB. Ver Anexo 3

Cuadro 5. Actores Indirectos del Mercado Mayorista de Bolívar y sus características

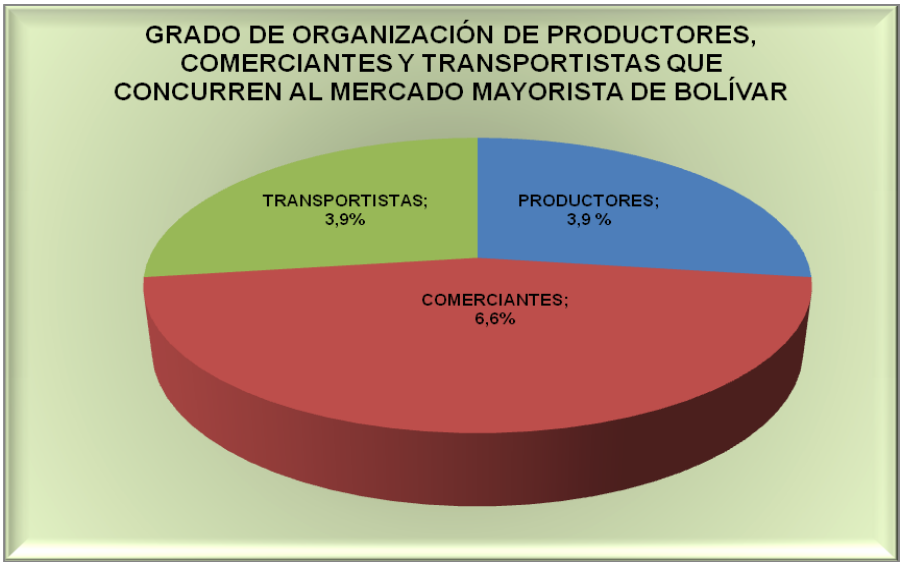
ACTORES INDIRECTOS	CARACTERISTICAS
GAD Municipal de Bolívar	– Institución responsable de la Administración del MMB – Cuenta con la Ordenanza que Reglamenta el Funcionamiento y Administración del Mercado Mayorista y del Comercio en Espacios de Circulación Pública en la Ciudad de Bolívar.
ACTORES INDIRECTOS	**CARACTERISTICAS**
Administrador de Mercados, encargado del funcionamiento del MMB.	– Facilitar el desarrollo operativo del MMB (Organización del personal: 2 Guardias, 2 Asistentes Administrativos y 5 Auxiliares de servicios) en lo que se refiere a: cobro por ingreso vehicular, circulación interna de vehículos, limpieza y sistema de información de precios – Entrega diariamente los ingresos que genera el MMB por cobro de ingreso vehicular y arriendo de bodegas a tesorería del GAD Municipal de Bolívar

Comisario Municipal	– Realiza un trabajo complementario con Administrador encargado del MMB. – Encargado del control en el MMB., utilizando para ello la mediación, sin contar con herramientas como reglamento que permitan operativizar la ordenanza existente
Estibadores	– Persona natural que concurren al MMB., y ofrece sus servicios de carga y descarga de productos que se comercializan en el mercado. – En el MMB., existe la presencia del Estibador particular del Productor y/o Comerciante, generalmente el Estibador particular del Comerciante en la carga del producto verifica la calidad del mismo. – En el MMB., existe 28 Estibadores registrados entre el 14 y 18 de agosto, 2017. Ver Anexo 4
Proveedores de suministros para la comercialización	– Proveedores de suministros (sacos, cuerdas, etc.) para envasado de los productos agrícolas para la comercialización de los mismos: Estos actores se encuentran ubicados dentro del MMB. – Son 4 bodegas que comercializan costales los días de feria en el MMB
Vendedores informales	– Personas que realizan su labor dentro del MMB, sin estacionarse temporal o permanentemente en un lugar especifico, utilizando un elemento móvil, portátil o su propio cuerpo para transportar la mercancía. – En el MMB se han registrado en los cuatro días de feria entre 5 y 9 vendedores informales,venden frutas, ropa, zapatos, accesorios de vehículos, celulares, implementos de cocina, pollos, dulces. Etc.
ACTORES INDIRECTOS	**CARACTERISTICAS**
Dirección de Ambiente	– La Dirección de Ambiente coordina el proceso de recolección de basura orgánica desde el MMB, para ello se ha desarrollado acuerdos internos con la administración para la recolección de la basura del mercado en forma clasificada.
Guardería	– En el MMB está funcionando el Centro Infantil que da atención a niños entre 0 a 3 años, actualmente está dando atención a 24 niños de familias cercanas a la parroquia Bolívar. La atención que se da a los niños es gratuita vía convenio entre el MIES-INFA y el GAD Municipal; se desconoce si productores y/o comerciantes que concurren al MMB están siendo beneficiados con los servicios del Centro Infantil para sus hijos.

3.5.3. Grado de Organización de los Actores que concurren al Mercado Mayorista de Bolívar

El grado de Organización de los Productores, Comerciantes y Transportistas que concurren al MMB es conforme se detalla en la figura 11, del cual se determinó que de la población encuestada, son los Comerciantes con un 6,6% quienes están más organizados, seguido de los Transportistas y Productores con el 3,9% cada uno respectivamente; significando que el 85,7% de los actores directos antes mencionados no están organizados.

Figura 11. Grado de organización de Productores, Comerciantes y Transportistas que concurren al Mercado Mayorista de Bolívar



Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el 14 y 18 de agosto, 2017

3.6. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

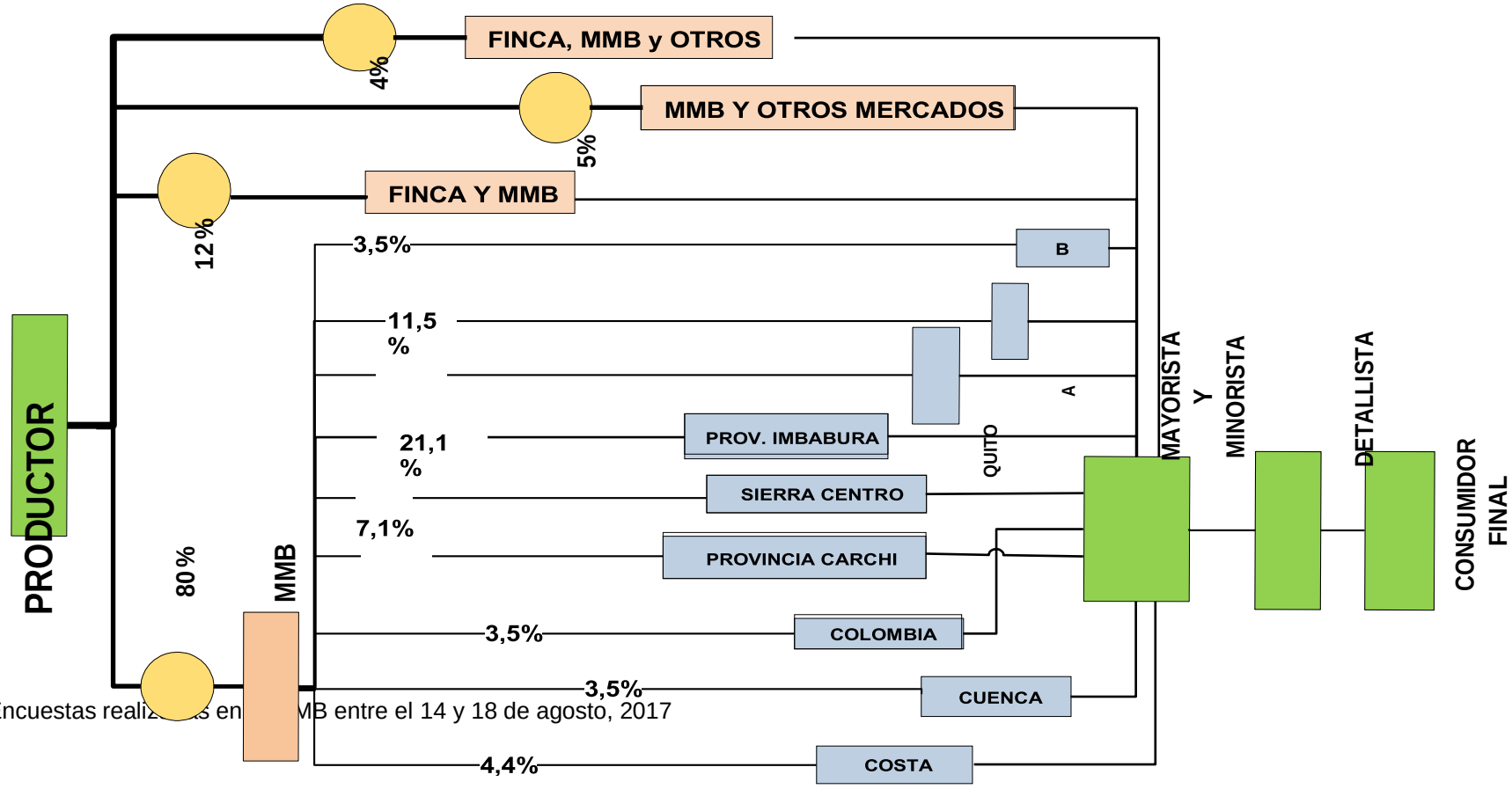
3.6.1. Canales de Comercialización

Los canales de comercialización se refieren al conjunto de actores interdependientes, por los que pasan los productos en el proceso de mercadeo, desde el productor hasta el consumidor final. En cada etapa de la cadena hay un cambio de propiedad del producto, haciendo que este se encarezca, entendiendo que en cada etapa el actor de esa cadena deja su utilidad o cobra por sus servicios.

En el Mercado Mayorista de Bolívar se desarrollan las actividades de oferta de productos agrícolas en estado fresco como: arveja tierna, haba tierna, frejol tierno, cebolla de bulbo (paiteña, perla), zanahoria amarilla, Tomate de árbol, Choclo y Tomate riñón. Estos productos son adquiridos por los Comerciantes que llegan de distintas provincias y mercados del país (Norte, centro y sur del país), los cuales adquieren la mercadería y llevan sus productos en diferentes medios de transporte a diferentes mercados, conforme se detalla en el punto 3.4.4., cuadro 3.

En la figura 12, se observa el canal de comercialización de los productos agrícolas que ingresan al Mercado Mayorista de Bolívar, en el que se detalla el sitio de venta desde el Productor expresado en porcentaje, así como el lugar de destino de los productos desde el Comerciante, expresado en porcentaje.

Figura 12. Canales de Comercialización de los Productos que ingresan al Mercado Mayorista de Bolívar



Fuente: Encuestas realizadas en MMB entre el 14 y 18 de agosto, 2017

3.6.1.1. Descripción de la Cadena de Comercialización

La actividad comercial se inicia con el productor agrícola, mismos que en la actualidad abastecen al mercado mayorista los días: lunes, miércoles, jueves y viernes. Desarrollándose esta actividad con mayor intensidad los tres primeros días.

En la actividad comercial desarrollada en el Mercado Mayorista, se pudo observar que se está iniciando la participación del intermediario, quien al adquirir el producto lo vende inmediatamente al Comerciante mayoritario con su respectivo margen de utilidad; de igual forma confluyen en el sistema de Comercialización los Transportistas que en su gran poseen camionetas que dan el servicio al Productor, trasladando el producto desde la finca hacia el mercado, llegando a alcanzar en cada día de feria hasta un máximo de 3 a 4 carreras, dependiendo de la distancia. Estos transportista en forma general no se encuentran organizados, lo que les ha traído problemas con la Policía Municipal.

La actividad que realizan cada uno de los actores responsables de la cadena comercial es:

a) PRODUCTORES

Los productores llegan con sus productos al mercado, en función de un horario determinado; así para el caso de la arveja, la cosecha la realizan las primeras horas de la mañana, para luego y en función del horario de comercialización llevar el producto al mercado para su respectiva venta. La dinámica de transporte desde el productor es en su vehículo propio y mientras este deja la el producto en el mercado, el dueño alquila un transporte para llevar el producto restante y es la forma como alcanza a sacar su producción al mercado.

El uso de bodegas por parte de los Productores es muy limitada, toda vez que el sistema de comercialización que se desarrolla en el Mercado Mayorista es de transferencia inmediata, tomando en cuenta que los productos son frescos, fácilmente degradables y las distancias de transporte son relativamente cortas. Los productores en este proceso de comercialización de los productos agrícolas, el 80% concurre con su producto al mercado mayorista de Bolívar, un 15% vende el producto en finca y en el mercado mayorista en mención, el 5% de los productores se trasladan a otros mercados para la venta de sus productos.

b) COMERCIANTES

Los comerciantes que concurren al mercado mayorista de Bolívar, llegan de distintas partes del país, de igual forma trasladan sus productos a diferentes mercados de la costa, sierra norte, sierra centro y sur del país. Es importante mencionar que el 62.5% de transporte está en manos de Productores, Comerciantes y Transportistas; mientras el 37.5% alquila el transporte bien sea para llevar el producto al mercado mayorista o para salir del mercado mayorista hacia otros mercados del país.

Los lugares que llevan los comerciantes el producto a vender se identifican en la figura 12.

Se ha establecido la participación del Comerciante en la Cadena de Comercialización de los Productos del Mercado Mayorista de Bolívar en diferentes proporciones, siendo el mercado mayorista de Quito el que adquiere en mayor porcentaje los productos del mercado mayorista

con un 38,5%, seguido a ello se encuentra los mercado mayorista de Ibarra, Otavalo, Ambato, Riobamba, Cuenca y Guayaquil con el 44,3% y finalmente los mercados de Tulcan, Julio Andrade, San Gabriel, El Angel, Mira, Ipiales con un 7,9% y un 9.3% en otras ciudades.

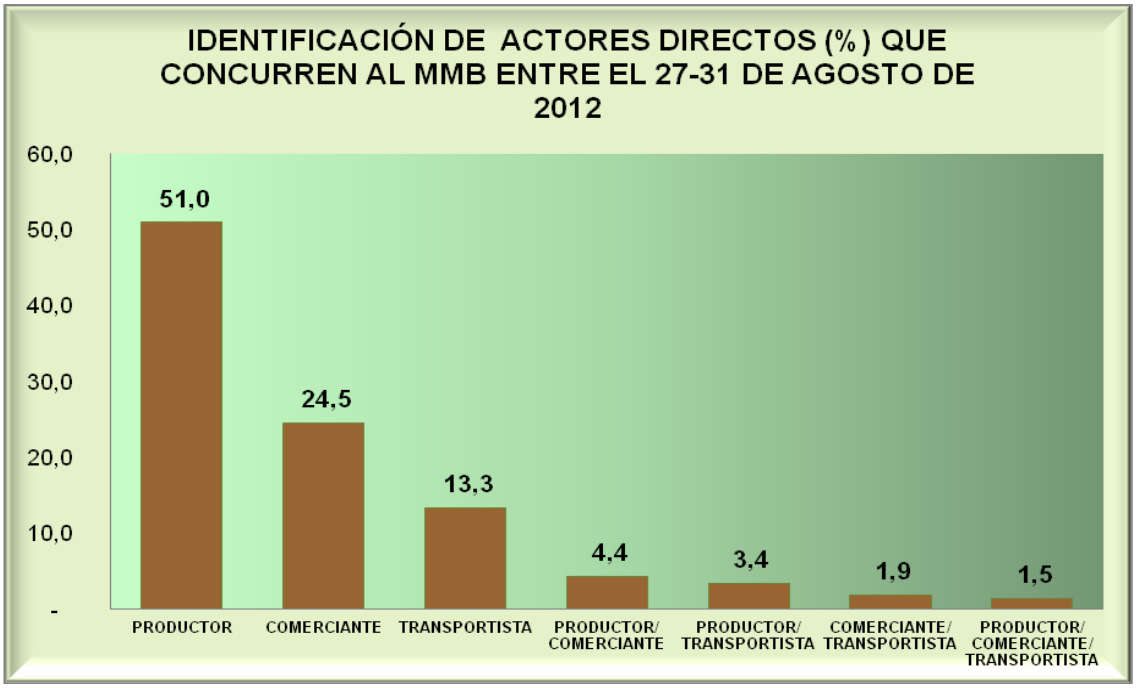
En forma combinada a los mercados de: Ibarra, Atuntaqui, Otavalo, Tabacundo, Cayambe, Quito, Ambato, Riobamba y Cuenca, llega el 51,9% de los productos que se comercializan en el Mercado Mayorista de Bolívar, mientras que a la Costa Ecuatoriana, principalmente San Lorenzo, Sto. Domingo de los Tschilas y Guayaquil, el 32,2% de los productos; y, el 15,9% restante se distribuye entre Colombia, ciudades del Oriente y Huaquillas.

3.6.1.2. Agentes de Comercialización

El agente de comercialización es la persona o personas, que participan en la comercialización de un producto. Conforme al canal de comercialización, los agentes que intervienen en la transacción de los productos en el Mercado Mayorista de Bolívar son:

De las encuestas realizadas entre el 14 y 18 de agosto, 2017, a los Actores Directos que concurrieron los 4 días de feria (lunes, miércoles, jueves y viernes); se determinó que el 51% son Productores, el 24,5% Comerciantes y el 13,3% son Transportistas. El 11,2% restante fueron identificados como productor-comerciante, productor-transportista, comerciante-transportista y productor-comerciante-transportista; conforme se detalla en la figura 13.

Figura 13. Identificación de Actores Directos (%) que concurren al Mercado Mayorista de Bolívar

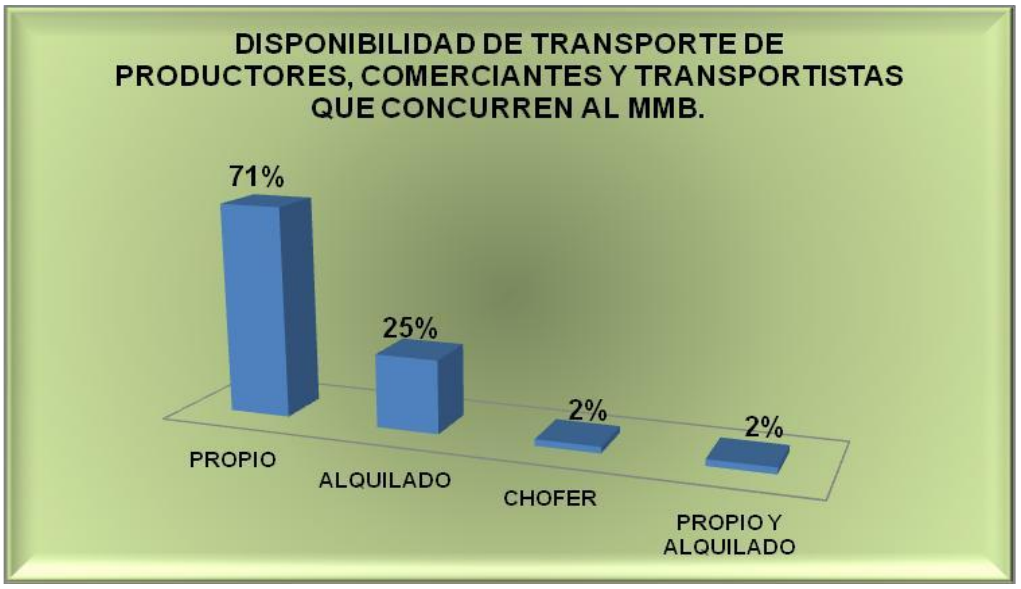


Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el 14 y 18 de agosto, 2017

3.6.2. Transporte de Productos

De las 508 encuestas aplicadas a Productores, Comerciantes y Transportistas, la disponibilidad de transporte propio representa el 71%, mientras que el alquilado corresponde al 25%, que contratan chofer está en el orden del 2% y entre propio y alquilado el 2%. Este último generalmente se da en Productores; toda vez que por el horario de comercialización de los productos, principalmente granos tiernos como arveja, haba y frejol a parte de su vehículo de propiedad, pagan el flete para poder entregar su volumen de producción. En la figura 14, se establecen los porcentajes (%) de disponibilidad de transporte de productores, comerciantes y transportistas.

Figura 14. Disponibilidad de transporte de Productores, Comerciantes y Transportistas que concurren al MMB.



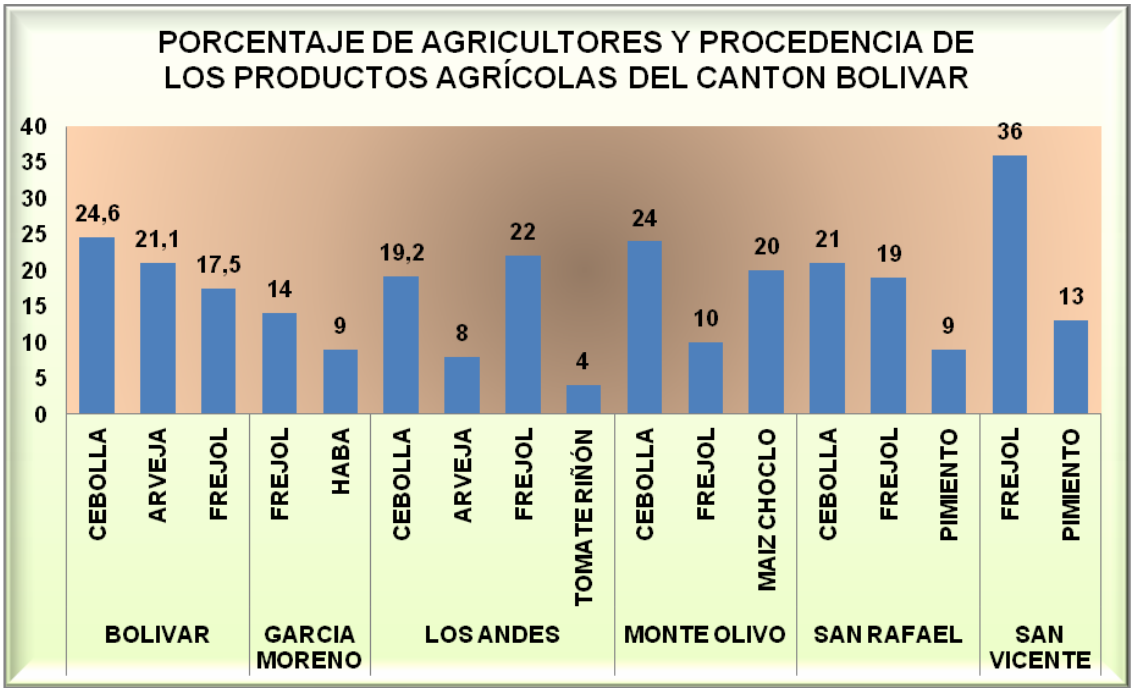
Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el 14 y 18 de agosto, 2017

3.6.3. Producción y Comercialización de Productos a nivel Cantonal

3.6.3.1. Producción del Cantón

El cantón Bolívar posee varias zonas de vida, por encontrarse ubicada en la Cordillera de los Andes, es así que en las parroquias san Rafael y San Vicente existe un clima cálido, mientras que en García Moreno encontramos un clima frío, razón por el cual en el cantón se tiene una gran variedad de productos; sin embargo al Mercado Mayorista de Bolívar llegan determinados productos como: arveja tierna, haba tierna, frejol tierno, cebolla de bulbo, tomate de árbol, tomate riñón, choclo y zanahoria amarilla como principales productos, la procedencia de dichos productos es conforme se detalla en la figura 15.

Figura 15. Procedencia de los productos agrícolas del cantón Bolívar que pueden ser comercializados en el Mercado Mayorista



Fuente: UPEC (2012) Diagnóstico del uso de suelos y tecnología en el sector agropecuario del cantón Bolívar, período 2010-2011

3.6.3.2. Comercialización de productos a nivel Cantonal

Según el III Censo Agropecuario Nacional[3], la producción agrícola del cantón Bolívar está dividida en cultivos permanentes y cultivos transitorios.

De los cultivos permanentes detallados en la figura 16, el producto que llega al Mercado Mayorista de Bolívar es el tomate de árbol.

[3] http://www.agroecuador.com/HTML/Censo/Censo.htm

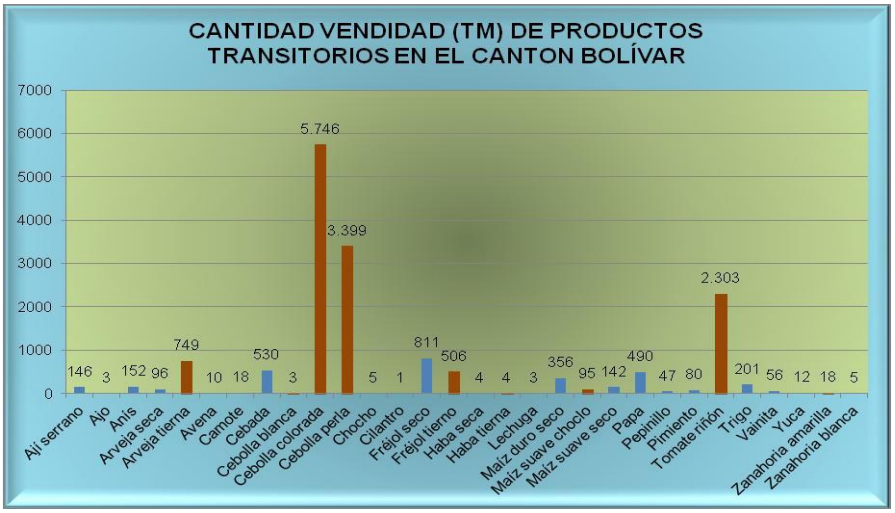
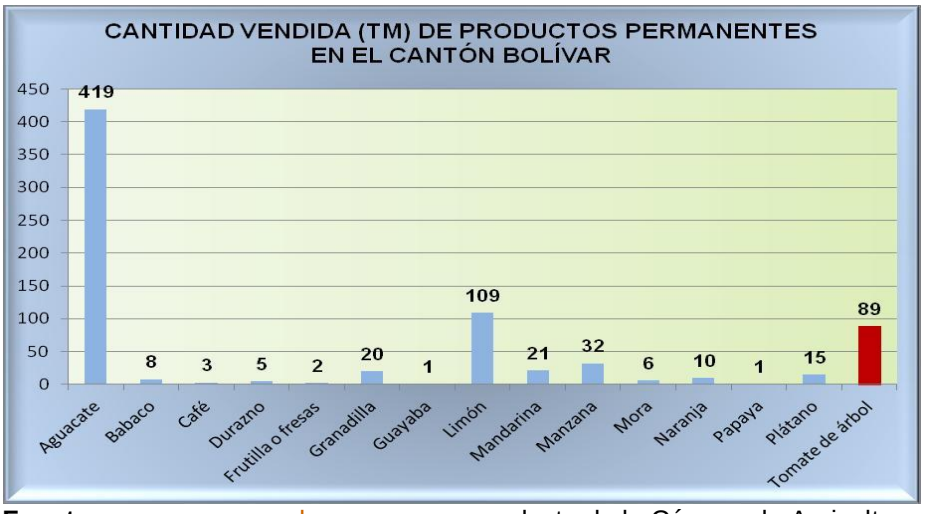


Figura 16. Cantidad vendida (TM) de productos permanentes en el Cantón Bolívar



Fuente: www. agroecuador .com es un producto de la Cámara de Agricultura de la I Zona.

De los cultivos transitorios detallados en la figura 17, los productos que llegan al mercado mayorista son: arveja tierna, cebolla blanca, cebolla colorada, cebolla perla, fréjol tierno, haba tierna, maíz suave choclo y tomate riñón

Figura 17. Cantidad vendida (TM) de productos transitorios en el Cantón Bolívar

Fuente: www. agroecuador .com es un producto de la Cámara de Agricultura de la I Zona.

3.6.4. Sistema de Comercialización dentro del Mercado Mayorista de Bolívar

3.6.4.1. Días y Horarios de venta

Conforme se detalló en el punto 3.2. Inicialmente el Mercado Mayorista de Bolívar, tenía prevista su apertura los 7 días de la semana, incluido sábado y domingo; sin embargo y tomando en cuenta el flujo comercial desarrollado a nivel provincial, regional y nacional detallado en el cuadro

6, los Productores y Comerciantes que concurren al Mercado Mayorista, establecieron en acuerdo con la Administración que los días de feria en el Mercado mayorista serán: lunes, miércoles, jueves y viernes.

Cuadro 6. Días de Feria de Comercialización de Productos que inciden en el Mercado Mayorista de Bolívar

CIUDAD	NOMBRE DEL MERCADO	DÍAS DE FERIA						
		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Ambato	EMMA	■		■	■	■		■
Bolívar	Mercado Mayorista de Bolívar	■		■	■	■		
El Angel	Mercado El Ángel	■				■		
Guayaquil	TTVG		■				■	
Huaquillas	Mercado de Huaquillas				■			
Ibarra	Mercado Mayorista de Ibarra	■			■			
Ipiales	Mercado Ipiales	■	■	■	■	■	■	■
Julio Andrade	Mercado Julio Andrade							■
La Toma	Mercado			■				
Latacunga	Mercado Latacunga						■	
Loja	Nueva Granada (las pitas)	■	■	■	■	■	■	■
Machala	Mercado de Machala				■			
Portoviejo	Mercado de Portoviejo		■			■		
Quito	Mercado Mayorista del Sur de Quito(MMSQ)		■				■	
Riobamba	Mercado EP-EMMPA	■	■	■	■	■		
San Gabriel	Mercado San Gabriel					■		
Santo Domingo de los Sachilas	Mercado de Santo Domingo de los Sachilas		■		■			
Tulcan	Mercado Tulcán				■			

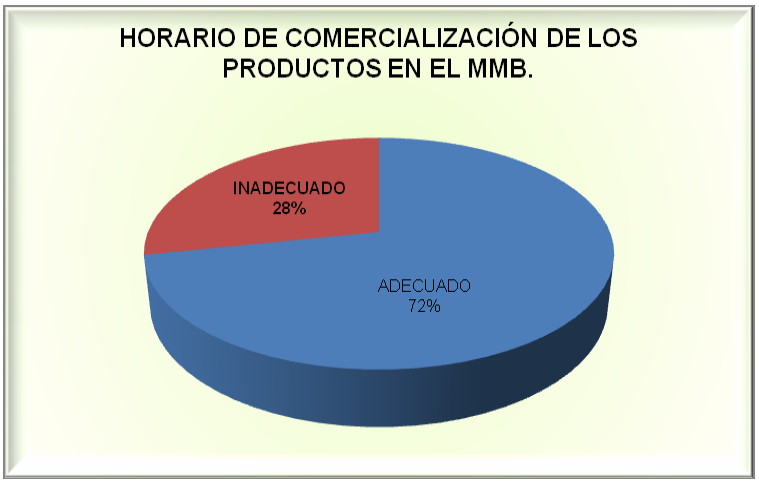
Coordinados por el Administrador del Mercado Mayorista de Bolívar e iniciativa de Comerciantes y Productores que concurren al mercado, se han desarrollado dos reuniones de trabajo, a fin de establecer acuerdos mutuos para una mejor operatividad del mercado, llegando a las siguientes resoluciones:

- Peso del bulto de cebolla 15,Kg sin rama
- Comercialización de cebolla, zanahoria amarilla, tomate de árbol y tomate riñón será de 06:00 a 09h:00 y a partir de las 09h:00 en adelante se comercializará los demás productos agrícolas.

Las resoluciones fueron acordadas entre Productores y Comerciantes para que rijan a partir del 20 de junio de 2017.

De las 485 encuestas aplicadas a Productores, Comerciantes y Transportistas, el 72% manifiesta estar de acuerdo con los horarios establecidos, mientras que el 28% restante manifiestan que los horarios de comercialización de los productos en el MMB es inadecuado, conforme se detalla en la figura 18

Figura 18. Horarios de comercialización de los productos en el Mercado Mayorista de Bolívar



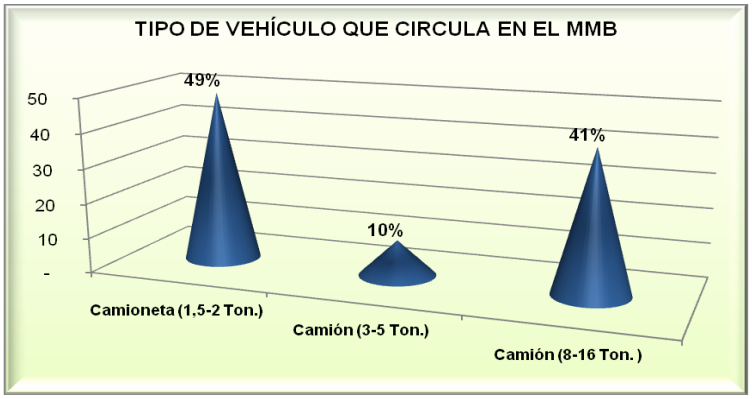
Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el 14 al 18 de agosto, 2017

3.6.4.2. Tipo de vehículos que ingresan al Mercado Mayorista de Bolívar

De las 59 encuestas aplicadas a los Transportista que concurren al MMB, se determinó que la camioneta (1,5-2 Ton.) y el camión (8-16 Ton.) son los vehículos de mayor grado de circulación en el mercado mayorista,

representando el 49% y 41% respectivamente; mientras que el camión (3-5 Ton.) está en el orden del 10%, tal como se detalla en la figura 19.

Figura 19. Tipo de vehículo que circula en el Mercado Mayorista de Bolívar.



Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el 14 y 18 de agosto, 2017

3.6.4.3. Ingreso Vehicular al Mercado Mayorista de Bolívar

Conforme a la política establecida por el GAD Municipal de Bolívar, existe la disposición del cobro vehicular por ingreso al Mercado Mayorista, lo cual permite generar ingresos con fines de lograr la sostenibilidad del mercado.

La tarifa de cobro vehicular ha sido consensuada en los siguientes términos:

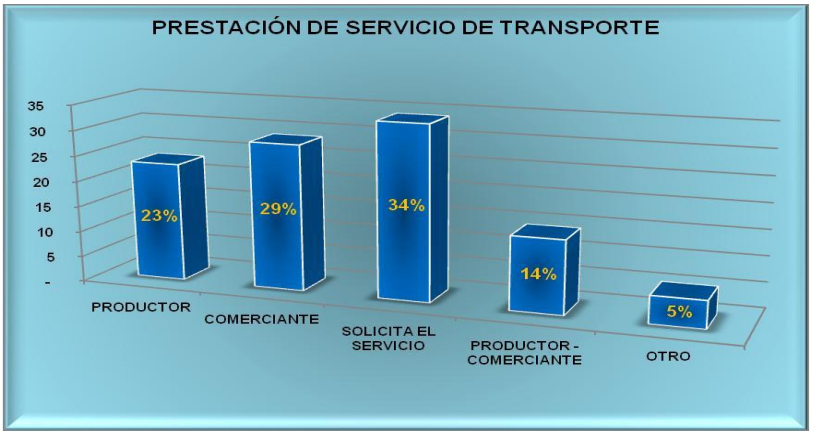
- Camioneta de capacidad 1,5 a 2 Ton: 0,50 USD
- Camión de 3(NHR) – 5(NPR) Ton., de capacidad: 2,00 USD
- Camión 8(FC) – 12(GD) – 16(GH) Ton., de capacidad: 4 USD

Como comprobante del pago el conductor del vehículo recibe un ticket, quedando de respaldo del cobrador el respectivo talonario.

3.6.4.4. Prestación del servicio de transporte a Productores y Comerciantes del Mercado Mayorista de Bolívar

Los Transportistas que concurren al mercado mayorista de Bolívar, en lo que se refiere a la prestación de sus servicios, el 34% lo realizan a quienes les solicitan, el 29% está dirigido a los Comerciantes, el 23% a los Productores, el 14% a productores y Comerciantes y el 5% a otros; conforme se detalla en la figura 21.

Figura 21. Prestación de servicios (%) de los Transportistas que concurren al Mercado Mayorista de Bolívar

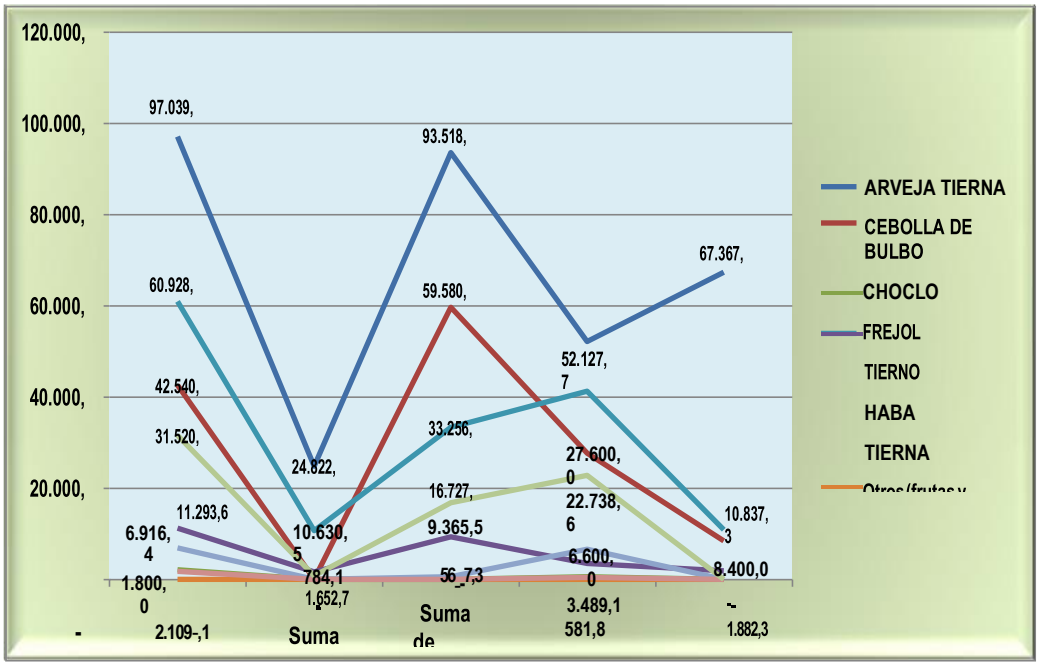


Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el 14 y 18 de agosto, 2017

3.6.4.5. Cantidad de Producto que ingresa al Mercado Mayorista de Bolívar

De acuerdo a la investigación primaria desarrollada, entre el 14 y 18 de agosto de 2017, se ha registrando un ingreso de producto para ser comercializado en el Mercado Mayorista, conforme se detalla en la figura 22.

Figura 22. Cantidad de producto ingresado al Mercado Mayorista de Bolívar durante las fechas 14 y 18 de agosto de 2017



Fuente: Registro de ingreso de producto realizado en el MMB los 14 y 18 de agosto del 2017

Los productos frescos que ingresan al Mercado Mayorista Bolívar, entre 14 y 18 de agosto de 2017, según el estudio realizado, se deduce que los días lunes, miércoles y jueves ingresan en mayores cantidades, respecto al día viernes que ingresa menor cantidad. Según el detalle del gráfico, los productos que ingresan al MMB en las fechas antes indicadas se encuentran en el siguiente orden: arveja tierna, haba tierna, cebolla de bulbo, zanahoria amarilla, frejol tierno, tomate de árbol, choclo, tomate riñón y otros productos. En otros productos se encuentran sandías y frutas en general.

La cantidad total de producto ingresado en 4 días de feria es conforme se detalla en el cuadro 7.

Cuadro 7. Cantidad total (kg) de producto ingresado al Mercado Mayorista de Bolívar los días 14 y 18 de agosto de 2017

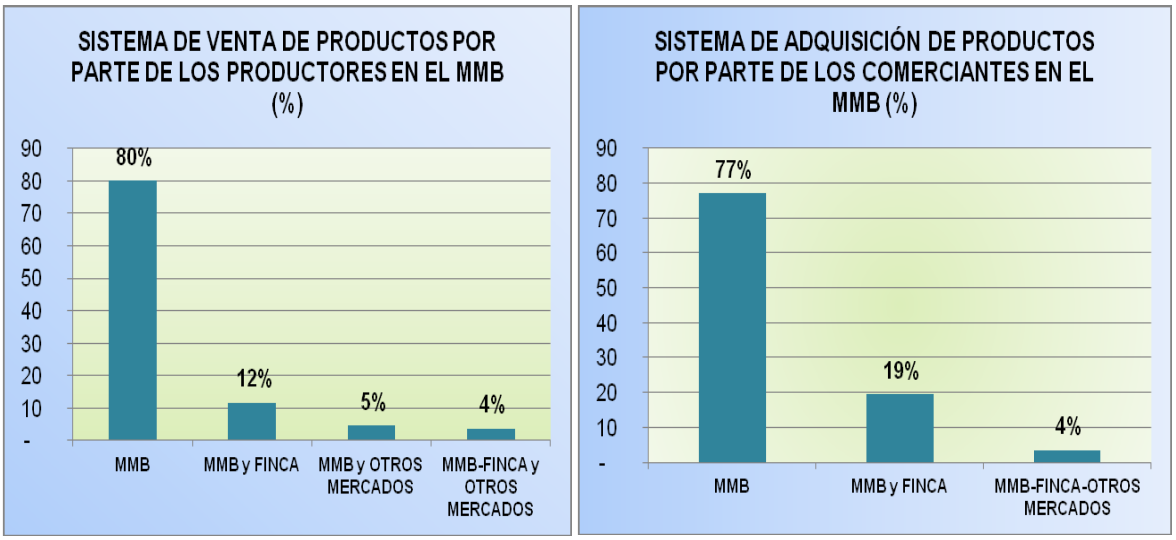
PRODUCTOS	CANTIDAD TOTAL (Kg)
Arveja Tierna	334.876
Haba Tierna	156.851
Cebolla de Bulbo	138.120
Zanahoria Amarilla	71.770
Frejol Tierno	27.683
Tomate de Árbol	14.084
Choclo	2.691
Tomate Riñón	2.175
Otros (frutas y sandias)	-

Fuente: Registro de ingreso de producto realizado en el MMB los días 14 y 18 de agosto de 2017

3.6.4.6. Sistema de Venta y Adquisición de los Productos en el Mercado Mayorista de Bolívar

En el Mercado Mayorista de Bolívar, la forma de venta y adquisición de los productos agrícolas de parte de los productores y comerciantes respectivamente se detalla en la figura 23, donde los mayores porcentajes de transacción: 80% y 77% se confirmó que se realizan en el MMB.

Figura 23. Formas de venta y adquisición de los productos en el Mercado Mayorista de Bolívar



Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el 14 y 18 de agosto de 2017

3.7. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN EL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR

El Mercado Mayorista de Bolívar constituye el lugar propicio de transacciones de productos de origen agrícola en Bolívar, donde concurren productores, comerciantes y transportistas como principales actores.

Las actividades y/o servicios que prestará el MMB están fundamentados en un mercado de transferencia donde las transacciones se dan entre productor y comerciante; por ser productos altamente perecibles, no se almacenan con excepción de cebolla, tomate de árbol y zanahoria amarilla que algunos casos guardan en las bodegas del mercado entre 1 a 2 días.

3.7.1. Ingreso y salida de vehículos:

El Mercado Mayorista de Bolívar, cuenta en la actualidad con una sola entrada y salida de vehículos.

La entrada de vehículos para carga empieza desde las 06H00, mientras que los vehículos con carga son controlados en función del producto que ingresa al mercado conforme se detalla en el punto 3.6.4.1. La inspección es ocular por parte de la Policía Municipal que opera en el mercado.

La salida de vehículos es controlada a través del cobro realizado por el auxiliar de servicios, para el cual se entrega el respectivo ticket. Los valores son diferenciados, dependiendo del tipo de vehículo, conforme se detalla en el punto 3.6.4.3.

El control de circulación vehicular es llevado en el mercado mayorista por la Policía Municipal, quienes se organizan internamente a fin de lograr un adecuado control de circulación y estacionamiento, sin embargo se evidencia que los vehículos de 3Ton., y aquellos de 6 y más Ton. Se parquean en las secciones C1, B1 y D1 para cuyo caso respetan sus ubicaciones que se han vuelto una tradición desde el inicio de funcionamiento del MMB.

3.7.2. Descarga de productos

Los vehículos cargados llegan al mercado con los productos agrícolas, conducidos por el transportista que puede ser el dueño de la carga. La descarga incluye todas las etapas implícitas en la descarga y desplazamiento de los alimentos generalmente al vehículo de carga del comerciante, en el cual es el estibador es quien realiza esta labor.

3.7.3. Compra a nivel mayorista:

El Mercado mayorista de Bolívar es un mercado de transferencia inmediata, donde la descarga (desestiba) de los productos se da seguido a la transacción acordada entre el productor-comerciante, procediéndose a la descarga del producto directamente del vehículo hacia el otro vehículo de carga.

El traspaso de productos entre vehículos se vuelve critico en lo que se refiere a la congestión vehicular ocasionada, toda vez que no existe descarga del producto que trae el Productor a las bodegas existente en el mercado mayorista principalmente en el caso de granos tiernos como: haba, arveja y frejol; las razones por las que no se da el almacenamiento es la fragilidad del producto por ser este fresco y altamente perecible.

Las bodegas del MMB., no están acondicionadas para almacenamiento de granos (no existe cámaras de frio) y el productor y comerciante desarrollan una actividad de transferencia inmediata de productos los días de feria en un horario entre 06am a 14H:00 como máximo.

En la transacción de los productos (productor-comerciante) se evidencian casos en que, en la descarga del producto que se da directamente desde los vehículos descarga-carga existe disconformidad con el producto por calidad, rompiéndose las negociaciones iniciales respecto al precio del producto, en el cual se litigia el precio del producto, llegando finalmente a acuerdos, donde en algunos casos interviene el Comisario y/o Administrador del MMB.

3.7.4. Almacenamiento

El almacenamiento de los productos puede darse en el MMB., para el cual se dispone de bodegas, sin embargo en la actualidad las mismas no se encuentran acondicionadas para el almacenamiento de granos fresco, toda vez el apilamiento de los mismo trae consecuencias de daño del producto (pudrición), pudiéndose evidenciar que cuando existe descarga de estos productos en las bodegas, los bultos no son apilados por las consecuencias antes mencionadas, de igual forma las bodegas donde se encuentran estos productos quedan abiertas a fin de lograr una adecuada ventilación.

3.7.5. Control de peso de los productos

El Mercado Mayorista de Bolívar dispone de una balanza, que permite esporádicamente a la Administración establecer controles de peso de los productos, así como también el Productor y Comerciante hacen uso de la misma con fines de concretar las negociaciones de los diferentes productos que se comercializan dentro del MMB.

3.8. ESTRUCTURA ORGANICO-ADMINISTRATIVA

En el Orgánico Estructural vigente del GAD Municipal, la Unidad de Mercados y la Comisaría Municipal son dependencia de la Dirección de Obras Públicas, conforme se detalla en la figura 25.

El Mercado Mayorista de Bolívar (MMB) en la actualidad está encargada su administración al Administrador del Mercado central de Bolívar: Sr. Marcelo Benavides Fuertes, desde abril del 2012. Como personal de apoyo están designados para el mercado mayorista 1 Asistente Administrativo, 2 guardias y 5 auxiliares de servicios.

El Administrador, cuenta con una oficina en las instalaciones del mercado mayorista, sus labores son realizadas en este mercado los días: lunes, martes, miércoles y jueves de 06h:00 a 14h:00 y el viernes lo cumple en el mercado central, de 05H00 a 13H00, donde cuenta con un equipo-mínimo de trabajo (computadora, escritorio y sillas), 1 auxiliar de servicios y 1

guardia.

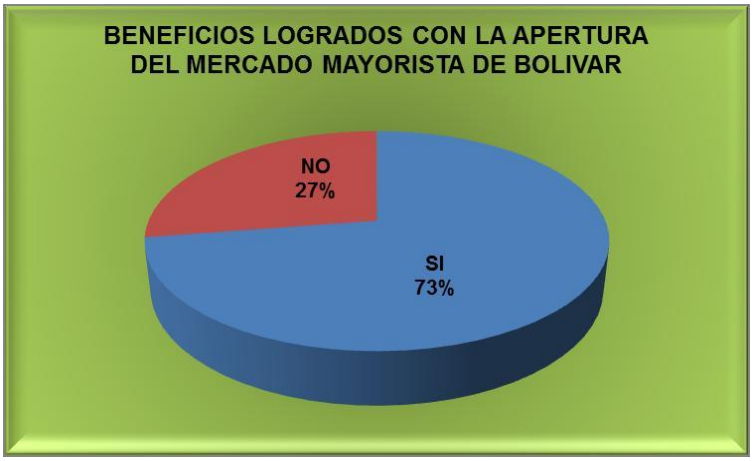
El Comisario Municipal cuenta con su oficina en el mercado mayorista, el trabajo lo coordina con el apoyo de los Agentes de Control Municipal.

El mercado mayorista de Bolívar cuenta con una ***Ordenanza que Reglamenta el Funcionamiento y Administración del Mercado Mayorista y del Comercio en Espacios de Circulación Pública en la Ciudad de Bolívar***, la misma que no ha sido aplicada por falta de reglamentación técnica que permita la operatividad de la misma; en lo que respecta a equipos e instrumentos de protección tanto los guardias y auxiliares de servicios cuentan con la indumentaria respectiva que permita identificarlos como equipo de trabajo del MMB, de igual forma sus funciones son asignadas por el Administrador en forma verbal y en ocaciones escrita, bajo su criterio de necesidades relevantes en el mercado.

BENEFICIOS LOGRADOS CON LA APERTURA DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR

Con la apertura del Mercado Mayorista de Bolívar, los Actores Directos como: productores, comerciantes y transportistas han logrado beneficios en un 73% conforme se detalla en la Figura 26. Los beneficios logrados tienen que ver principalmente con la cercanía para los productores, mayor higiene de los productos, comercialización rápida de la producción, seguridad, espacio para almacenar productos, entre otros

Figura 26. Beneficios logrados con la apertura del Mercado Mayorista de Bolívar



Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el 14 y 18 de agosto, 2017

3.9. PROBLEMAS ENCONTRADOS EN EL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR

Respecto a la venta, compra y transporte de productos; los Productores, Comerciantes y Transportistas respectivamente como Actores Directos del Mercado Mayorista de Bolívar, manifiestan como problemas fundamentales:

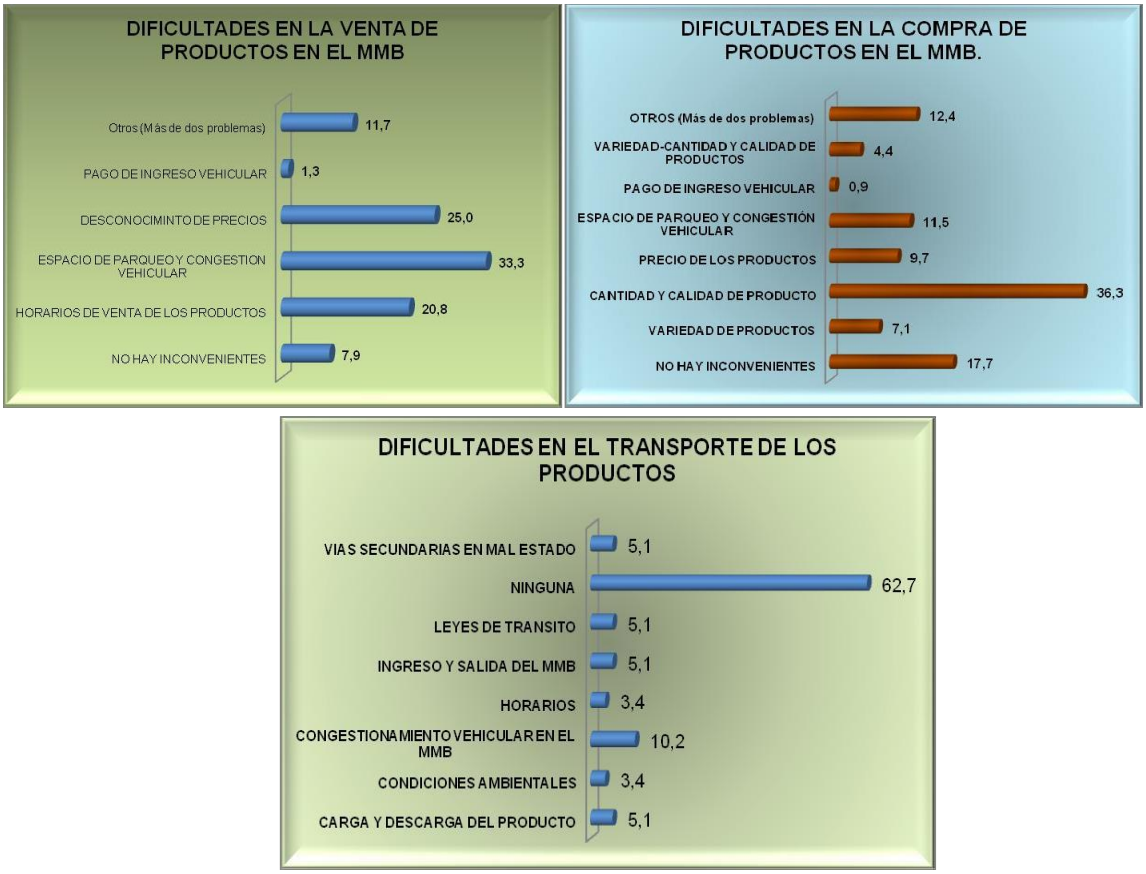
- Espacio de parqueo y congestionamiento vehicular en el caso de Productores con un 33,3%

- Cantidad y calidad de productos en el caso de comerciantes con un 36,3%

- Para los transportistas el 62,7% manifiestan no tener problemas en la transportación de los productos.

La figura 27 detalla la problemática percibida por los actores directos en la transacción de productos realizada en el Mercado mayorista de Bolívar

Figura 27. Dificultades en la venta, compra y transporte de productos dados en el MMB.

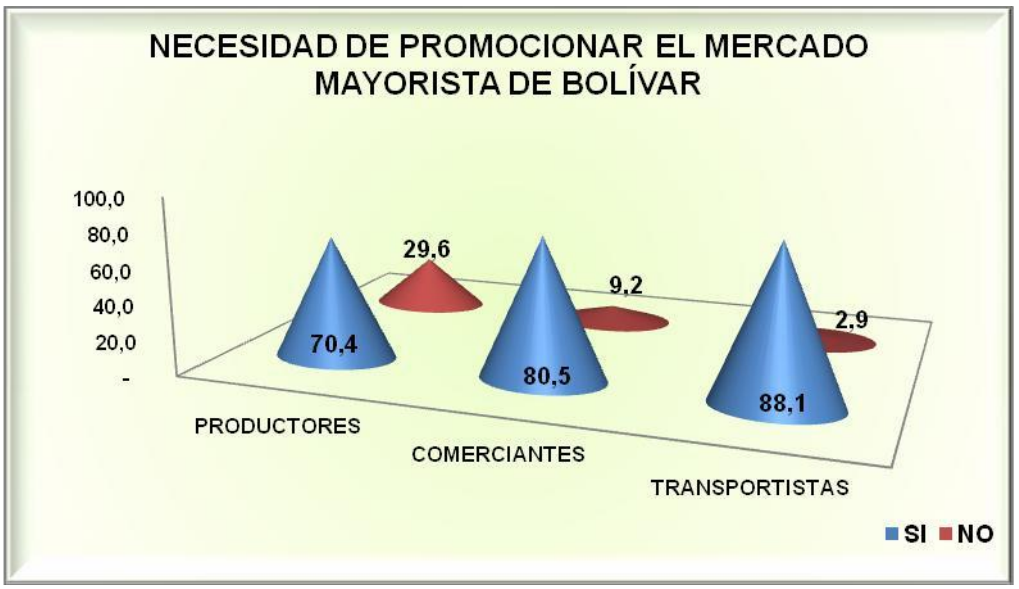


Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el 14 y 18 de agosto de 2017

3.9.1. Promoción del Mercado Mayorista de Bolívar

Respecto a la promoción del Mercado Mayorista, se hace necesario fortalecer la mismo. De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a los actores del mercado mayorista, se determina que entre el 70,4 al 88,1% de la población encuestada, manifiesta la necesidad de promocionar el mercado mayorista en diferentes medio como: radio, TV, hojas volantes, vallas, entre otras. La figura 28 muestra los resultados sobre la necesidad de promocionar el MMB.

Figura 28. Necesidad de promocionar el Mercado Mayorista de Bolívar



Fuente: Encuestas realizadas en el MMB entre el 14 y 18 de agosto de 2017

3.9.2. Incremento de Giros de productos en el Mercado mayorista de Bolívar

Respecto a incrementar el número de productos a ser comercializados en el mercado mayorista de Bolívar, de la 353 encuestas aplicadas a Productores y Comerciantes, el 76% manifiesta la necesidad de incrementar el número de productos, mientras que el 24% manifiestan que no es necesario incrementar los productos para ser comercializados en el MMB.

Entre los productos que se podría incrementar para la comercialización en el mercado mayorista está: frutas, verduras, papas.

3.11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

Conforme a los resultados de la investigación realizada se concluye:

- ✓ La ciudad de Bolívar dispone de un mercado representativo a nivel de la provincia del Carchi, mismo que carece de organización y control adecuado sobre todo en la circulación vehicular.
- ✓ Los productores que concurren a vender sus productos en mercado mayorista son en su mayoría del cantón Bolívar 65,4%, el 16,8% del cantón Montufar, el 8,8% del cantón Espejo y 8% de otros cantones lo que significa la necesidad de fortalecer los procesos de comercialización en el territorio, a fin de que los recursos que se van invertir en el futuro sean analizados técnicamente para nuevas inversiones de igual similitud.
- ✓ Se ha determinado que al Mercado Mayorista de Bolívar concurren en su mayoría

Productores (51,4%), seguido de los Comerciantes con el 24,5%; siendo los Comerciantes los que se encuentran más organizados (6,6%) con respecto a los Productores y Transportistas (3,9% para Productores y Transportistas respectivamente), siendo necesario fortalecer la organización de Productores

- ✓ En lo correspondiente a la línea de insumos, al Mercado Mayorista de Bolívar concurren en la actualidad 4 comerciantes dedicados a la venta de empaques; siendo necesario estandarizar medidas a fin de lograr homogeneidad en la presentación de los productos.

- ✓ Los productos que se comercializan en el Mercado Mayorista de Bolívar, dependen de la época de cosecha, así entre el 14 y 18 de agosto de 2017, se determinó como principales productos: cebolla de bulbo (crema y colorada), tomate de árbol, tomate riñón, zanahoria amarilla y granos tiernos como arveja, frejol y haba; sumando un total de 748,3 Ton. De igual forma se determinó la introducción de nuevos productos como sandía, naranja, piña, manzana y uvas que se hace necesario fortalecer.

- ✓ Las transacciones entre Productores y Comerciantes de los productos que se comercializan, se dan en un 77,6% en el Mercado Mayorista de Bolívar, el 22,6% lo realizan a nivel de finca y en otros mercados.

- ✓ Las dificultades más sobresalientes presentadas en la venta, compra y transporte de productos en el Mercado mayorista de Bolívar están en relación con a la zona de descarga en un 33,3% percibido por los Productores y Comerciantes, tambien para los comerciantes esta la dificultad presentada con la cantidad y calidad de producto en un 36,3%; mientras que el 62,7% de los Transportistas manifiesta no encontrar dificultades.

- ✓ Conforme a los resultados obtenidos el medio para informarse de los precios de los productos, para los Productores constituye el 86,4% a través de información verbal, mientras que para los Comerciantes el 54% toman como referencia los precios que se manejan en otras ferias a nivel nacional;

  lo que significa la necesidad de fortalecer el sistema de información de precios que cuenta actualmente el MMB.

- ✓ El proceso de adquisición de productos en el Mercado Mayorista de Bolívar se realiza en forma directa y pago en efectivo en un 93,8%, razón por el cual es importante fortalecer la seguridad con apoyo comunitario y policial permanente y oportuno, lo cual garantizará la presencia de entidades financieras que faciliten las transacciones comerciales de Productores y Comerciante con garantía.

- ✓ En el trabajo de Estibado, es necesario tomar en cuenta la participación del Estibador local, con fines de contribuir al buen vivir de la población Bolivarense.

- ✓ Con la finalidad de aprovechar la infraestructura existente en el Mercado Mayorista de Bolívar, se hace necesario establecer un plan de promoción y difusión tal que permita una mayor concurrencia de usuarios.

4. FASE II: MODELO DE GESTION PARA LA ADMINISTRACIÓN Y OPERACIÓN DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR

4.1. DESCRIPCIÓN DE ALTERNATIVAS PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Hay una enorme diferencia entre las plazas de los pueblos o las intersecciones de las vías donde esporádicamente ocurrieron los mercados semanales y los mercados al por mayor.

Andrade, M. (2009). En la revista SIMA hace referencia que los Mercados Mayoristas en Ecuador surgen por el año 1984, dando inicio la ciudad de Quito con la expectativa de convertirse en abastecedor de la ciudad para ese tiempo. Posteriormente y conforme a las necesidades en los territorios empieza la dinámica comercial al por mayor.

En lo que se refiere a mercados mayoristas, Casares Ripol, J., & Martin Cerdeño, V. (2010). Establece un acercamiento a la clasificación de mercados mayoristas conforme se detalla en el cuadro adjunto.

Cuadro 8. Clasificación de los Mercados Mayoristas

CRITERIO DE CLASIFICACIÓN	TIPO DE MERCADO MAYORISTA
LUGAR DE UBICACIÓN	Mercados mayoristas rurales
	Mercados mayoristas urbanos
FUNCIÓN DENTRO DEL CANAL	Mercados mayoristas de origen
	Mercados mayoristas de tránsito
	Mercados mayoristas de destino
VARIEDAD DE LA OFERTA	Mercados mayoristas especializados en una familia de productos
	Mercados mayoristas generalistas
ORIENTACIÓN DE LA OFERTA	Mercados mayoristas especializados en el aprovisionamiento de un miembro del canal
	Mercados mayoristas que abastecen a todo el canal
GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN	Mercados mayoristas independientes
	Mercados mayoristas en red
PROPIEDAD	Mercados mayoristas públicos
	Mercados mayoristas privados
	Mercados mayoristas con capital mixto

Fuente: Conferencia de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (2010). http://www.mercasa.es/files/multimedios/pag_036-090_Casares_Martin.pdf

La dinámica comercial del Mercado Mayorista de Bolívar, en concordancia con el cuadro antes descrito y en función de los criterios establecidos, permite determinar la tipología de mercado existente. Así, por el lugar de ubicación estamos hablando de un mercado mayorista rural, lo cual relacionado al canal de comercialización se encuentra inmerso en un mercado de transito, con una especialización en la oferta de hortalizas, que abastecen los Productores Rurales a los

Comerciantes como un miembro del canal de comercialización.

La Gestión y Administración del Mercado Mayorista de Bolívar, permite calificarlo como un mercado mayorista independiente, ya que su actividad la desarrolla sin ningún tipo de interrelación con otros mercados.

Con carácter general, los mercados del sector público cuentan con inversión y gestión de las esferas públicas, mientras que los mercados privados son establecidos por empresas privadas que se encargan de su propia gestión. Sin embargo, en la práctica hay pocos mercados que se ajusten completamente a estos modelos. Muchos de los mercados del sector público están ahora gestionados por un consejo de administración donde participan representantes de los actores que concurren al mercado. En el Ecuador existe la figura de Mercados Mayoristas de constitución mixta donde forma parte lo público y lo privado, en relación del grado de participación de acciones. En el caso del Mercado Mayorista de Bolívar está considerado como un Mercado Mayorista Público, tomando en cuenta la ubicación, función específica que cumple dentro del canal de comercialización, acción social hacia el pequeño y mediano productor del territorio, infraestructura física disponible y por cuanto la Administración, manejo y control del MMB esta a cargo del GAD Municipal, cumpliendo las competencias exclusivas que le asigna la constitución y la leyes

4.1.1. Empresa Municipal de Mercados

Concebidos como un bien público y cuya propiedad mayoritaria recae sobre el Estado o sobre las autoridades locales, como es el caso del Mercado Mayorista de Bolívar.

El *objetivo* de la empresa pública, tal como se encuentra establecido en la Constitución es “la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas”[5], texto con el que coincide la LOEP: “Estarán destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y en general al desarrollo de actividades económicas que corresponden al Estado.”[6]

Conforme los modelos tradicionales de la empresa pública, se considera su desarrollo para la implementación y cumplimiento de políticas públicas económicas, sociales y de control de los mercados para corregir distorsiones y concertaciones que menoscaban la competencia, así como prestar apoyo económico y compensación a “sectores económicos y sociales determinados”. La práctica internacional de la empresa pública también le encarga la actuación en áreas geográficas y económicas donde no incursionan las empresas privadas por su escasa rentabilidad. [7]

Corresponde a la empresa pública coordinar con las demás instituciones públicas nacionales, regionales y locales sus procesos de articulación con el Plan Nacional de Desarrollo y los planes de desarrollo y ordenamiento territorial.[8]

La empresa pública se encuentra sin duda sujeta a la normativa presupuestaria pública.[9] El Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas norma los aspectos presupuestarios de la

empresa pública. Las empresas públicas nacionales, es decir aquellas creadas por el Ejecutivo, funcionan con presupuesto propio, a diferencia de las empresas constituidas por los gobiernos autónomos descentralizados, cuyos presupuestos se integran en el presupuesto de estos.

4.1.2. Empresa con Capital Mixto en cuanto a su Propiedad y Gestión

En este caso aparece tanto capital público como capital privado bajo distintas configuraciones empresariales.

La Constitución alude a las compañías de economía mixta en referencia al "sistema económico", entre las formas de organización de la producción y el "derecho a la propiedad…mixta" y autoriza su manejo de sectores estratégicos y servicios públicos, así como la participación de empresas públicas en compañías mixtas –en estos dos casos, con mayoría accionaria estatal.[10]

---

6 LOEP, Art. 4.
7 LOEP, Art. 2.
8 Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, Arts. 4, 4., 34.
9 Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, Art. 34.
10 Constitución, Arts. 283, 314, 316, 319 y 321.

Empresas mixtas con participación mayoritaria de empresas públicas tienen competencias para gestionar y ser delegatarias de sectores estratégicos y prestar servicios públicos.[11]

EL COOTAD atribuye a los gobiernos autónomos descentralizados[12], con excepción de las juntas parroquiales, competencias para constituir compañías mixtas directamente o a través de sus empresas públicas, "la gestión para la prestación de servicios públicos o para el desarrollo de otras actividades o emprendimientos", excepto para "la dotación de los servicios públicos de agua y riego los cuales sólo pueden ser prestados por entidades públicas, comunitarias o en alianza público comunitaria."[13]

En las compañías de economía mixta de los gobiernos autónomos descentralizados, su participación no puede ser menor al cincuenta y uno por ciento de las acciones. La presidencia del directorio en todo caso corresponde al personero del gobierno autónomo descentralizado o su representante, "independientemente de su porcentaje de aportes al capital social de la empresa,"[14] pero no se observa algún tipo de restricción para el número de representantes de los accionistas en el directorio.

4.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS ALTERNATIVAS

En el contexto general del Mercado Mayorista de Bolívar y conforme al Diagnóstico participativo, referido a la situación actual de operatividad del mercado, se ha establecido las ventajas y desventajas en lo referente a una Empresa Municipal de Mercado y lo que sería una Empresa con capital mixto en cuanto a su propiedad y gestión.

4.2.1. Ventajas de una Empresa Pública

- En una Empresa pública, el Gobierno Autónomo Descentralizado, delega la empresa pública municipal la prestación de un servicio público determinado o específico, dotándole de patrimonio propio, con autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión.
- La creación de la empresa se da mediante un acto normativo expedido por el GAD.
- El Presidente del directorio será el Alcalde/ Alcaldesa o su delegado
- Autonomía en la toma de decisiones

11 Constitución, Arts. 315 y 316; LRLH, Art. 24, artículo innumerado que se incorpora después del Art. 93 LH.

11 Ley Reformatoria a la Ley de Hidrocarburos y a la Ley de Régimen Tributario Interno, SRO N° 244 de 27 de julio de 2010, Ley de Hidrocarburos (LH) Nº 1459, publicada en el Registro Oficial Nº 322 del 1 de octubre de 1971; y, codificada mediante Decreto Supremo No. 2967 de 6 de noviembre de 1978, publicado en el Registro Oficial No. 711 de 15 de noviembre de 1978, y sus posteriores reformas. DE 546 Expídese el Reglamento de Aplicación de la Ley Reformatoria a la Ley de Hidrocarburos, RO Nº 330, 29 de noviembre de 2010.

12 "regional, provincial, metropolitano o municipal"

13 COOTAD, Art. 282.

14 *Ibid.*

- La empresa pública precisa conocer claramente cuáles son los objetivos de índole social que se esperan lograr mediante su actuación, qué contra- prestación social va a recibir por atender a esa finalidad y qué indicadores van a ser utilizados por la sociedad para medir los logros que se deben realizar
- La empresa pública no busca la maximización de los beneficios, las ventas o la cuota de mercado, sino que busca el interés general de la colectividad a la que pertenece
- Las empresas públicas, que constituyen la mayor parte del sector público de la economía, y que son uno de los principales medios utilizados por los Gobiernos para intervenir en la economía, tienen una relevancia económica muy destacada, no sólo en términos cuantitativos (por su volumen de negocios, su participación en el producto interior bruto (PIB), número de empleados, etc.), sino también debido a que se sitúan en sectores productivos clave.
- El Directorio se conforma con no más de 5 miembros; El alcalde/ Alcadesa o su delegado, Áreas sectoriales (Representante de los Comerciantes, Productores y sociedad civil), Planificación, Director del mercado.

- En relación a la propiedad de los mercados mayoristas en Ecuador, se plantea habitualmente el debate de mercados mayoristas públicos versus plataformas logísticas de capital mixto, que ha evolucionado por diferentes etapas; sin embargo en forma general, las competencias de la Empresa Pública de un Mercado Mayorista serán entre otras:

  - ✓ Organizar, planificar, operar y administrar los procesos de comercialización en el Mercado Mayorista.
  - ✓ Controlar, regular, promover y fortalecer la participación de los actores Directos e Indirectos en los procesos de comercialización del mercado
  - ✓ Garantizar un modelo de gestión que asegure el abastecimiento continuo y permanente de alimentos y promueva la participación y corresponsabilidad de los comerciantes para cumplir con los objetivos de la empresa
  - ✓ Planificar y organizar la gestión de las áreas y puestos de comercialización, mediante la definición y operación de mecanismos que garanticen, en el marco de la normativa vigente.
  - ✓ Administrar y proveer los servicios básicos, la infraestructura y medios logísticos necesarios para el desarrollo de las actividades de transporte, almacenamiento, comercialización y consumo en todos los sectores y áreas del Mercado Mayorista, para garantizar alimentos higiénicos, nutritivos, saludables, técnicamente manipulados y ambientalmente tratados.

4.2.2. Ventajas de una Empresa con Capital Mixto en cuanto a su Propiedad y Gestión

- Crear una empresa de economía mixta significa la participación de capitales privados; considerando que es un negocio rentable.

- En una Empresa con capital Mixto, interviene capitales privados haciendo que la

decisión sea con particulares

- La toma de decisiones es compartida entre el sector público y el privado.
- En un Sistema de Economía Mixta, el estado garantizará la igualdad de oportunidades, sin que la capacidad económica sea sinónima de poder sobre las personas, y sin que el bienestar económico sea sinónimo de una carrera consumista desenfrenada
- Son empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura, industria, prestación de servicios públicos.
- El Sector privado participa en el capital y gestión social.

4.2.3. Diferencias entre la Empresa Pública y la Empresa con Capital Mixto

- En la ***empresa pública*** el patrimonio que se le asigne serán 100% públicos y otros que provengan de legados y donaciones y de la autogestión con organismos nacionales o internacionales. El GAD, delega la competencia a la empresa.
- Se pueden crear ***sociedades mercantiles de economía mixta***, en las que el estado o sus instituciones (GADs) tengan la mayoría accionaria.Lo que permitirá tener a favor el control de la administración de la empresa.
- La administración de las ***empresas públicas*** municipales carece del personal con perfiles adecuados para su administración; ya que estos cargos son manejados políticamente.
- Las condiciones actuales del Mercado Mayorista de Bolívar no se presta para implementar una ***empresa mixta***.

4.3. SELECCIÓN PARTICIPATIVA DE LA MEJOR ALTERNATIVA

De acuerdo a la realidad, el Mercado Mayorista de Bolívar al momento no refleja un negocio atractivo para invertir capitales privados; debiendo entenderse que este mercado es de transferencia de productos, esto significa que el productor llega con su producto, hace su negocio con el comerciante y éste, a su vez lo trasborda en su medio de transporte y lleva hacia los mercados de destino final como: los mercados de Ibarra, Quito, Ambato, Riobamba Cuenca y otros. Por lo tanto estos productos no requieren de almacenamiento y oferta local rentable, por lo que el GAD de Bolívar tiene invertido una fuerte suma de dinero en dotar de infraestructura física, acorde a las necesidades operativas para el desarrollo de las actividades comerciales del mercado Mayorista. Además cuenta con personal necesario para la administración del mismo; siendo este un servicio público y una competencia exclusiva de la municipalidad, será la institución quien preste el servicio como lo ha venido realizando hasta el momento.

Sugiriendo que de acuerdo a la dinámica y al crecimiento de la actividad comercial del Mercado Mayorista de Bolívar, el GAD Municipal posteriormente decida crear una empresa publica municipal, cuando el mercado haya alcanzado su desarrollo económico para que se vuelva auto sostenible en la administración manejo y control de dicho mercado; lo que significa que alcanzado un nivel de desarrollo que le permita convertirse en un negocio sostenible, lo cual justificaría la

creación de una empresa publica municipal.

4.4. PRINCIPALES PASOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN

La creación de las empresas públicas se hará:

a) Mediante decreto ejecutivo para las empresas constituidas por la Función Ejecutiva;

b) Por acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados; y,

c) Mediante escritura pública para las empresas que se constituyan entre la Función Ejecutiva y los gobiernos autónomos descentralizados, para lo cual se requerirá del decreto ejecutivo y de la decisión de la máxima autoridad del organismo autónomo descentralizado, en su caso.

La LOEP identifica el instrumento jurídico que formaliza la constitución de la empresa pública con su creación. El documento constitutivo de la empresa pública se puede promulgar –según sea el caso— a través de un Decreto Ejecutivo, una Ordenanza normativa, una “escritura pública” o la “resolución” del máximo órgano universitario. La “escritura pública” de constitución de la empresa pública del “Estado central” y el “gobierno autónomo descentralizado”, requiere el antecedente de un Decreto Ejecutivo y una “ordenanza normativa”.

Se podrá constituir empresas públicas de coordinación, para articular y planificar las acciones de un grupo de empresas públicas creadas por un mismo nivel de gobierno, con el fin de lograr mayores niveles de eficiencia en la gestión técnica, administrativa y financiera.

El error de considerar como normativo el acto o resolución del gobierno autónomo descentralizado, el cual no es una acto reglamentario, ese un error que no tendría relevancia jurídica, salvo la posibilidad de su impugnación en vía contencioso administrativo o constitucional. Se debe recordar que los actos administrativos solo pueden ser impugnados en vía administrativa y contencioso administrativa o en acción de protección por las partes afectadas, mientras que el acto reglamentario puede cuestionarse por la vía de anulación o de inconstitucionalidad de acto normativo.

En el decreto ejecutivo, acto normativo de creación, escritura pública o resolución del máximo organismo universitario competente, se detallaran los bienes muebles o inmuebles que constituyen el patrimonio inicial de la empresa (sic), y en un anexo se listarán los muebles o inmuebles que forman parte de ese patrimonio.

El estatuto de la empresa pública debe contemplar los aspectos del funcionamiento particular de la empresa de que se trate en los detalles no especificados en la LOEP, como su objeto y el “giro del negocio”, al que se alude la LOSNCP, el cual se formaliza y se publicita en los instrumentos mencionados en la LOEP.

La condición legal para la creación de las empresas públicas de los gobiernos autónomos descentralizados es que convenga para la prestación de los servicios públicos o del “desarrollo de otras actividades de emprendimiento”.[15]

Las empresas públicas pueden ejercer sus actividades en el ámbito local, provincial, regional,

nacional o internacional.

La denominación de las empresas deberá contener la indicación de "EMPRESA PUBLICA" o la sigla "EP", acompañada de una expresión peculiar.

El domicilio principal de la empresa estará en el lugar que se determine en su acto de creación y podrá establecerse agencias o unidades de negocio, dentro o fuera del país.

4.4.1. Dirección y Administración de las Empresas Públicas

Son órganos de dirección y administración de las empresas públicas:

a) El Directorio; y,

b) La Gerencia General.

Las empresas contarán con las unidades requeridas para su desarrollo y gestión.

Para el caso de las empresas públicas creadas por los gobiernos autónomos descentralizados, el Directorio estará conformado por el número de miembros que se establezca en el acto normativo de creación, el que también considerará los aspectos relativos a los requisitos y período. En ningún caso el Directorio estará integrado por más de cinco miembros.

Para el caso de los directorios de las empresas públicas creadas por los gobiernos autónomos descentralizados, sus miembros serán preferentemente los responsables de las áreas sectoriales y de planificación del gobierno autónomo descentralizado relacionado con el objeto de la empresa pública. El acto normativo de creación de una empresa pública constituida por gobiernos autónomos descentralizados podrá prever que en la integración del Directorio se establezca la participación de representantes de la ciudadanía, sociedad civil, sectores productivos, usuarias o usuarios de conformidad con lo que dispone la ley.

---

[15] COOTAD, Art. 277.

En las empresas creadas por los gobiernos autónomos descentralizados, la Presidenta o el Presidente serán la Alcaldesa o el Alcalde, o su respectivo delegado, quien deberá ser una funcionaria o funcionario del gobierno autónomo descentralizado. La Presidenta o Presidente del Directorio tendrá las atribuciones que se establezca en el acto de creación y en la normativa interna de la Empresa.

4.4.2. Contratación de Servicios

La designación y contratación de personal de las empresas públicas se realizará a través de procesos de selección que atiendan los requerimientos empresariales de cada cargo y conforme a los principios y políticas establecidas en esta Ley, la Codificación del Código del Trabajo y las leyes que regulan la administración pública. Para los casos de directivos, asesores y demás personal de libre designación, se aplicarán las resoluciones del Directorio.

El Directorio, en aplicación de lo dispuesto por esta Ley, expedirá las normas internas de administración del talento humano, en las que se regularán los mecanismos de ingreso, ascenso, promoción, régimen disciplinario, vacaciones y remuneraciones para el talento humano de las empresas públicas.

Por lo menos un cuatro por ciento del talento humano de las empresas públicas deberá ser personal con capacidades especiales acreditado por el Consejo Nacional de Discapacidades.

La autoridad nominadora previo informe motivado podrá realizar los cambios administrativos del personal dentro de una misma jurisdicción cantonal, conservando su nivel, remuneración y estabilidad. De tratarse de cambios administrativos a jurisdicciones distintas de la cantonal, se requerirá consentimiento expreso del obrero o servidor.

En las empresas públicas se incorporará preferentemente a personal nacional para su desempeño en las áreas técnicas y administrativas.

El Ministerio de Relaciones Laborales, a través de firmas externas especializadas realizará el control posterior (ex post) de la administración del recurso humano y remuneraciones conforme a las normas y principios previstos en esta Ley y las demás normas que regulan la administración pública. El informe de dicha firma será puesto en conocimiento del Directorio, para que éste disponga las medidas correctivas que sean necesarias, de ser el caso.

Las modalidades de vinculación de los servidores públicos y obreros de las empresas públicas son las siguientes:

a) Nombramiento para personal de libre designación y remoción, quienes no tendrán relación laboral.

b) Nombramiento para servidores públicos, expedido al amparo de esta Ley y de la normativa interna de la Empresa Pública; y,

c) Contrato individual de trabajo, para los obreros, suscritos al amparo de las disposiciones y mecanismos establecidos en la Codificación del Código del Trabajo y en el contrato colectivo que se celebre.

4.5. MODELO ESTRATÉGICO DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLIVAR

4.5.1. Introducción

El Modelo de Gestión para Administración del Mercado Mayorista de Bolívar genera un marco de referencia donde encajan los lineamientos estratégicos para una mejor gestión. De esta manera el Mercado Mayorista de Bolívar es una instalación pública gestionada como negocio para la comercialización de productos agrícolas, donde se reúnen compradores y vendedores para realizar transacciones de los productos, así como el funcionamiento de negocios independientes que ofertan sus servicios a los actores directos e indirectos que concurren al

mercado.

La función de los mercados mayoristas es al mismo tiempo extremadamente simple y extremadamente compleja. Su función simple implica facilitar la comercialización de alimentos a nivel mayorista, generalmente sin procesar, entre productores y minoristas, como ocurre en el Mercado Mayorista de Bolívar. Su complejidad se debe a la multiplicidad de sus funciones (carga y descarga de productos, presentación de los productos, control de calidad y precios, incremento de giro de productos, entre otros), y, a la multiplicidad de las actividades de los que ocupan el mercado que cada vez va en crecimiento.

La finalidad del Mercado Mayorista de Bolívar es brindar al pequeño y mediano productor agrícola del cantón, provincia y Región; mejores alternativas para comercializar sus productos agrícolas, a la vez trabajar en procesos de comercio justo donde se conjugue el ganar-ganar entre productor y comerciante. De esta forma se potencia el desarrollo económico y el bienestar de la comunidad, capitalizando la economía local generada por la dinámica

comercial, el mercado laboral y la actividad productiva. Este nuevo enfoque dinamizará el desarrollo sostenible.

Desde el consenso en el desarrollo del Mercado Mayorista de Bolívar, los distintos actores podrán definir un conjunto de acciones coordinadas que permitan potenciar a este mercado como ícono de desarrollo provincial, que beneficie a productores y comerciantes, garantizando una adecuada sostenibilidad de las inversiones realizadas desde la esfera pública con un argumento de desarrollo y valorización del territorio y a la sociedad con un instrumento para mejorar la calidad de vida. El desarrollo de esta propuesta de modelo parte de una visión estratégica y consensuada que contempla el amplio espectro de realidades que configuran un modelo territorial, económico, social y de comercialización.

Conforme al análisis situacional y estructural del Mercado Mayorista de Bolívar, en la actualidad es dependiente del GAD Municipal, que opera con una débil organización administrativa y operativa; para el cual el Modelo planteado establece tres líneas de acción operativas relacionadas a: Infraestructura que corresponde a reorganizar la existente para garantizar una mejor seguridad y flujo comercial; Administración y Gestión relacionada a implementar estrategias que garanticen un ambiente favorable de trabajo, así como un comercio justo, donde las transacciones comerciales respondan al buen vivir. Finalmente y lo que tiene que ver con lo legal, corresponde a la normativa que rigen los destinos más adecuados de comercialización en un mercado de tránsito en crecimiento.

El Modelo plantea en una primera fase fortalecer la Organización y Administración interna del Mercado Mayorista, lo cual facilitará en una segunda fase constituir a éste mercado en una Empresa Pública, en cuyo caso el modelo planteado seguirá vigente con excepción de la Ordenanza, la cual deberá ser modificada.

4.5.2. Diagnóstico FODA del Mercado Mayorista de Bolívar

Sobre la base del estado situacional descrito en la Fase I del presente estudio y del ejercicio de analizar informaciones previas a la consultoría, participativamente se determinó un análisis interno y externo de Operatividad del Mercado Mayorista de Bolívar en función de diversos ejes

temáticos:

- Infraestructura disponible
- Administración y Gestión Operativa
- Reglamentación

Esta metodología permitió ordenar todos los aspectos que caracterizan el Mercado Mayorista de Bolívar en función de las categorías seleccionadas. De este modo, queda sistematizada toda la información, facilitando el análisis del diagnóstico y la posterior definición del modelo estratégico y sus líneas de acción operativas. En el cuadro 9 se detalla el FODA participativo desarrollado con la participación de actores directos e indirectos del Mercado Mayorista de Bolívar

Cuadro 9. FODA Participativo del Mercado Mayorista de Bolívar

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Infraestructura disponible para el comercio ➢ Localización del Mercado Mayorista de Bolívar ➢ Centro de Acopio Interprovincial ➢ Comerciantes han iniciado un proceso de organización ➢ Existe cordialidad entre el Productor y Comerciante ➢ Existe personal Administrativo que labora en el mercado mayorista ➢ El Mercado Mayorista de Bolívar genera ingresos por arriendo de bodegas e ingreso vehicular ➢ Cuentan con una Ordenanza que Reglamenta el Funcionamiento y Administración del Mercado Mayorista y del Comercio en Espacios de Circulación Pública en la Ciudad de Bolívar	➢ Abastecimiento de productos permanente ➢ Fuente de trabajo para agricultores, comerciantes, estibadores y comedores ➢ Contar con el Sistema de Información de precios a nivel nacional ➢ Organización de agricultores,

DEBILIDADES	AMENAZAS
➢ Falta de inversión ➢ No cuenta con un sistema de seguridad electrónico ➢ Falta iluminación ➢ Falta señalización ➢ El Mercado mayorista no cuenta con duchas ni espacios deportivos ➢ Falta de implementación en locales de comida ➢ Sistema de parqueo desordenado y subutilizado ➢ Falta promoción y difusión del Mercado Mayorista de Bolívar ➢ No cuentan con un Reglamento que facilite la operatividad de la Ordenanza ➢ No hay capacitación para el Personal Administrativo y Actores del mercado ➢ Falta de adecentamiento ➢ Debil control de calidad de los productos que se expenden ➢ No existe un plan de limpieza y desinfeccion	➢ Creación de nuevos mercados mayoristas en la provincia del Carchi y otras provincias del país ➢ Inseguridad de los Actores Directos que realizan sus transacciones en el MMB por robos y asaltos ➢ Circulación de billetes falsificados en la transacción de productos ➢ Falta de producto ➢ Inestabilidad en precios

4.5.3. Propuesta de Gestión Administrativa del Mercado Mayorista de Bolívar

En relación a la situación actual en la que se desarrolla el Mercado Mayorista de Bolívar, se ve la necesidad de fortalecer la estructura Organizativa del mercado con fines de lograr un desarrollo sostenible y sustentable con el tiempo.

En tal razón se ha diseñado un documento que confiere la forma de Gestión Administrativa para su buen funcionamiento, que permitirá mejorar su organización y ordenar la información de manera técnica, optimizando los recursos humanos, financieros y materiales.

El Mercado Mayorista de Bolívar, siendo un mercado de transferencia inmediata, se hace necesario establecer una adecuada organización con fines de garantizar beneficios para productores, comerciantes y demás usuarios que concurren al mercado. Esto permitirá potencializar el desarrollo territorial del cantón Bolívar y de la Provincia en general, toda vez que se crea una dinámica productiva y comercial, donde tanto el productor como el comerciante se ven beneficiados, proyectando siempre un comercio justo, transparente y equitativo.

Para que el Mercado Mayorista logre una sostenibilidad en el tiempo se hace necesario establecer una adecuada estructura administrativa del mercado, bajo tutela del GAD Municipal de Bolívar y a plazo constituir al Mercado en una Empresa Pública del GAD Municipal, donde se consolide una base social sostenida a través de una adecuada administración y gestión operativa del mercado.

4.5.3.1. MISION

El Mercado Mayorista de la ciudad de Bolívar, ubicado en la Provincia del Carchi, ha sido creado para facilitar, proporcionar y brindar servicios de calidad con el apoyo al comercio dentro y fuera de nuestra provincia, mediante una administración efectiva que garantice transparencia y oportunidad con las acciones a realizar que irán, en beneficio del consumidor abastecimiento al sector alimentario en su área de influencia.

4.5.3.2 VISION

El Mercado Mayorista de la ciudad de Bolívar, es una organización destacada a nivel provincial y regional, fundamentada en sus valores y principios, actualizada y creativa, que asegura una adecuada sostenibilidad llevando un comercio justo, equitativo, incluyente y solidario, proyectándose a ser en 15 años una Empresa Pública Modelo, por su administración en servicios de Mercados Mayoristas del país, por generar recursos necesarios para su excelente operación, estimulando el crecimiento de su gente y la modernización de sus procesos.

4.5.3.2. .Política

Servir a productores, comerciantes, transportista, estibadores y demás usuarios del Mercado Mayorista de Bolívar con espíritu ético, humanístico y con actitud positiva y transparente, orientado a fortalecer la seguridad alimentaria en el Ecuador

4.5.3.3. Valores compartidos

Los valores representan aquellos principios que guían el comportamiento organizativo del Mercado Mayorista de Bolívar, haciendo que los empleados no pierdan el rumbo, independientemente de las circunstancias que se presenten. Los valores que caracterizan al personal de ***LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR (EPMB)*** son:

- ✓ Liderazgo responsable en el sector.
- ✓ Ética (lealtad, honestidad, integridad y compromiso).
- ✓ Compromiso con el servicio.
- ✓ Excelencia (conocimiento, creatividad, calidad, eficiencia y eficacia).
- ✓ Responsabilidad social y ambiental
- ✓ Comunicación.
- ✓ Persistencia (seguridad y tenacidad).
- ✓ Identidad.
- ✓ Flexibilidad en el desarrollo de las operaciones

4.5.3.4. Objetivos Institucionales

Objetivo General

- ✓ Prestar un servicio adecuado a productores, comerciantes, transportistas y demás usuarios del mercado; para realizar una adecuada comercialización de granos, hortalizas y demás productos en estado fresco propios del territorio, tanto al por mayor como al por menor.

Objetivos Específicos

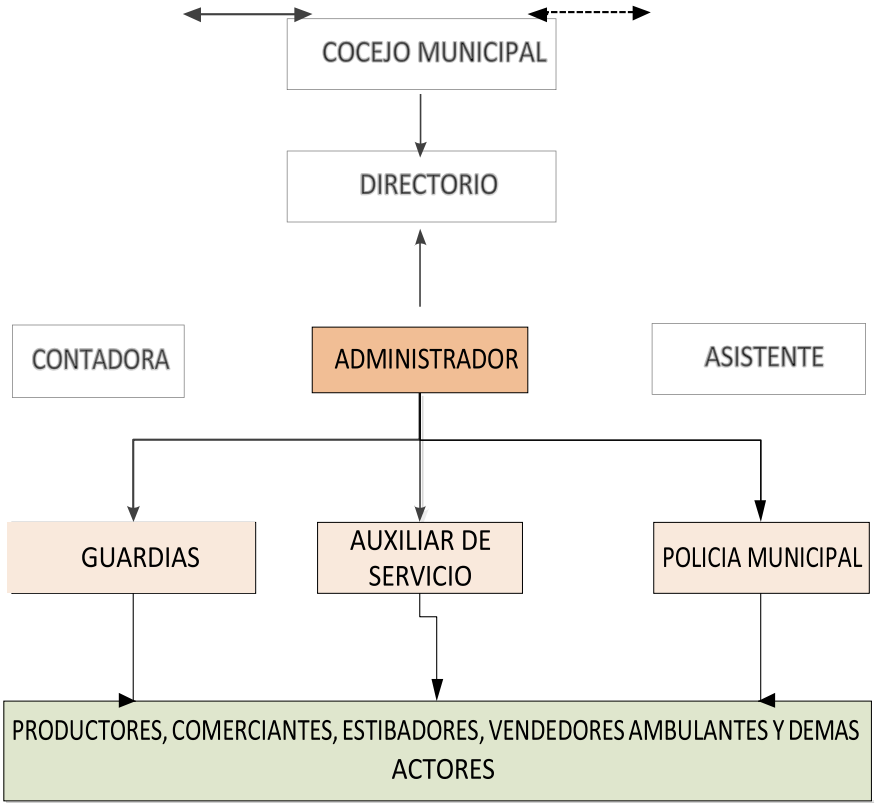
- ✓ Mejorar las condiciones de infraestructura existentes en el Mercado Mayorista de Bolívar, tal que permita un adecuado flujo de carga y descarga de productos que se comercializan en el mercado.
- ✓ Optimizar la Gestión Administrativa del Mercado Mayorista de Bolívar, mejorando los servicios de mantenimiento, limpieza, seguridad, tránsito vehicular, control y vigilancia a fin de alcanzar una adecuada sostenibilidad de las inversiones en el corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Mejorar las normas, procedimientos y sistemas de control en la administración y operación del mercado que coadyuven a un mejor desenvolvimiento de las actividades.

4.5.3.5. Estructura Organizativa

El Mercado Mayorista de Bolívar, además de ser un mercado polivalente donde se comercializan alimentos perecederos (hortalizas y verduras).

Conforma a las necesidades establecidas en el Mercado Mayorista de Bolívar, así como a su proyección futura, se hace necesario consolidar un orgánico estructura conforme se detalla en la figura 29.

Figura 29. Orgánico Estructura del Mercado Mayorista de Bolívar

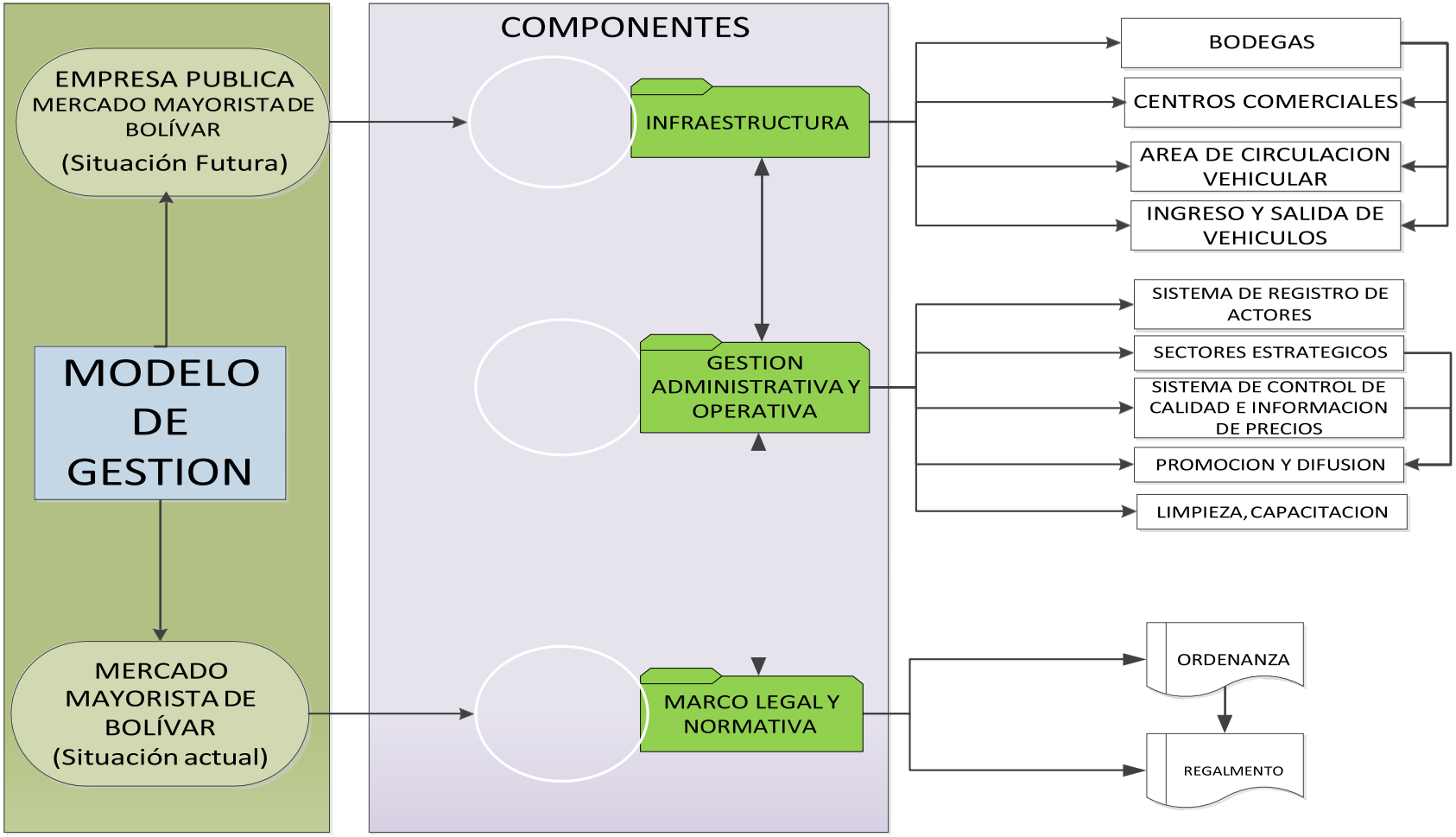


Las funciones correspondientes al Orgánico Estructural del Modelo de Gestión para Administración y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar, se detalla en el Manual de Funciones, detallado en el Anexo 7.

4.5.4. Líneas de Acción Operativa

Para dar congruencia a la visión de corto, mediano y largo plazo, se delineo 3 componentes de trabajo, de las cuales se generan las líneas de acción, considerando como punto de partida los tres objetivos Institucionales del Modelo de Gestión del Mercado Mayorista de Bolívar, detallado en la figura 30.

Figura 30. Modelo de Gestión del Mercado Mayorista de Bolívar



4.5.4.1. Componente 1: Optimización de la Infraestructura

Una infraestructura comercial, como las instalaciones de mercados mayoristas es esencial para una comercialización eficaz con relación a los costos, a fin de reducir al mínimo las pérdidas postcosecha y los riesgos para la salud. La infraestructura de mercado es necesaria en todas las etapas de la cadena de suministro.

Generalmente los mercados mayoristas están congestionados, carecen de higiene y no son eficientes, en algunos casos se han convertido en oportunidades para obtener ganancias y no como instituciones que necesitan inversión, acompañada de una adecuada administración y gerencia de los mismos; se evidencia considerables novedades en el desarrollo de los supermercados y el mejoramiento de los vínculos en la agroindustria, sin embargo el grueso de los productos alimentarios sigue distribuyéndose por canales más tradicionales, con infraestructura de mercado tradicional.

Los mercados no son organizaciones estáticas y el desarrollo de un mercado se ve fuertemente influenciado por la dinámica productiva y el tipo de cambios organizativos y tecnológicos que se están produciendo. La Infraestructura del mercado está influenciada por muchos factores, el más fundamental es el tamaño y la utilización del espacio de venta y su relación con el tráfico la circulación y el estacionamiento.

El Mercado Mayorista de Bolívar, ha sido diseñado y su infraestructura existente responde a una dinámica comercial de almacenamiento de productos para una posterior comercialización; sin embargo la realidad local gira en torno a un comercio de tránsito, respondiendo a un Mercado de transferencia; ello es debido a que el productor realiza sus cosecha en sus parcelas comprendidas entre 1 a 3Ha, cuya producción es llevada al mercado para su comercialización inmediata, tomando en cuenta la cercanía mercado-áreas de producción.

El ingreso vehicular actualmente tiene una sola entrada, con proyección a implementar el ingreso automatizado vehicular al interior del Mercado Mayorista, lo cual permitirá optimizar recursos y organización interna de la movilidad vehicular. La propuesta consensuada para establecer el ingreso vehicular automatizado, se esquematiza en el mapa 1

Las líneas de acción a corto, mediano y largo plazo en lo referente al componente de Optimización de Infraestructura se detallan en la Tabla 1,

mismas que han sido consensuadas con actores directos e indirectos del Mercado Mayorista de Bolívar.

Tabla 1. Líneas de Acción del componente de Infraestructura

1. Ingreso y salida vehicular automatizado
   - Reorganización de movilidad interna
   - Área de parqueo y movilidad
   - Acondicionamiento de áreas de carga y descarga
2. Dotación de servicios básicos en la sección de servicios de alimentación
3. Readecuación de áreas de servicios de alimentación
4. Creación de espacios deportivos
5. Implementación de un sistema de seguridad electrónica

Fuente: Investigación de campo

Figura 31. Propuesta de Ingreso Vehicular Automatizado

GRANOS

GRANOS

ZANAHORIA

CEBOLLA

4.5.4.2. Componente 2: Administración y Gestión Operativa

La administración y gestión de mercados mayoristas son un elemento relevante, cuyos problemas son entre otros los siguientes:

a) Control apropiado de los activos;
b) Poderes y autoridad necesarias;
c) Acuerdos efectivos con los usuarios del mercado;
d) Cumplimiento de las normas de mercado, contratos y acuerdos;
e) Viabilidad económica y la sostenibilidad;
f) Relaciones eficaces con los usuarios del mercado, proveedores de servicios, agencias gubernamentales y otros mercados;
g) Eficiencia operativa y de gestión;
h) Personal entrenado y disciplinado;

Por tanto el mantenimiento y reposición de activos en un mercado, responde al *control apropiado de los activos*, donde las funciones que ejerce la autoridad encargada deben estar encaminadas a gestionar eficazmente:

- ✓ Horas de funcionamiento
- ✓ Acceso al mercado;
- ✓ Tráfico y los controles de estacionamiento;
- ✓ Descarga, carga y apilado de productos
- ✓ Movimiento vehicular interno
- ✓ Control de calidad del producto
- ✓ Aplicación de multas, acorde a las reglas del mercado y los contratos de alquiler.
- ✓ Acuerdos efectivos con los usuarios del mercado, para minimizar los malentendidos y garantizar el cumplimiento de los requisitos de la autoridad de gestión, entre otros.

En lo referente a la *viabilidad económica y la sostenibilidad,* es necesario que la autoridad del mercado desarrolle un plan de negocios, un plan de trabajo anual y un presupuesto anual, cuyo fin es asegurarse de que los ingresos generados sean suficientes para satisfacer la adecuada operatividad del mercado

El éxito de un mercado está en la gestión de funcionamiento eficiente, siendo necesario para ello que el mercado responda a un horario adecuado a la dinámica comercial, tráfico y el aparcamiento controlado, manipulación del producto y movimiento eficiente, limpieza del mercado y eliminación de basura normado y funcionamiento adecuado de las instalaciones (baños, agua potable,

teléfonos, fax, correo electrónico y servicios de apoyo tales como bancos, alimentación, entre otros).

En lo que respecta al personal administrativo del mercado debe estar bien entrenado para saber lo que deben hacer para cumplir con los objetivos y los planes de gestión de funcionamiento del mercado. El personal requerirá supervisión para asegurar que su enfoque es disciplinado y

estructurado.

Basados en la perspectiva y desempeño actual del Mercado Mayorista de Bolívar, se hace necesario generar un nuevo sistema administrativo con el fin de hacer del Mercado un Modelo eficiente y sostenible a largo plazo.

A través de una administración bien diseñada se pueden contrarrestar debilidades que actualmente se evidencian en el funcionamiento del Mercado y están detalladas en el análisis FODA consensuado con autoridades, productores, comerciantes, transportistas y demás usuarios del mercado.

Una adecuada administración y gestión operativa del mercado permitirá a larzo plazo dar el salto cualitativo a constituirse en una empresa pública; lo cual permitirá garantizar efectividad en el desempeño institucional; tomando en cuenta que en la actualidad se cuenta con infraestructura disponible para realizar las transacciones comerciales en mejores condiciones.

El nuevo sistema administrativo de acuerdo al estudio realizado, para ser efectivo, debe darse a dos escalas diferentes: una escala institucional, en el cual la Administración del Mercado Mayorista esté bajo la tutela del GAD Municipal de Bolívar a través de la designación de una Administrador del Mercado y designación del Equipo Administrativo correspondiente y otra escala correspondiente a la conformación de la empresa pública del GAD Municipal de Bolívar, la misma que deberá darse luego de haber adquirido la experiencia administrativa y operativa en la gestión del mercado. Sin embargo el Modelo planteado no obsta implementar las líneas de acción detalladas en la tabla 2, mismas que se determinaron a través del diagnóstico y consenso del análisis FODA con autoridades, productores, comerciantes, transportistas y demás usuarios del Mercado mayorista de Bolívar.

Tabla 2. Líneas de Acción del Componente de Administración y Gestión Operativa

1. Coordinación con sectores estratégicos
   - Consolidación del Mercado Mayorista de Bolívar como ícono de la Provincia del Carchi
   - Coordinación con la Policía Comunitaria para fortalecer la seguridad
   - Gestionar mayor aprovechamiento del espacio físico
2. Gestionar el servicio de asistencia financiera
3. Plan de capacitación para actores
4. Plan de limpieza y desinfección
5. Sistema de control de calidad e información de precios
   - Pesos y medidas
6. Promoción y difusión del Mercado Mayorista de Bolívar
7. Sistema de registro de actores
8. Plan de producción y comercialización de productos
   - Estudio de oferta y demanda de productos para el Mercado Mayorista de Bolívar
9. Organización de las secciones de Productos
10. Promover la utilización de bodegas y espacios dentro del mercado

Fuente: Investigación de campo

4.5.4.3. Componente 3: Marco Legal y Normativa

Los mercados son lugares para la interacción de los diferentes grupos de interés y las personas que buscan optimizar sus ingresos; por tanto en los mercados debe darse una imparcialidad, que reconozca la participación de todos los usuarios para su correcto funcionamiento. Sin embargo, en un entorno donde se desarrollan transacciones comerciales, será inevitablemente conflictos y el caos y la confusión que puede ser a la detrimento de los participantes más débiles, en función de ello es necesario la existencia y aplicación de normas o regulaciones y el cumplimiento estricto y uniforme de las mismas.

Estas reglas o normas deben ser claras, prácticas y tan simples como sea posible, de manera que sean fáciles de entender y aplicar. Las razones para la regulación particular, debe ser entendido por todos los usuarios del mercado. Deben ser elaborados por la autoridad de gestión en estrecha consulta con los grupos de usuarios del mercado para garantizar su viabilidad. Se debe tener en cuenta de las leyes nacionales y municipales y estar dentro del poder y la autoridad dada en la ley y en cualquier instrumento que permita la legislación, orden o jurídica que establezca la autoridad correspondiente. Además, las penas o sanciones para hacer cumplir

reglamentos o normas también deben estar dentro del poder de la autoridad de gestión, o estar previsto en la legislación o reglamentación.

El Mercado Mayorista de Bolívar, cuenta hasta la presente con una Ordenanza que Reglamenta el Funcionamiento y Administración del Mercado Mayorista y del Comercio en Espacios de Circulación Pública en la Ciudad de Bolívar, sin embargo esta no ha sido aplicada por la Administración, encontrándose que dicha ordenanza no cuenta con un reglamento que permita su aplicación. El estudio en mención y conforme a los objetivos propuestos en los Términos de Referencia, se procedió al análisis de la Ordenanza en forma participativa y ajuste de la misma conforme a las leyes y normativa vigente; de igual forma se construyó el reglamento y Manual de Funciones, que permitirán la operatividad de la Ordenanza. Por lo que en este componente, se ha considerado 3 líneas de acción, que a la vez permitirán fortalecer el Modelo de Gestión para Administración y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar, que se detalla en la tabla 3.

Tabla 3. Líneas de Acción del Componente Marco Legal y Normativa

1. Aprobación de Ordenanza y reglamento
2. Implementación de la Normativa
3. Reformas, acorde a la dinámica del Mercado Mayorista de Bolívar

4.5.5. Administración del Mercado Mayorista de Bolívar

El Modelo de Gestión proyecta una administración, la cual velará por el interés común de los usuarios, incentivando y licitando los servicios necesarios para el mejor ordenamiento del mercado, así mismo, en ese mismo se complementará servicios anexos tales como locales para el comercio relacionado, teléfonos y fax, servicios bancarios, control de asistencia técnica, salas de conferencias, etc.

La Administración del Mercado Mayorista de Bolívar debe ser un ente administrativo independiente de carácter institucional con capacidad de decisión. Éste se encargará de velar por los intereses del mercado, por lo que debe rendir cuentas a la Alcaldía y tener el poder de tomar decisiones sobre el sistema operativo del mercado conforme a la normativa vigente.

Esta nueva entidad se hará responsable de gestionar e implementar las líneas de acción señaladas en los ítems 4.5.4.1, 4.5.4.2 y 4.5.4.3.

La Administración del Mercado Mayorista de Bolívar tendrá bajo su administración el Equipo Técnico y Operativo, conforme se detalla en Orgánico Estructura y Manual de Funciones del presente Modelo. El Administrador rendirá cuentas a la Alcaldía basado en los reportes e informes trimestrales conforme lo establece el reglamento.

Esta administración institucional consta de dos etapas de operación. La primera instancia

estudia, construye y pone en funcionamiento el Modelo de Gestión para la Administración y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar; la segunda se encargará de la operación y sostenibilidad del Modelo, para el cual gestionará la constitución del Mercado Mayorista como una Institución Pública del GAD Municipal de Bolívar.

4.5.6. Ordenanza

Dentro de la estructura general del Estado Ecuatoriano, los Estatutos son las normas que rigen los órganos autónomos del Estado, mientras que las Ordenanzas son las disposiciones que emiten los Gobiernos Municipales para normar aspectos específicos de sus circunscripciones territoriales y dentro de ellas tendrá primacía de ley. La "ORDENANZA QUE REGULA LA ORGANIZACIÓN, FUNCIONAMIENTO Y CONTROL DEL MERCADO MAYORISTA DEL CANTON BOLÍVAR" se detalla en el Anexo 5, cuyos articulados de trabajo se resumen en cuatro capítulos:

- Capítulo I: Organización y Administración del Mercado Mayorista de Bolívar.
- Capítulo II: Ocupación de los Espacios del Mercado Mayorista de Bolívar
- Capítulo III: Contratos, Renovación y Cánon de Arrendamiento
- Capítulo IV: Obligaciones, Prohibiciones y Sanciones

4.5.6.1. Reglamento que Dinamiza la Operatividad de la Ordenanza

Los reglamentos específicos tienen por objeto establecer las normas y procedimientos para la presentación de un servicio específico y son aprobadas

por los organismos de Regulación o Control según el caso. Sin embargo es necesario aclarar que éstas no serán las mismas en diferentes circunscripciones territoriales.

Para el caso del Mercado Mayorista de Bolívar, el Reglamento que permite la operatividad de la Ordenanza, se detalla en el Anexo 6

4.5.7. Manual de Funciones y Procedimientos

Siendo el Manual de Funciones uno de los instrumentos básicos que orienta las funciones y/o responsabilidades de cada área de trabajo; el trabajo de Consultoría deja propuesto un documento que orienta las acciones del Equipo Administrativo y Operativo del Mercado Mayorista de Bolívar, señalando que el mismo puede entrar en vigencia antes de que se conforme el Mercado Mayorista como Empresa Pública del GAD Municipal de Bolívar, así como posterior a la conformación de la Empresa Pública. El documento se adjunta en el Anexo 7.

Respecto a los Manuales de Procedimientos, en el Anexo 8 se adjunto un documento que contiene Fichas de Registro de Actores, Plan de capacitación, así como el Plan de Limpieza y Desinfección.

5. FASE III: PLAN DE ACCIÓN

Siendo el Plan de acción un espacio para discutir el que, como, cuando y con quien se realizan las acciones, el estudio en mención en función de ello a estimado los tiempos en los cuales se puede implementar el Modelo de Gestión para la Administración y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar; para ello se ha visto la necesidad de determinar cuantitativamente el costo promedio de arrendamiento de bodegas, así como el valor tarifado de vehículos; considerados éstos como ingresos generados por el Mercado Mayorista de Bolívar.

5.1. INVERSIONES DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR

Las inversiones realiz

adas y que corresponden a la infraestructura existente en el Mercado Mayorista de Bolívar es de 1.074.783,4 USD; mientras que las inversiones por realizarse para una mejor operatividad del mercado y que corresponden al acondicionamiento de la infraestructura, adquisición de Maquinaria y Equipo, Gestión Administrativa y Estudios, es de 257.580 USD, conforme se detalla en el cuadro 10.

Cuadro 10. Inversiones del Mercado Mayorista de Bolívar

RUBRO	UNIDAD	CANT.	P.U (USD)	P.T (USD)	V.U	DEP. ANUAL (USD)
1. Infraestructura						
Total Construcción (realizada)	GLOBAL	1	1.074.783,4	1.074.783,4	50	21.495,7
Acondicionamiento de Oficina (por realizar)	GLOBAL	1	5.000,0	5.000,0	30	166,7
Adecuación estacionamiento y garitas de entrada y salida de vehículos (por realizar)	GLOBAL	1	35.000,0	35.000,0	50	700,0
Seguridad interna del Mercado Mayorista (por realizar)	GLOBAL	1	6.000,0	6.000,0	10	600,0
Dotación de Servicios Básicos en las áreas de alimentación	GLOBAL	1	2.500,0	2.500,0	20	125
Readecuación de áreas de servicios de alimentación	GLOBAL	1	15.000,0	15.000,0	30	500
Creación de Espacios Deportivos	GLOBAL	1	60.000,0	60.000,0	30	2000
2. Mobiliario por Adquirir						
Computadora e impresora	U	3	1.100,0	3.300,0	3	1.100,0
Archivadores	U	4	350,0	1.400,0	5	280,0
Escritorios	U	3	220,0	660,0	5	132,0

RUBRO	UNIDAD	CANT.	P.U (USD)	P.T (USD)	V.U	DEP. ANUAL (USD)
Mesa de reuniones (6 personas)	U	1	650,0	650,0	5	130,0
Infocus	U	1	850,0	850,0	3	283,3
Pizarra tiza líquida	U	2	75,0	150,0	5	30,0
Sumadora	U	2	35,0	70,0	3	23,3
Copiadora	U	1	2.100,0	2.100,0	5	420,0
3.Sistema de Información de precios por implementar						
Pantalla gigante	U	1	7.000,0	7.000,0	5	1.400,0
Adecuación del espacio físico	GLOBAL	1	5.000,0	5.000,0	20	250,0
4.Ingreso y salida vehicular por implementar						
Sistema de cobro tarifado	GLOBAL	1	13.000,0	13.000,0	10	1.300,0
5. Gestión Administrativa						
Coordinación con sectores Estratégicos	GLOBAL	1	2.000,0	2.000,0	20	100,0
Servicios de Asistencia Financiera	GLOBAL	1	500,0	500,0	5	100,0
Registro de Actores del Mercado Mayorista de Bolívar	GLOBAL	1	3.000,0	3.000,0	20	150,0
6. Sistema de Producción y Mercadeo						
Estudio de oferta y demanda de productos para el Mercado Mayorista de Bolívar	GLOBAL	1	75.000,0	93.000,0	30	3.100,0
7. Equipo de Control de Calidad y limpieza por adquirir						
Balanza	U	1	1.200,0	1.200,0	5	240,0
Manguera	Metros	50	4,0	200,0	3	66,7
TOTAL				**1.332.363,4**		**34.692,7**

5.2. GASTO OPERATIVO DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR

Corresponde a la Mano de Obra, Capacitación del Talento Humano, Materiales de Oficina y Servicios Básico necesarios para una mejor funcionalidad del Mercado Mayorista de Bolívar.

5.2.1. Mano de Obra para Operatividad del Mercado

Para una mejor funcionalidad del Mercado Mayorista de Bolívar, se plantea un Equipo Técnico mínimo, cuyas remuneraciones han sido consideradas conforme a la información facilitada por la Dirección Financiera del GAD Municipal del Cantón Bolívar, mismas que se detallan en el cuadro 11.

Cuadro 11. Equipo Técnico Administrativo y Operativo del Mercado mayorista de Bolívar

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P.U (USD)	TOTAL ANUAL (USD)
Administrador	Profesional	1	920,0	11.040,0
Asistente Administrativo	Profesional	1	720,0	8.640,0
Inspector	Profesional	1	920,0	11.040,0
Contador/a	Profesional	1	720,0	8.640,0
Guardias	Técnicos	3	540,0	19.440,0
Policía Municipal	Técnico	1	690,0	8.280,0
Auxiliar de servicios	Técnicos	2	510,0	12.240,0
TOTAL MENSUAL				**79.320,0**

5.2.2. Capacitación de Actores Directos e Indirectos del Mercado Mayorista de Bolívar

La capacitación propuesta anualmente, está dirigida a Actores Directos e Indirectos, así como al Equipo Administrativo y Técnico del Mercado Mayorista de Bolívar, conforme se detalla en el cuadro 12

Cuadro 12. Capacitación Mediata de Actores Directos e Indirectos del Mercado Mayorista de Bolívar.

RUBRO	UNIDAD	CANT.	P.U (USD)	P.T (USD)
Manejo y Conservación de alimentos	GLOBAL	1	500	500,0
Relaciones Humanas	GLOBAL	1	500	500,0
Seguridad y salud Ocupacional	GLOBAL	1	500	500,0
TOTAL				**1.500,0**

5.2.3. Materiales de Oficina y Servicios Básicos

Los materiales de oficina, al igual que los servicios básicos, movilización y Promoción y Difusión del Mercado Mayorista de Bolívar; indispensables para un mejor funcionamiento del Mercado mayorista de Bolívar, son conforme se detalla en el cuadro 13.

Cuadro 13. Requerimiento anual de Materiales de Oficina y Servicios Básicos para el Mercado Mayorista de Bolívar

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P.U (USD)	TOTAL ANUAL (USD)
1. Material de Oficina				
Papel Boon	U	12	4	48
Toner	U	3	80	240
Cuadernos	U	10	2,2	22
Carpetas	U	50	0,6	30
Borradores	U	24	0,6	14,4
Grapas	U	5	1,75	8,75
Clips	U	10	1,25	12,5
Goma	U	10	0,6	6
Tijeras	U	5	1,25	6,25
Carpetas archivadores	U	10	3	30
Agusador	U	5	6	30
Estiletes	U	5	1,2	6
Material de limpieza	GLOBAL	1	1000	1000
2. Servicios Básicos				
Agua	AÑO	12	40	480
Luz	AÑO	12	50	600
Teléfono/Internet	AÑO	12	344	4128
3. Transporte				
Movilización	AÑO	12	120	1440
4. Promoción y Difusión del Mercado				
Spot Publicitarios	AÑO	12	100	1200
TOTAL ANUAL				**9.301,90**

5.3. GASTO OPERATIVO DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR

El costo operativo anual y mensual del Mercado Mayorista de Bolívar, hace referencia a la depreciación y mantenimiento de las inversiones realizadas en el Mercado Mayorista, así como al gasto corriente referido al Talento Humano, capacitación, materiales de oficina, servicios básicos, Transporte, y, Promoción y Difusión del Mercado Mayorista; requeridos para una adecuada funcionalidad del mercado.

Respecta a la Depreciación de la infraestructura existente y en función de su costo, se ha estimado con fines de cálculos matemáticos una vida útil de 50 años, mientras que para determinar el costo de mantenimiento de la infraestructura existente se ha considerado el 0,5%, significado un costo de 5.373,9 USD/año, para la maquinaria y equipo de trabajo complementario del Mercado Mayorista, se trabajó con el 3% de mantenimiento, excepto el sistema de cobro

tarifado que es del 7%, considerando este valor en base a la proforma emitida por la empresa que oferta el servicio. El cuadro 14 detalla el gasto operativo del Mercado Mayorista de Bolívar.

Cuadro 14. Gasto Operativo del Mercado Mayorista de Bolívar

RUBRO	COSTO OPERATIVO (USD)	
	ANUAL	MENSUAL
Depreciación Maquinaria y Equipo	34.692,7	2.891,1
Mantenimiento	13.621,3	1.135,1
Talento Humano	79.320,0	6.610,0
Capacitación	1.500,0	125,0
Material de Oficina	1.213,9	101,2
Servicios Básicos	5.208,0	434,0
Transporte	1.440,0	120,0
Promoción y Difusión del Mercado	1.200,0	100,0
TOTAL ANUAL	**136.995,9**	**11.416,3**

5.4. INGRESOS GENERADOS DEL MERCADO MAYORISTA DE BOLÍVAR

Con fines de lograr sostenibilidad de las inversiones realizadas en el Mercado Mayorista de Bolívar y en función del gasto operativo anual propuesto, así como del movimiento vehicular promedio entre mayo-agosto de 2012, se ha considerado los siguientes ingresos:

a) Ingreso por arriendo de bodegas y locales

- Ingreso por Bodegas, de las cuales se ha estimado un valor del canon de 37.88 USD/mes; estimándose que de las 46 bodegas, el 50% debe ser arrendadas y el 50% estaría destinada para arrendamiento diario a un valor de 4USD/día. Es necesario puntualizar que de las 47 bodegas.

- Los 8 locales comerciales deberán ser arrendados a un costo de 61.88 USD/mes y el restaurante a un costo de 91.88 USD/mes

- El área destinada para servicio bancario debe ser arrendada a 201.88USD/mes.

b) Ingreso y salida de vehículos automatizada

Conforme a la dinámica del Mercado Mayorista de Bolívar y en función de los tiempos de permanencia al interior del Mercado Mayorista de Bolívar, se ha tomado en cuenta las siguientes consideraciones:

- Camioneta de capacidad 1,5 a 2 Ton: 0,50 USD; de los cuales y conforme a los datos de movimiento vehicular entre abril y agosto de 2017, se ha estimado una circulación de 200 vehículos por día; siendo necesario incrementar un día más de feria (martes) a fin de lograra sostenibilidad de las inversiones.
- Camión de capacidad 3(NHR) – 5(NPR) Ton: 2,00 USD. Al haberse considerado un promedio de ingreso de 200 camionetas/día entre lunes a viernes, se ha promediado un ingreso de 50 camiones de 3-5 Ton.

- Camión de capacidad 8(FC) – 12(GD) – 16(GH) Ton: 4 USD. De los cuales se ha estimado un ingreso por día de 30 vehículos entre lunes a viernes.
- Por el ingreso de motos, bicicletas o carretas que realicen actividad comercial pagarán un valor mínimo de 0,50 USD. Con fines de cálculos matemáticos este valor no ha sido considerado.

En el cuadro 15, se detalla los ingresos mensuales generados en el Mercado Mayorista de Bolívar.

Cuadro 15. Ingresos Mensuales generados en el Mercado Mayorista de Bolívar

RUBRO	UNIDAD	CANT.	P.U (USD)	P.T (USD)
1. Canon de Arriendo				
Bodegas	U	23	37.88	805,0
Bodegas /arriendo diario	U	23	4	1.932,0
Centros Comerciales	U	8	61.88	360,0
Restaurante	U	1	91.88	60,0
Guardería	U	1		100,0
Oficina Bancaria	U	1	201.88	120,0
2. Cobro tarifado de lunes a viernes				
Camioneta	U	200	0,5	2.100,0
Camioneta de 3 Ton	U	50	2	2.100,0
Camioneta de 6 Ton y más	U	40	4	3.360,0
3. Cobro tarifado sabado y domingo				
Camioneta	U	20	0,5	2
Camioneta de 3 Ton	U	20	2	160
Camioneta de 6 Ton y más	U	20	4	320
TOTAL INGRESOS				**11.419,0**

En síntesis con lo detallado en el cuadro 14 y lo propuesto en el cuadro 15, se lograría un equilibrio en las inversiones realizadas y por realizarse en el Mercado Mayorista de Bolívar, tomando en cuenta que con el Equipo Técnico Propuesto se estaría dando un mejor servicio, siendo igualmente necesario gestionar una adecuada promoción y difusión del Mercado a través del GAD Municipal de Bolívar y las diferentes Instituciones que pueden brindar el apoyo.

5.5. PLAN DE ACCION A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

Siendo el Plan de Acción una presentación resumida de las tareas que deben realizarse en un determinado tiempo, utilizando un monto de recursos asignados con el fin de lograr un objetivo común; en la tabla x se detalla las principales líneas de acción referidas a cada uno de los componentes que permiten la operatividad del Modelo de Gestión para Administración y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar.

Cuadro 16. Plan de Acción del Modelo de Gestión para la Administración y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	COMPONENTES	LINEAS DE ACCION	TIEMPO PROGRAMADO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRES)																				PRESUPUESTO ESTIMADO (USD)	RESPONSABLE
				3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36	39	42	45	48	51	54	57	60		
Prestar el servicio adecuado a productores, comerciantes, transportistas y demás usuarios del mercado; para que se realice una adecuada comercialización al mayoreo de granos, hortalizas y demás productos en estado fresco propios del territorio	Mejorar las condiciones de infraestructura existentes en el Mercado Mayorista de Bolívar, tal que permita un adecuado flujo de carga y descarga de productos que se comercializan en el mercado.	Optimización de la Infraestructura	Ingreso y salida vehicular automatizado	■	■	■	■																	53.000,0	GAD Municipal de Bolívar ADMINISTRADOR
			Reorganización de movilidad interna																						
			Área de parqueo y movilidad																						
			Acondicionamiento de áreas de carga y descarga																						
			Dotación de servicios básicos en la sección de servicios de alimentación	■	■																			2.500,0	GAD Municipal de Bolívar ADMINISTRADOR
			Readecuación de áreas de servicios de alimentación		■	■	■																	15.000,0	GAD Municipal de Bolívar ADMINISTRADOR
			Creación de espacios deportivos									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	60.000,0	GAD Municipal de Bolívar ADMINISTRADOR
			Implementación de un sistema de seguridad electrónica	■	■	■																		6.000,0	GAD Municipal de Bolívar ADMINISTRADOR

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	COMPONENTES	LINEAS DE ACCION	TIEMPO PROGRAMADO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRES)																				PRESUPUESTO ESTIMADO (USD)	RESPONSABLE
				3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36	39	42	45	48	51	54	57	60		
	Optimizar la Gestión Administrativa del Mercado Mayorista de Bolívar, mejorando los servicios de mantenimiento, limpieza, seguridad, tránsito vehicular, control y vigilancia a fin de alcanzar una adecuada sostenibilidad de las inversiones en el corto, mediano y largo plazo.	Administración y Gestión Operativa	Coordinación con sectores estratégicos																						
			Consolidación del Mercado Mayorista de Bolívar como ícono de la Provincia del Carchi																					2.000,0	GAD Municipal de Bolívar ADMINISTRADOR
			Coordinación con la Policía Comunitaria para fortalecer la seguridad																						
			Gestionar mayor aprovechamiento del espacio físico																						
			Gestionar el servicio de asistencia financiera																					500,0	ADMINISTRADOR Y EQUIPO TÉCNICO DEL MMB
			Plan de capacitación para actores																					1.500,0	
			Plan de limpieza y desinfección																					1.000,0	
			Sistema de control de calidad e información de precios																					13.400,0	MAGAP, GAD Municipal de Bolívar, ADMINISTRADOR y EQUIPO TÉCNICO DEL MMB
			Pesos y medidas																						
			Promoción y difusión del Mercado Mayorista de Bolívar																					6.000,0	ADMINISTRADOR y EQUIPO TÉCNICO DEL MMB
			Sistema de registro de actores																					3.000,0	

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	COMPONENTES	LINEAS DE ACCION	TIEMPO PROGRAMADO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRES)	PRESUPUESTO ESTIMADO (USD)	RESPONSABLE
			Plan de producción y comercialización de productos			
			Estudio de oferta y demanda de productos para el Mercado Mayorista de Bolívar		93.000,0	GAD Municipal de Bolívar ADMINISTRADOR
			Organización de las secciones de Productos			
			Promover la utilización de bodegas y espacios dentro del mercado		GESTIÓN	ADMINISTRADOR
	Mejorar las normas, procedimientos y sistemas de control en la administración y operación del mercado que coadyuven a un mejor desenvolvimiento de las actividades.	Marco Legal y Normativa	Aprobación de Ordenanza y reglamento			
			Implementación de la Normativa			
			Reformas, acorde a la dinámica del Mercado Mayorista de Bolívar		VOLUNTAD POLÍTICA	GAD Municipal de Bolívar
TOTAL (USD)					**256.900,00**	

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- El Talento Humano a cargo de la Administración, Gestión y Operación del Mercado Mayorista de Bolívar no trabaja en función de un Plan Operativo, que le facilite la toma de decisiones; lo cual va ligado a la inexistencia de un Reglamento que permita la operatividad de la Ordenanza existente.

- El sistema de información de precios que actualmente se maneja en el Mercado Mayorista de Bolívar es una fortaleza que ha permitido conocer los precios de los productos que se comercializan en otros mercados mayoristas a nivel nacional, sin embargo el flujo de la información en el sistema no precisa un conocimiento rápido de los precios de los productos que se expenden en el mercado, al igual que la ubicación de pantallas y el centro de operaciones no presta las facilidades para la fluidez de la información.

- El ingreso, circulación y salida de vehículos en el Mercado Mayorista de Bolívar se realiza en condiciones inadecuadas, sobre todo en las actividades de carga y descarga de los productos, lo cual genera congestión vehicular al interior del mercado, principalmente en las horas pico de llegada del producto comprendido entre 06h00 a 10H00

- El Mercado Mayorista de Bolívar, por su función dentro del canal de comercialización, corresponde a un Mercado Mayorista de Tránsito, donde las transacciones comerciales se realizan de manera inmediata entre el productor y el comerciante, razón por el cual no se hace necesario el almacenamiento de productos

- El proceso de oferta y demanda que se realiza en el Mercado Mayorista de Bolívar, presenta debilidades por falta de aplicación reglamentaria de conformidad con la Ordenanza, razón por el cual existe desorganización principalmente de los Comerciantes que salen del interior del mercado ocasionando desorden en la transacción comercial.

- La inversión en la infraestructura del Mercado Mayorista de Bolívar no es aprovechada conforme a los objetivo planteados inicialmente, toda vez que hasta la presente el 21% de áreas destinadas para el almacenamiento de productos alimenticios han sido arrendadas; siendo imprescindible el arriendo total de las bodegas a fin de lograr sostenibilidad de las inversiones realizadas.

- La sostenibilidad financiera del Mercado Mayorista de Bolívar está en permanente riesgo en función de la infraestructura sub-utilizada principalmente en lo que corresponde a bodegas; lo cual obliga a la Administración de establecer las estrategias adecuadas que permitan arrendar en su totalidad las bodegas existentes, así como la implementación del cobro automatizado de ingreso y salida de vehículos diferenciado por tipo de vehículo

- El estudio conlleva a decidir por un Modelo de Gestión distribuido en dos fases, siendo estas: a) Sostenimiento de las inversiones por parte del GAD Municipal de Bolívar a través de la asignación de un Equipo Administrativo y Operativo que administre el mercado mayorista, acorde a un marco legal y normativo a fin de alcanzar ingresos del mercado por arriendo de

bodegas y centros comerciales, cobro automatizado de ingreso y salida de vehículos, incremento de días de feria, diversificar la oferta de productos, entre otras que permitan la sostenibilidad de las inversiones; y, b) Constitución en Empresa Pública, lo cual permitirá fortalecer el trabajo administrativo y operativo a fin de lograr efectividad en las inversiones.

6.2. RECOMENDACIONES

- Se debe trabajar, en conjunto con las autoridades nacionales y locales y los comerciantes, en una política de transparencia y regulación de precios, que impida las posiciones de control de mercado e incremente el bienestar de los consumidores. Dado que dicha problemática supera la capacidad de gestión y control de las administraciones de los mercados

- De acuerdo a la investigación de campo realizada, es necesario reorganizar las secciones para almacenamiento de productos, lo que permitirá a futuro un mejor control y orden en las actividades de oferta y demanda

- Se recomienda la aprobación inmediata la normativa interna del Mercado Mayorista de Bolívar, misma permitirá la toma de decisiones en el proceso administrativo y operativo de las actividades comerciales.

- A fin de organizar y facilitar la circulación vehicular al interior del mercado, se recomienda la implementación del cobro automatizado de ingreso y salida de vehículos en el Mercado Mayorista de Bolívar.

- El fortalecimiento de seguridad y salud ocupacional para los actores del Mercado Mayorista de Bolívar es fundamental, razón por la cual se recomienda implementar un sistema de seguridad electrónico, duchas y áreas deportivas. De igual manera mantener los baños higiénicos, limpios y disponibles.
- Implementar procesos de capacitación permanente para actores directos e indirectos, así como para el Equipo Administrativo y Operativo del Mercado mayorista de Bolívar; lo cual permitirá que el personal se encuentre motivado para el cumplimiento de las actividades.

- Para facilitar las transacciones comerciales es recomendable realizar las gestiones para que una entidad financiera implemente los servicios bancarios, toda vez que los comerciantes y productores concurren con cantidades de dinero muy significativo que a futuro pueden ser objetos de robos, asaltos y billetes falsificados.

- Poner en práctica el plan de limpieza y desinfección mismo que permitirá tener un mejor control de agentes biológicos.