UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL PARA FORTALECER LA GESTIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL EN FUNCIÒN DEL MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ".

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

ORDÓÑEZ MOZ, REYNA IDALIA	OM97007
RAMÍREZ VALIENTE, XENIA MARITZA	RV96024
MORALES ARGUETA, LEONORA	MA95029

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MARZO DE 2010

SAN SALVADOR **EL SALVADOR** **CENTROMÉRICA**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector	: Msc. Rufino Antonio Quezada Sánchez
Secretario General	: Lic. Douglas Vladimir Alfaro Chávez

Facultad de Ciencias Económicas

Decano	: Msc. Roger Armando Arias Alvarado
Secretario	: M.B.A. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

Docente Director	: Lic. Alfonso López Ortiz
Coordinador de seminario	: Lic. Rafael Arístides Campos
Docente Observador	: Lic. Abraham Vásquez Sánchez.

Marzo 2010

San Salvador El Salvador Centroamérica

AGRADECIMIENTOS

A Dios primeramente por darme sabiduría, fortaleza y protección en todo momento, a mis padres Vilma de Morales y Joaquín Morales por darme la vida, por su sacrificio, su ejemplo de superación y su invaluable apoyo, a todos mis maestros de la Universidad de El Salvador por su dedicación y por brindarme esta valiosa herencia, a mi amiga Yesenia por su apoyo incondicional y darme fortaleza, a mis compañeras de tesis Idalia por ser el pilar de nuestro grupo y Xenia por su colaboración, a mis hermanos y sobrinos por su amor y cariño, a mis tíos Juanita y Salvador que siempre estuvieron a mi lado, a Manuel por su amor y comprensión y todas las personas que ayudaron al logro de mi carrera les expreso mi eterno agradecimiento.

LEONORA MORALES ARGUETA

Agradezco primeramente a Dios por ser mi principal apoyo para el logro de este sueño, a mi porción de cielo que bajó hasta acá para hacerme la mujer más feliz y realizada del mundo, gracias porque nunca pensé que de tan pequeño cuerpecito emanara tanta fuerza, inspiración y entusiasmo para sacar adelante a alguien adelante, Te amo Andreita, a mi madre Rosa Moz, por su apoyo incondicional, a mis compañeras y amigas Xenia y Leonora por su colaboración para la culminación de este trabajo, al personal de la alcaldía y mercado municipal de San Luís Talpa, quienes confiaron en nosotros para la elaboración de sus herramientas, al Lic. Alfonso López por su paciencia y apoyo desmedido ya todos los que de una u otra manera me ayudaron dándome aliento en la vida cuando mas lo necesité, les agradezco infinitamente.

REYNA IDALIA ORDÓÑEZ MOZ

El agradecimiento más sincero por haber logrado este triunfo en mi vida, se lo debo primeramente a Dios, que desde lo alto del cielo me ha guiado e iluminado en los buenos y malos momentos, mi madre, que con su amor y sacrificio me brindó apoyo económico, mi abuela, de quien recibí consejos y buena dirección en mi vida, mi esposo, que nunca se desanimó y estuvo siempre apoyándome como un pilar firme, mi hijo, quien sufrió mis horas de ausencia, pero quien ha sido y es mi más grande inspiración para lograr mis metas en la vida, mi familia, quienes nunca me negaron su apoyo cuando los busqué, mis hermanos en Cristo, que con sus oraciones me dieron fuerzas para no desmayar, una amiga y compañera especial, que desde el cielo me acompañó y de quien guardo un bonito recuerdo.

XENIA MARITZA RAMIREZ VALIENTE

ÍNDICE

PÁG.

RESUMEN **i**

INTRODUCCIÓN **iii**

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES SOBRE GOBIERNOS MUNICIPALES, ALCALDÍA Y MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ Y MARCO TEÓRICO SOBRE HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL

A. GENERALIDADES DE LOS GOBIERNOS MUNICIPALES

1. ANTECEDENTES 1
2. DEFINICIÓN DE MUNICIPIO 3
3. OBJETIVOS DE LOS GOBIERNOS MUNICIPALES 3
4. IMPORTANCIA 4
5. ELEMENTOS 4
6. FUNCIONES 6
7. MARCO LEGAL DE LAS ALCALDÍAS MUNICIPALES 7

B. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

1. ANTECEDENTES 13
2. DATOS GENERALES 14
3. DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVA 17

C. GENERALIDADES DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN LUIS TALPA

1. DATOS GENERALES 19
2. MISIÓN 19
3. VISIÓN 19
4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA 20
5. FUNCIONES PRINCIPALES 22
6. SERVICIOS QUE PRESTA 24

D. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

1. GENERALIDADES DEL MERCADO MUNICIPAL 25
2. CONCEPTO DE MERCADO MUNICIPAL 26
3. DESCRIPCIÓN 26
4. OBJETIVOS 28

E. MARCO DE REFERENCIA SOBRE GESTIÓN, ADMINISTRACIÓN Y HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL

1. GESTIÓN 29
2. ADMINISTRACIÓN 31
3. PLANEACIÓN 33
   a. OBJETIVO 34
   b. IMPORTANCIA 35
   c. CARACTERISTICAS DE LA PLANEACIÓN 35

d. HERRAMIENTAS 36

e. PROCESO DE LA PLANEACIÓN 38

4. CONTROL 40

a. CONCEPTO 40

b. TIPOS DE CONTROL 41

c. OBJETIVO 42

d. IMPORTANCIA 42

e. CARACTERISTICAS 42

f. HERRAMIENTAS 43

g. PROCESO DEL CONTROL 45

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SOBRE LA APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL DE LA GESTIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL EN FUNCIÓN DEL MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

A. IMPORTANCIA 47

B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 47

1. GENERAL 47

2. ESPECÍFICOS 48

C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1. MÉTODO 48

2. TIPO DE INVESTIGACIÓN 49
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 49
4. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS 49
5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN 50
6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN 51
7. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA 52
8. ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE DATOS 53
9. PRESENTACIÓN DE LA TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS DATOS 53

D. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS NECESIDADES DE PLANEACIÓN Y CONTROL EN LA GESTIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL EN FUNCION DEL MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.

1. ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL 54
2. ANÁLISIS FODA DEL MERCADO MUNICIPAL 56
3. HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN 57
4. HERRAMIENTAS DE CONTROL 60
5. OTROS ASPECTOS INFLUYENTES EN LA ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL 62

E. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES 65

2. RECOMENDACIONES 66

CAPÍTULO III

DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL PARA FORTALECER LA GESTIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL EN FUNCIÓN DEL MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

A. IMPORTANCIA 67

B. OBJETIVOS 67

C. DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN 68

1. ORGANIZACIÓN DEL MERCADO 70
   a. PLAN DE ORGANIZACIÓN INTEGRAL 70
   b. PROGRAMA DE ORGANIZACIÓN 71
2. MANTENIMIENTO DEL MERCADO 84
   a. PLAN DE MANTENIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA 84
   b. PROGRAMA DE MANTENIMIENTO 85
3. PUBLICIDAD DEL MERCADO 92
   a. PLAN DE PUBLICIDAD 92
   b. PROGRAMA DE PUBLICIDAD 93
4. LIMPIEZA DEL MERCADO 101
   a. PLAN DE LIMPIEZA 101
   b. PROGRAMA DE LIMPIEZA 102

5. SEGURIDAD DEL MERCADO 109

a. PLAN DE SEGURIDAD 109

b. PROGRAMA DE SEGURIDAD 110

D. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN 117

E. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL 122

F. BIBLIOGRAFÍA 123

ANEXOS

RESUMEN

La administración juega un papel muy importante en el funcionamiento de toda organización, para su desarrollo las herramientas de planeación y control son muy útiles y necesarias para alcanzar sus objetivos. De acuerdo a la investigación realizada, la alcaldía Municipal de San Luis Talpa, tiene la responsabilidad de impulsar el desarrollo económico del municipio, del cual el mercado forma parte de ese sector, el trabajo titulado "**DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL PARA FORTALECER LA GESTIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL EN FUNCIÒN DEL MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ"** tiene como objetivo identificar las diversas necesidades de la administración del mercado y a la vez diseñar y proponer herramientas de planeación y control eficientes que incluyan elementos necesarios para el desarrollo de una buena administración del mercado.

Para el logro de este trabajo en primer lugar se recopiló información bibliográfica, documentales, páginas Web, trabajos de investigación, entre otros; A la vez se entrevistó al Comité de Adjudicación de Puestos de la Alcaldía Municipal, y se realizó una encuesta a los arrendatarios del mercado.

Ya Recopilada la información se realizó la tabulación y análisis de datos, que dieron evidencias de los problemas de la administración actual del mercado por falta de adecuadas herramientas. En base a lo anterior se propone el diseño adecuado de tal forma que contribuyan a resolver los problemas e incluir aspectos importantes que se identificaron en la administración.

Entre las principales conclusiones de la investigación se tienen:

1 El personal administrativo no cuenta con los conocimientos y habilidades necesarias para una administración eficiente.

2 La alcaldía no ha prestado el suficiente apoyo a la administración del mercado para su buen funcionamiento.

3 No hay una planeación estratégica para impulsar el desarrollo del mercado.

4 No se cuenta con herramientas de control suficientes y adecuadas.

INTRODUCCIÓN

Los mercados municipales son fuentes de desarrollo de las localidades de nuestro país, constituyen un reto para los gobiernos municipales por la importancia en la vida comercial y económica de la población.

Históricamente los mercados municipales han sido administrados por las Alcaldías Municipales quienes se encargan de ofrecer las instalaciones y los servicios básicos, sin embargo, en la actualidad esta actividad comercial se ve afectada por la inseguridad, falta de promoción, desorden, competencia desleal, falta de inversión, entre otros.

La presente investigación contiene un estudio realizado en el Mercado Municipal de San Luis Talpa, Departamento de la Paz, un análisis de la situación actual del mercado y una propuesta de herramientas de planeación y control para ayudar a la administración de Alcaldía Municipal al desarrollo del mercado.

El trabajo se ha estructurado en tres capítulos:

CAPÍTULO I

Está constituido por el marco de referencia del tema en estudio, el cual incluye el desarrollo conceptual de los Gobiernos Municipales, Municipio, Alcaldía y Mercado Municipal de la ciudad de San Luis Talpa. Se detallan aspectos como antecedentes, datos generales, conceptos, objetivos, leyes, generalidades; así mismo, contiene un marco teórico de conceptos sobre

Gestión, Administración, Planeación y Control dentro del cual se desenvuelve el desarrollo de este proyecto.

CAPÍTULO II

Este capítulo inicia con la importancia y objetivos de la investigación, luego se presenta la metodología de la investigación, en donde se describen los procesos y técnicas de recopilación de la información y variables, así como el procesamiento, tabulación y análisis de la información obtenida. Luego se hace un diagnóstico de la situación actual del mercado municipal de la ciudad de San Luis Talpa, en cuanto a su estructura y su administración, se incorpora también un análisis FODA y un análisis de las herramientas de planeación y control que se aplican actualmente para luego finalizar con las conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos.

CAPÍTULO III

En este capítulo se presenta la propuesta del diseño de las herramientas de planeación y control, clasificándolas en base a áreas de mayor relevancias que son: Organización, Mantenimiento, Publicidad, Limpieza y Seguridad para las cuales se presenta un plan que contempla objetivos, políticas, estrategias, tácticas, personal, lugar, tiempo y recursos, de la misma manera se ha creado un programa para cada una de las áreas. Seguidamente se expone el plan de implementación que detalla su importancia, objetivos, las actividades a realizar, los recursos requeridos, los costos para su ejecución y un cronograma detallando las fases para el proceso de implementación de las herramientas de planeación y control diseñadas.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES SOBRE GOBIERNOS MUNICIPALES, ALCALDÍA Y MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ Y MARCO TEÓRICO SOBRE HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL.

A. GENERALIDADES DE LOS GOBIERNOS MUNICIPALES

1. ANTECEDENTES.[1]

Las alcaldías municipales tienen orígenes españoles, ya que ellos trajeron consigo las formas de organización política y social antes llamadas cabildos y ayuntamientos, introducida por Pedro de Alvarado primeramente en la villa de San Salvador que fue fundada el 1º de abril de 1525, la cual dependía directamente del virreinato de México y su alcalde fue Don Diego de Olguín y la villa de San Miguel, fundada el 8 de mayo de 1530.

Los ayuntamientos se pueden comparar con las actuales alcaldías las cuales ejercían la administración de la justicia, legislación, asuntos eclesiásticos y asuntos de interés colectivo; con los años perdieron independencia y fueron absorbidas por las alcaldías mayores, relegándolas como recaudadoras de impuestos. En 1812 volvieron a cobrar importancia con la promulgación de la Constitución Española por la Corte de Cádiz.

Con la independencia centroamericana, El Salvador fue integrado con la intendencia de San Salvador y la alcaldía mayor de Sonsonate, dividido en cuatro departamentos: Sonsonate, San

[1] Berta Alicia Castillo Rodríguez. Trabajo de graduación: "Propuesta de un modelo administrativo para la modernización de los servicios en la Alcaldía Municipal de Ilopango, Departamento de San Salvador", UES 2008.

Salvador, San Vicente y San Miguel. El proceso de centralización del estado se fortalece a partir de 1931, con la instauración de la dictadura del general Maximiliano Hernández Martínez, que disuelven las representaciones populares y suprime la autonomía municipal en una Constitución Política cuya vigencia se prolongó hasta 1945. En ella los alcaldes pasan a ser nombrados por el poder ejecutivo.

En 1950, cuando se da el ciclo anterior de modernización del estado salvadoreño, para adecuarlo al modelo de sustitución de importaciones, los gobiernos municipales que tenían el poder, lo perdieron. En los años 1970 - 1980, durante el conflicto armado muchas municipalidades se convirtieron en apéndices de las brigadas o destacamentos militares.

Sin embargo en la década de 1980, en medio de la guerra civil, con la constitución promulgada en 1983 y sobre todo con la creación del código municipal en 1986, que se plantea el marco jurídico-legal que abre la posibilidad de una reforma política que impulse la redistribución del poder del estado, tradicionalmente concentrado en sus órganos superiores.

El código municipal se crea en 1986 y es concebido como un instrumento jurídico político que establece y regula la estructura y la competencia de los gobiernos locales, así como el marco fundamental de las relaciones de convivencia de los ciudadanos en el ámbito municipal, de la misma manera determina las atribuciones y poderes del municipio y su ubicación dentro del estado.[2]

[2] Rene Ortiz, Karla Eugenia Rivera Arévalo y Manuel Eduardo Tobar Martínez. Trabajo de graduación: "Propuesta de modelo de evaluación de desempeño laboral para la Alcaldía Municipal de Ayutuxtepeque con base al diagnóstico de percepción del servicio al usuarios", UES 2007.

2. DEFINICIÓN DE MUNICIPIO

El municipio constituye la unidad política administrativa primaria dentro de la organización estatal, establecida en un territorio determinado que es propio, organizado bajo un ordenamiento jurídico que garantiza la participación popular en la formación y conducción de la sociedad local, con autonomía para darse su propio gobierno, el cual como parte instrumental del municipio está encargado de la rectoría y gerencia del bien común local, en coordinación con las políticas y actuaciones nacionales orientadas al bien común general, gozando para cumplir con dichas funciones del poder, autoridad y autonomía suficiente.

El municipio tiene personalidad jurídica, con jurisdicción territorial determinada y su representación la ejercerán los órganos determinados en esta ley. El núcleo urbano principal del municipio será la sede del gobierno municipal.[3]

3. OBJETIVOS DE LOS GOBIERNOS MUNICIPALES

Las municipalidades tienen por objetivos:

- Crear, modificar y suprimir tasas y contribuciones públicas para la realización de obras determinadas dentro de los límites que una ley general establezca.
- Decretar su presupuesto de ingresos y egresos.
- Gestionar libremente en las materias de su competencia.
- Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de sus dependencias.
- Decretar las ordenanzas y reglamentos locales.

[3] Código Municipal, Decreto Legislativo 274, publicado en el Diario Oficial 23 el 31 de enero de 1986

- Elaborar sus tarifas de impuestos y las reformas a las mismas, para proponerlas como ley a la Asamblea Legislativa.[4]

4. IMPORTANCIA

Las personas que forman parte de un municipio demandan la satisfacción de una serie de necesidades que generalmente son atendidas por el gobierno central a través de las municipalidades, para alcanzar el desarrollo colectivo.

Por tal razón es necesaria la participación de los gobiernos municipales, quienes constituyen la unidad política local gozando de poder para solucionar las necesidades de los ciudadanos a través de la participación organizativa de la comunidad.

5. ELEMENTOS

HUMANO

El municipio esta compuesto por personas y agrupación de personas, y se puede decir que este elemento es el más importante, partiendo de que las personas se agrupan con el objetivo de satisfacer necesidades. La familia es la primera sociedad que se une de manera voluntaria, se desarrolla dentro del municipio y dirige sus esfuerzos a vivir con dignidad y mejorar su calidad de vida. Las numerosas necesidades, derechos y obligaciones unen a las personas en asociaciones; el municipio actúa como mediador en defensa de los habitantes.

---

[4] Constitución de la República de El Salvador, Decreto 38, Asamblea Constituyente, del 15 de diciembre de 1983., publicado en el Diario Oficial 234 el 16 de diciembre de 1983, artículo 204.

TERRITORIO

Es un elemento indispensable para la existencia del municipio y tiene una característica especial: no significa un simple límite, sino que es parte constitutiva del mismo. El elemento humano tiene que desarrollar sus esfuerzos en un determinado territorio, por lo que necesita espacio físico para habitar y realizar las distintas actividades diarias que le permitan subsistir, desarrollarse y realizarse.

REGIMEN JURÍDICO

Otro elemento del municipio que garantiza la conducción de la comunidad local, es el derecho otorgado por la Constitución de la República de El Salvador, así, como las diferentes leyes, reglamentos, ordenanzas, normas y estatutos que le permiten gozar de autonomía para la gobernación, junto con sus derechos y obligaciones que las mismas le confieren.

GOBIERNO MUNICIPAL

Dentro del sistema democrático, los habitantes del municipio cuentan con el derecho de elegir libremente a las personas que habrán de dirigir el gobierno municipal. Así mismo, este gobierno tiene el derecho de organizarse internamente, como más le convenga para la prestación de los servicios y la satisfacción de las necesidades internas y externas. El concejo municipal es la principal autoridad que busca no solo intervenir, sino orientar a todos los habitantes a la búsqueda, defensa y desarrollo del bien común, logrando un modelo de sociedad acorde con la dignidad de los habitantes. También deben rendir cuentas de la administración a la comunidad y al gobierno central.

6. FUNCIONES[5]

Compete a los gobiernos municipales:

- La elaboración, aprobación y ejecución de planes de desarrollo urbanos y rurales de la localidad.
- Supervisión de precios, pesas, medidas y calidades.
- El desarrollo y control de la nomenclatura y ornato público.
- La promoción de la educación, la cultura, el deporte, la recreación, las ciencias y las artes.
- La promoción y desarrollo de programas de salud, como saneamiento ambiental, prevención y combate de enfermedades.
- La regulación y supervisión de los espectáculos públicos y publicidad comercial, en cuanto conciernen a los intereses y fines específicos municipales.
- El impulso del turismo interno y externo y la regulación del uso y explotación turística y deportiva de lagos, ríos, islas, bahías, playas y demás sitios propios del municipio.
- La promoción de la participación ciudadana, responsable en la solución de los problemas locales en el fortalecimiento de la conciencia cívica y democrática de la población.
- La promoción del desarrollo industrial, comercial y agrícola, artesanal y de los servicios.

[5] Ídem, Cita 3 Artículo 4

7. MARCO LEGAL DE LAS ALCALDÍAS MUNICIPALES

Entre las leyes que rigen las alcaldías en nuestro país, tenemos:

- **La Constitución de la República de El Salvador.**

De acuerdo con el decreto Nº 38 de la Asamblea Constituyente, del 15 de diciembre de 1983, publicado en el diario oficial Nº 234 tomo Nº 281 del 16 de diciembre de 1983.

En el artículo 203 menciona que los municipios gozan de autonomía, quiere decir que se les ha dado la facultad a los habitantes de la localidad para que se gobiernen así mismos, creando sus propias normas internas para su funcionamiento u organización.

Esta autonomía comprende tres elementos:

  - Personalidad jurídica: sujeto capaz de adquirir obligaciones y ejercer toda clase de derechos.
  - Jurisdicción territorial: facultad para conocer los asuntos que según su competencia afecten a las personas que se encuentran dentro de su territorio.
  - El concejo municipal: expresa la voluntad y la necesidad del municipio quien lo ha elegido.

- **El Código Municipal**

Según el decreto legislativo Nº 274 del 31 de enero de 1986, publicado en el diario oficial Nº 23 tomo 290 publicado el 5 de febrero de 1986. Juntamente con la Constitución artículo 204, le han otorgado dos clases de facultades al concejo municipal:

- Normativa o legislativa: crear normas jurídicas que regulen los asuntos de la localidad o el funcionamiento interno de la misma:

- Reglamento Interno de trabajo
- Normas técnicas de control interno específicas
- Carta de principios y valores éticos
- Ordenanzas de tasas por servicios e impuestos de inmuebles y negocios.
- Ordenanza transitoria para el pago de las tasas por servicios municipales con exención de multas e intereses moratorios.
- Reglamento del mercado municipal, entre otros.

- Ejecutivas o administrativas: por medio de estas facultades el gobierno municipal ejerce actos de gobierno en asuntos de sus competencia, es decir, sobre aquellos que la ley los faculta como:
  - La elaboración, aprobación y ejecución de planes de desarrollo local.
  - El desarrollo y control de la nomenclatura y ornato público.
  - La promoción de la educación, la cultura, el deporte, la recreación, las ciencias y las artes.
  - Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de su dependencia.

- **Ley Orgánica de Administración Financiera del Estado (AFI)**

Según el decreto legislativo Nº 516 de fecha 23 de noviembre de 1995, publicado en el diario oficial Nº 7 tomo Nº 330, el 11 de enero de 1996.

La ley establece que todas las dependencias centralizadas y descentralizadas de la república quedan sujetas a esta ley. Las municipalidades se regirán en los casos de contratación de

créditos garantizados por el estado y cuando desarrollen proyectos y programas municipales de inversión que puedan entrar en conflicto con los efectos previstos en aquellos desarrollados a nivel nacional o regional por entidades o instituciones del sector publico. Así como también la aplicación de normas generales de contabilidad gubernamental por los subsidios que le traslade el gobierno central.

- **Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP)**

Según el decreto legislativo Nº 868 de fecha 5 de abril de 2000, publicado en el diario oficial Nº 88 tomo Nº 347, el 15 de mayo del mismo año.

Según el artículo 2 de esta ley quedan sujetas las adquisiciones y contrataciones costeadas con fondos municipales, las que podrán ejecutar obras de construcción bajo el sistema de administración, a cargo del mismo concejo y conforme las condiciones que señala esta ley.

- **Ley de creación del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios (FODES)**

Según el decreto legislativo Nº 74 de fecha 22 de marzo de 2007, publicado en el diario oficial Nº 67 tomo Nº 375, el 16 de abril del mismo año.

Ley creada para garantizar el desarrollo económico y social de los municipios así como también, su propia autonomía y los mecanismos para su uso, asignando los recursos económicos para facilitar el financiamiento y realización de proyectos a beneficios de la comunidad, según

artículo 1, crease el Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios (FODES), el cual está constituido por un aporte anual igual al 7% (este monto es al año 2009) de los ingresos corriente netos del presupuesto del estado, a partir del ejercicio fiscal de 2005, que deberá consignarse en el mismo en cada ejercicio fiscal, y entregado en forma mensual y de acuerdo a lo establecido en los articulo 4 de esta ley. El cual podrá financiarse de:

a. Los subsidios y aportes que le otorgue el estado.
b. Aportes y donaciones.
c. Prestamos internos y externos.
d. Bonos u otros ingresos que por cualquier concepto reciba.

Los recursos económicos asignados a las municipalidades por el Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios (FODES) mencionados anteriormente, serán manejados por el Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM), que fue creado para transferir dichos fondos a los municipios y que podrá complementarse con los recursos del Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL), según artículos 2 y 4 de la misma ley.

- **La Ley General Tributaria Municipal**

Según el decreto legislativo Nº 86 de fecha 17 de octubre de 1991, publicado en el diario oficial Nº 242 tomo Nº 313, el 21 de diciembre del mismo año.

Esta ley tiene como finalidad establecer los principios básicos y el marco normativo general que requieren los municipios para ejercer y desarrollar su potestad, contribuyendo así a un mejor y más eficaz control tributario municipal, según artículo 129. Los municipios podrán establecer

mediante la emisión de las ordenanzas respectivas, tasas por los servicios de naturaleza administrativa o jurídica que presten.

- **Decreto de creación del fondo municipal único en todas las municipalidades de la república**

Según el decreto legislativo Nº 294 de fecha 24 de mayo de 1965, publicado en el diario oficial Nº 105 tomo Nº 207, el 9 de junio del mismo año.

El presente decreto busca autorizar a las municipalidades del país para que cuando lleven a cabo obras, trabajos o servicios de utilidad general, puedan utilizar los ingresos contenidos en el fondo municipal único, que haya percibido de sus operaciones de crédito, cuentas corrientes y/o plazo, según artículo 2 "Todos los ingresos a favor de la hacienda municipal, formarán un solo fondo, que se denominará "Fondo Municipal", el cual estará afecto de manera general, a todas las obligaciones y necesidades de cada municipalidad."

- **Normas Técnicas de Control Interno Específicas de la Municipalidad de San Luis Talpa, departamento de La Paz.**

Según Decreto Nº 210 de la Corte de Cuentas de la República del 2 de octubre de 2006, publicado en el Diario Oficial Nº 226 con Tomo 373 el 4 de diciembre de 2006.

Estas Normas constituyen el marco básico que establece el concejo municipal de San Luis Talpa, aplicable y con carácter obligatorio a este, así como a las jefaturas y demás empleados de la municipalidad.

Serán diseñadas, implantadas, evaluadas y perfeccionadas por el concejo municipal para proporcionar seguridad razonable en la consecución de objetivos.

B. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

1. ANTECEDENTES

A fines del siglo XVIII una familia de ladinos procedentes de San Juan Talpa, fundaron en el partido de Olocuilta[6], la aldea de San Luís. En 1807 según el intendente don Antonio Gutiérrez y Ulloa, San Luís era una "Aldea de ladinos", pero sin industria en particular, cuyos naturales se dedicaban a la siembra de maíz y crianza de algún ganado.

En idioma Náhuat, Talpa significa "Lugar terroso" o "En la tierra" pues proviene de "Tal", que significa Tierra y "Pa" que significa lugar. En la ley del 18 de febrero de 1841 no se menciona a San Luís ni como cantón ni como poblado de importancia. Fue la división administrativa hecha en 1855 por el presbítero Isidro Menéndez, donde ya se mencionaba como municipio del partido de Olocuilta, departamento de La Paz.

La fundación de ese pueblo por lo tanto ocurrió después de 1841 y antes de 1855, según información estadística del municipio de San Luís Talpa, al 30 de abril de 1858 tenía una población de 154 habitantes alojados en 36 casas de paja y una de teja, comprendiendo su jurisdicción de una legua y media cuadra.

En 1875 se le extendió el titulo de sus ejidos[7], en 1890 tenía 350 habitantes, el 18 de diciembre de 1991 ascendió a villa y el 13 de enero del año 2000 por Decreto Legislativo Nº 817 y publicado en el diario oficial Nº 33 de fecha 16 de febrero del mismo año, se elevó a categoría de ciudad.

---

[6] No era partido político, los miembros que llegaron de Olocuilta inicialmente, llamaron así al actual municipio de San Luís Talpa.

[7] Campo comunal, lindante con un asentamiento de población, en el que se recogen los ganados ó se establecen las eras.

2. DATOS GENERALES[8]

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Municipio del departamento de La Paz que está limitado de la siguiente forma: al norte, por los municipios de Olocuilta, San Juan Talpa y Tapalhuaca; al este, por el municipio de San Pedro Masahuat; al sur, por el Océano Pacífico; y al oeste, por el municipio de La Libertad (departamento de La Libertad). Se encuentra ubicado entre las coordenadas geográficas siguientes: 13° 30' 00" LN (extremo septentrional) y 13° 22' 05" LN (extremo meridional); 89° 02' 45" LWG (extremo oriental) y 89° 09' 27" (extremo occidental).

HIDROGRAFÍA

Riegan el municipio los ríos: Comalapa, Orcoyo, Macucinapa, Cacapa y Miraflores; las quebradas: El Charcón, Los Encuentros o El Lagartero, El Hervor, San José, Seca y El Lirial; las lagunas: Providencia, Limpia, Solomillona, Solomillita o El Saital, El Palmo y el estero La Garatuza o El Esterón.

OROGRAFÍA

Este municipio muestra una topografía plana con 45 metros sobre el nivel del mar y su máxima elevación en la parte norte es de 100 metros. Los únicos elementos orográficos sobresalientes son las montañas: La Pita, El Palmar, San Francisco y La Hulera.

[8] Monografía de La Paz, Centro Nacional de Registros

CLIMA

El clima es cálido y pertenece al tipo de tierra caliente. El manto pluvial[9] anual oscila entre 1,400 y 1,800 milímetros.

FLORA

La vegetación está constituida por bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: sicahuite, istatén, botoncillo, volador, conacaste, morro, cedro, guachipilín, zorra, guarumo, caoba y frutales.

SUELOS Y ROCAS

Los tipos de suelo que predominan en el municipio son: i) regosoles y aluviales, en áreas casi a nivel a ligeramente inclinadas; ii) pantanos sujetos a las mareas y playas costeras. Los tipos de roca que predominan en el municipio son: lavas dacíticas y andesíticas, aluviones con intercalaciones de materiales pirolásticos.

DIMENSIONES

El área total del municipio es de 104.52 kilómetros cuadrados, lo que representa el 5.4% del área total del departamento.

---

[9] Relativo a los periodos de lluvia en una región determinada, capa mineral intermedia de la tierra que yace horizontalmente y que se mide en profundidad.

POBLACIÓN

De acuerdo con los censos que maneja el Sistema Básico de Salud Integral (SIBASI) de Zacatecoluca del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), para el año 2003, la población del municipio de San Luís Talpa era de 27,919 habitantes, de los cuales: 16,307 son de la zona urbana y 11,612 son de la zona rural. En la actualidad según datos estadísticos municipales la población asciende a 32,231 habitantes a diciembre de 2008.

INDUSTRIA Y COMERCIO

La principal industria del municipio la constituyen la anza de iguanas y garrobos, fábrica de harina de maíz (MASECA), ensambladora de bicicletas, fabricación de ladrillos de obra, tejas de barro y productos lácteos. En el comercio local existen: farmacias, supermercados, librerías, almacenes, agroservicios, el mercado municipal y otros pequeños negocios. Su comercialización la realiza con las poblaciones vecinas.

PECULIARIDAD

En este municipio se encuentra situado **El Aeropuerto Internacional de El Salvador**, siendo este la terminal aérea más importante del país. Su construcción fue confiada a la empresa japonesa HAZAMA GUMI, iniciando en el año 1976 y finalizando en 1980, fecha en que inició sus operaciones. El gobierno le confió la administración del aeropuerto a la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA).

VÍAS DE COMUNICACIÓN

La ciudad de San Luís Talpa, se une a través de carretera pavimentada con la villa de San Juan Talpa y con la ciudad de Olocuilta; la carretera del litoral (CA-2), atraviesa la ciudad. El municipio se conecta con la capital de San Salvador, a través de una autopista de cuatro vías con 42 kilómetros de longitud.

3. DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVA

Para su administración, el municipio se divide en una cabecera, diez cantones y 44 caseríos, como se detallan a continuación:

CABECERA DEL MUNICIPIO : SAN LUÍS	
CANTONES	**CASERÍOS**
Amatecampo	▪ Playa Amatecampo ▪ Establo Santo Tomás ▪ El Desparramadero ▪ Col. Amatecampo
Cuchilla Comalapa	▪ Cuchilla Comalapa ▪ Desvío San Luis
El Pimental	▪ El Pimental ▪ Los Mangos ▪ La Isla
El Chagüitón	▪ El Chagüitón
El Porvenir	▪ El Porvenir ▪ El Cipitío ▪ El Pajaral

Nuevo Edén	▪ Nuevo Edén ▪ El Salamar ▪ Los Montes ▪ Las Monjas
San Francisco Amatepe	▪ San Francisco Amatepe ▪ El Sapo ▪ El Hervedor ▪ El Anono ▪ Agua Santa ▪ El Lagartero ▪ Los Encuentros
San Marcos Jiboa	▪ San Marcos Jiboa ▪ El Pimientalón
Zambombera	▪ Zambombera ▪ La Esmeralda ▪ Los Diamantes ▪ Los Guidos ▪ La Zunganera ▪ El Cura ▪ Los Pleitez ▪ Las Veinte
Tecualuya	▪ Tecualuya ▪ El Puerto ▪ Loma del Gallo ▪ Hda. Santa Clara ▪ Los Higueros ▪ Providencia ▪ Hda. Santo Tomás ▪ Santa Lucía Orcoyo ▪ Las Monjas ▪ El Oro

Fuente: Base de Datos de la Alcaldía Municipal de San Luís talpa

C. GENERALIDADES DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN LUIS TALPA

1. DATOS GENERALES

La alcaldía municipal de San Luís Talpa está ubicada en la calle Doctor Luís Rivas Vides, barrio el centro y cuenta con 62 empleados que desempeñan diferentes funciones, con el propósito de lograr los objetivos de la institución, sus recursos financieros son otorgados por el Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios (FODES), Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL), entre otros. Para garantizar su funcionamiento en la aplicación de sus recursos financieros, cuenta con un sistema llamado Sistema Financiero Municipal (SIFIMU), que consiste en una herramienta de control utilizada en el registro tributario.

2. MISIÓN

Ser el municipio con fortalecimiento administrativo, participativo y social que nos lleve a seguir avanzando en el desempeño municipal con capacidad de gestión en lo económico, funcional, ambiental, educación y cultura. Teniendo una relación integral con todas las comunidades y participación ciudadana de nuestros municipios.

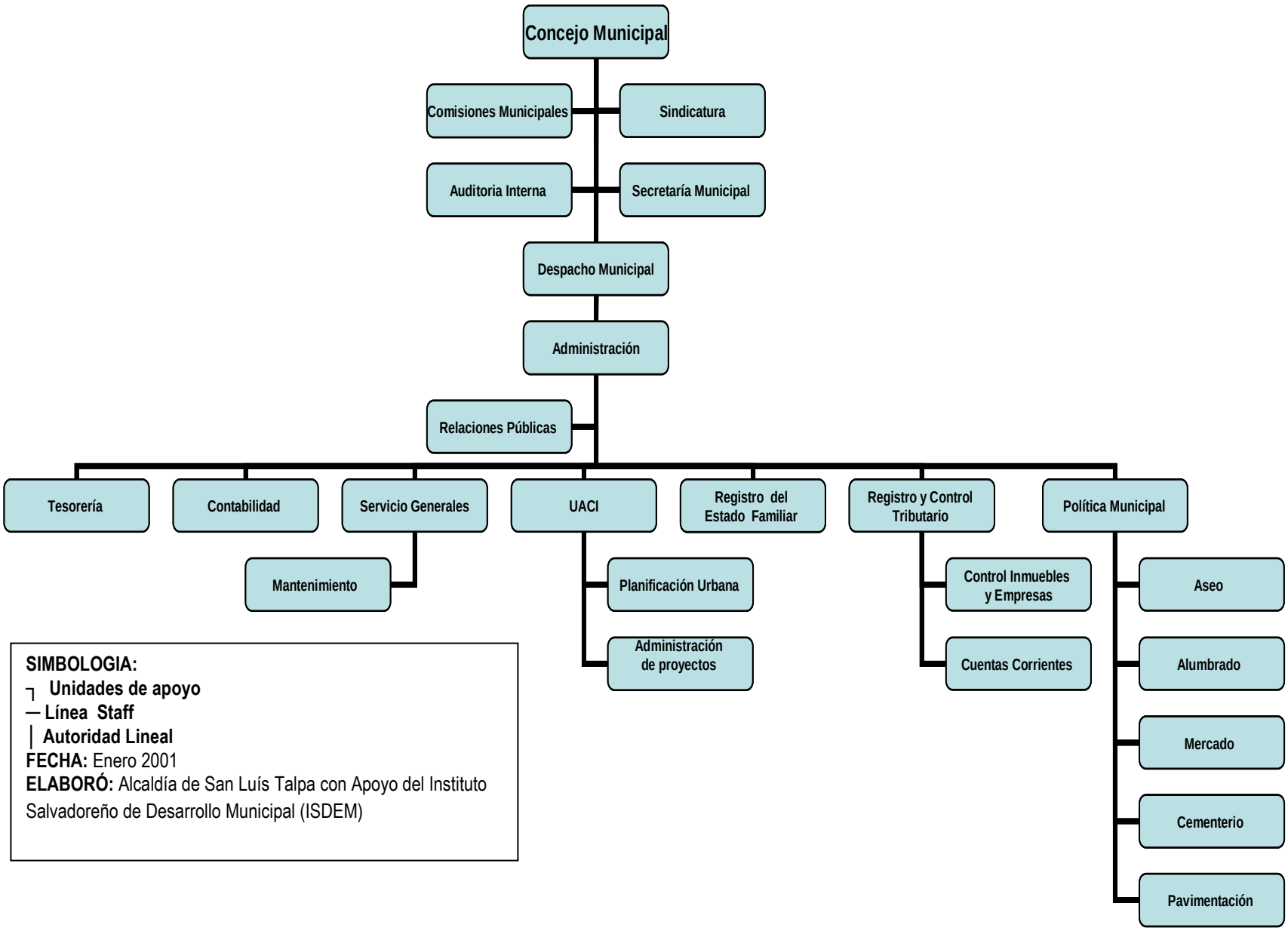
3. VISIÓN

Ser el municipio líder, comprometido con el desarrollo cultural, educación, deportes, social, medio ambiente y participación ciudadana; así como la modernización de la infraestructura y servicios municipales que conllevan a gobernar con eficiencia, capacidad, transparencia y a su vez buscando autosostenibilidad económica y financiera en beneficio de la población.

4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura organizacional de la alcaldía municipal de San Luís Talpa se presenta de la siguiente manera:

ORGANIGRAMA ALCALDÍA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ



SIMBOLOGIA:
┐ **Unidades de apoyo**
─ **Línea Staff**
│ **Autoridad Lineal**
FECHA: Enero 2001
ELABORÓ: Alcaldía de San Luís Talpa con Apoyo del Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM)

5. FUNCIONES PRINCIPALES

Concejo Municipal

Constituye el primer nivel jerárquico de decisión de la alcaldía, el cual establece las políticas de acción institucional y las metas de cada área de actividad de la administración municipal.

Unidades de apoyo

Se componen por las comisiones municipales, sindicatura, auditoria interna, la secretaría municipal y relaciones públicas; estas unidades sirven de apoyo al concejo municipal, al alcalde, la administración y demás unidades que lo requieran.

Despacho Municipal

El alcalde dirige y supervisa los múltiples compromisos y obligaciones inherentes al cargo, delega funciones previa autorización del concejo.

Administración

Es la unidad en la que el alcalde por acuerdo del concejo municipal delega la dirección del funcionamiento interno de la alcaldía teniendo bajo su cargo las unidades siguientes: tesorería, contabilidad, servicios generales, unidad de adquisiciones y contrataciones institucional, registro de estado familiar, registro y control tributario, política municipal.

Tesorería

Esta encargada del manejo, recaudación y contraloría eficiente de los recursos financieros que permitan la oportuna ejecución del plan de gobierno municipal.

Contabilidad

Se encarga de llevar los registros de todos los ingresos y egresos que percibe la alcaldía.

Servicios Generales

Es el encargado de dar respuesta oportuna a las solicitudes demandadas que enfrenta la población del municipio conforme al programa y presupuesto asignado a dicha área.

Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional

Esta unidad controla las contrataciones y adquisiciones que la alcaldía requiere, promoviendo la competencia de la licitación pública, en consecuencia sugiere en cual empresa adquirir el producto o servicio.

Registro de Estado Familiar

Llamado también registro civil, es el que se ocupa de los diferentes asentamientos, tales como:

- Nacimiento
- Defunción
- Marginación
- Matrimonio
- Certificaciones

Registro y Control Tributario

Este abarca los servicios de catastro y cuentas corrientes, catastro se encarga de las mediciones y aperturas de cuentas de contribuyentes, así como su respectiva calificación y

registro, y cuentas corrientes actualiza las fichas de los contribuyentes y busca recuperar la mora por impuestos municipales.

Política Municipal

Los principales servicios que proporciona son:

- Aseo de la zona urbana
- Alumbrado de la zona urbana y rural
- Administración del mercado municipal
- Mantenimiento de cementerios
- Pavimentación de calles

6. SERVICIOS QUE PRESTA

Entre los que presta la alcaldía se pueden mencionar:

- Servicio de agua potable.
- Mantenimiento de caminos vecinales.
- Alumbrado público.
- Certificación de partidas nacimiento.
- Guías de conducción de ganado.
- Permisos a empresas para funcionar.
- Certificación de actas y partidas de matrimonio.
- Mercado municipal.

D. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

1. GENERALIDADES DEL MERCADO MUNICIPAL[10]

Los mercados municipales aparecieron en la época colonial (1521-1810), cuando los productores y consumidores indígenas se concentraban en determinados sitios para hacer el trueque comercial, surge en la medida en que los pueblos y ciudades van desarrollándose. En el caso salvadoreño y el resto de países latinos, los alcaldes comúnmente han asignado las plazas para la actividad de mercados. A medida que el comercio de los municipios va creciendo, se van creando estructuras organizativas que incluyen agentes municipales, tasadores, administradores, etc. Los mercados municipales constituyen la expresión física y social de un servicio básico a la ciudadanía, históricamente han sido administrados por las alcaldías municipales quienes se encargan de ofrecer espacios e instalaciones físicas y servicios básicos. Los mercados reúnen un número de habitantes que se dedican al comercio con mucha creatividad pero que tienen limitaciones económicas y sociales, principalmente las mujeres que por falta de preparación académica y fuentes de trabajo se ubican fácilmente y con poco capital en los mercados, cuya ocupación les permite tener una actividad independiente y no les exige un grado de educación especifica, obteniendo ganancias inmediatas.

[10]María Mirtala López Mejía y Rosario del Carmen García. Trabajo de Graduación " Percepción de los vendedores del mercado municipal de ciudad de Quezaltepeque: algunas recomendaciones" UCA octubre 2004

2. CONCEPTO DE MERCADO MUNICIPAL

"Es un lugar o local propiedad de la municipalidad donde recurren una diversidad de comerciantes y consumidores para realizar operaciones de compra-venta de productos, principalmente de primera necesidad".[11]

"Es un lugar cubierto o descubierto en donde se reúnen dos categorías de personas (vendedores y compradores) para proceder a la compra- venta de mercadería exhibida en masa o por medio de muestras".[12]

Para el presente estudio se entiende por mercado al sitio o área determinada por la alcaldía municipal destinado para la compra-venta al por mayor o al detalle de productos básicos para dar abastecimiento a la población, con el fin de desarrollar la economía local; en otras palabras se puede decir que es una estructura física apropiada y equipada con puestos de venta para albergar a las personas que se dedican a ofrecer bienes y servicios que satisfacen la demanda de los compradores.

Es un instrumento de distribución donde se establece una relación más directa con las economías familiares; además, se considera una importante fuente de empleo para aquellas personas que sin distinción de edades y sexo buscan una fuente de trabajo para el sustento familiar.

3. DESCRIPCIÓN

El municipio de San Luís Talpa cuenta con un mercado municipal, ubicado en la calle Luís Rivas Vides, Barrio el Centro, frente al mercado se encuentra ubicado el Instituto Nacional de San Luís

[11] Reglamento del mercado, vigente desde 1 de septiembre de 2002

[12] Diccionario Larousse, Ramón García Gross, Ediciones Larousse, México 1990

Talpa (INSAL), al costado derecho el Banco Procredit, y al izquierdo la alcaldía municipal, en dicha zona además se encuentran pequeños negocios que contribuyen a la economía del municipio.

Es administrado por la alcaldía municipal, mediante un comité llamado "Comité de Adjudicación de Puestos" el cual esta formado por: el alcalde, el síndico, un primer regidor o concejal y el administrador del mercado. La función del comité es la elaboración de la normativa interna del mercado y establecimiento de convenios que contribuyan al logro de metas establecidas. El mercado fue fundado en el año 2002 y cuenta con 84 puestos para la venta de productos de los cuales 77 están siendo utilizados por los arrendatarios, sus instalaciones cuentan con áreas de: cocina, frutas y verduras, carnes y pollos, bazares, productos de primera necesidad, lácteos, bodegas, casa de la cultura y baños.

Todos los puestos cuentan con servicio de electricidad y algunos puestos cuentan además con servicio de agua potable como: puestos de carnes, comedores y bazares.

Las tasas de pago de los arrendatarios varían de acuerdo a su ubicación como se detalla a continuación:

ÁREA	TASA DIARIA
Productos Varios	$1.38
Cocina	$0.65
Frutas y verduras	$0.35
Carnes y pollos	$0.35
Bazares	$0.65
Productos de primera necesidad	$0.65
Lácteos	$0.65
Bodegas	$0.65
Baños de mercado	$0.12 y $0.23

Fuente: Dato proporcionado por administrador del mercado municipal

4. OBJETIVOS[13]

Los objetivos del mercado son:

- Tener un edificio adecuado en tamaño, estructura, ubicación y una buena distribución interna que aloje a un número considerable de vendedores y compradores, para una mejor comercialización.
- Ofrecer mayores facilidades de acceso, establecimiento de carga, descarga y seguridad de mercaderías.
- Proporcionar una serie de servicios a la comunidad
- Ofrecer a los vendedores puestos acondicionados a sus necesidades, higiénicos, ventilados e iluminados para trabajar con mayor comodidad, exhibir adecuadamente sus productos y obtener mejores resultados.
- Mantener un control en el sistema de pesas y medidas para corregir los abusos que se cometan en las transacciones de algunos productos de constante demanda.
- Adiestrar a los vendedores en aspectos básicos de mercados tales como: higiene, conservación y manejo de alimentos, contabilidad elemental, control de inventario y relaciones humanas.
- Brindarles a los vendedores asistencia técnica en la obtención de financiamiento para mejorar sus condiciones socioeconómicas y en la organización de cooperativas de ahorro y crédito, así como otro tipo de asociaciones en beneficio común.

[13] Ídem, Cita 11 Art. 3

E. MARCO DE REFERENCIA SOBRE GESTIÓN, ADMINISTRACIÓN Y HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL

1. GESTIÓN

a. CONCEPTOS

"Acción que implica planificar, organizar, motivar, dirigir y controlar desde un punto general**.** En forma especifica abarca la previsión, el orden, los propósitos, la integración de esfuerzos y la efectividad de las aportaciones de los demás con el fin de lograr el desarrollo de la organización".[14]

"Hacer diligencias para hacer una cosa. Tareas de un directivo o responsable de empresas. Conjunto de técnicas para dirigir una empresa".[15]

De acuerdo a las definiciones se puede decir que gestión es el conjunto de esfuerzos encaminados a dirigir y controlar de la manera más eficiente el logro de un determinado objetivo.

b. GESTIÓN MUNICIPAL

La gestión municipal comprende las acciones que realizan las dependencias y organismos municipales, encaminadas al logro de objetivos y cumplimiento de metas establecidas en los planes y programas de trabajo, mediante las interrelaciones e integración de recursos humanos, materiales y financieros.

La gestión es una actividad importante que desarrolló el municipio para atender y resolver las peticiones y demandas que plantea la ciudadanía; a través de ella se generan y establecen las

[14] Dovetta, Mabel Susana, Diccionario de Administración y Ciencias Afines , 1º Edición, México 1995

[15] Paulet, Jean- Pierce, Diccionario de Economía y Empresa, 1º Edición, Barcelona 2000

relaciones del gobierno con la comunidad y con otras instancias administrativas del gobierno central.

La gestión municipal busca alcanzar los objetivos trazados, que están orientados a satisfacer:

- **Necesidades:** que pueden ser Fisiológicas (alimentación) y Psicológicas (salud mental).
- **Deseos:** tiene que ver más con la identidad de las personas con su medio, que tratan de mantener sus costumbres y su cultura.
- **Demandas:** existen demandas de interés personal y social; es decir, que la necesidad se vuelve colectiva y en muchos casos la misma no se puede cubrir totalmente.

Para lograr los objetivos de la gestión, el gobierno municipal deberá cumplir con las siguientes acciones:

- Elaboración de programas de trabajo y reglas claras para el funcionamiento de la administración municipal.
- Definición de los límites de responsabilidad de las autoridades, funcionarios y empleados municipales en sus cargos o puestos.
- Actualización y adecuación oportuna de los sistemas, procedimientos y métodos de trabajo.
- Seguimiento, evaluación y control de los planes, programas y obras municipales.

c. ELEMENTOS DE LA GESTIÓN MUNICIPAL

La gestión municipal requiere de la integración del esfuerzo humano con los recursos materiales y financieros. Los elementos que la componen son:

- **La dirección política y administrativa**

Recae en el alcalde municipal, quien conduce el funcionamiento del gobierno municipal; para ello ejerce facultades jurídicas, administrativas y políticas. Así mismo, determina las acciones a seguir para el logro de una gestión eficiente.

- **El ser humano**

Es uno de los elementos más importantes, ya que este realiza las actividades utilizando los recursos con que cuenta la institución para poder llevar a cabo sus actividades cotidianas. La unión y el manejo eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros logra mayores ventajas para la gestión de los gobiernos municipales en el logro de sus objetivos

- **La organización administrativa**

Comprende las diversas dependencias, organismos, sistemas y procedimientos administrativos con los que se realiza la función de la municipalidad.

Es importante señalar que la gestión municipal tiene como principal objetivo asegurar que las acciones, obras y servicios que se realicen, alcancen los mayores beneficios para la comunidad.

En la medida en que las demandas de la comunidad sean eficazmente atendidas por la municipalidad podrá obtener el reconocimiento y apoyo de los habitantes del municipio.[16]

2. ADMINISTRACIÓN

Desde un principio la humanidad por su naturaleza de necesidad de sobrevivir se organizó en grupos que coordinaban sus esfuerzos para realizar actividades que no podían realizar por si solos, es así

[16] http://www.elocal.gob.mx/work/resources/guias_tecnicas/guia22.htm

como esa necesidad dio origen a la administración. La palabra administración proviene del latín *ad* (dirección, hacia) *minister* (comparativo de inferioridad) y *ter* (subordinación, obediencia).

Se puede decir que la administración surge como respuesta ante la desorganización, ya que la improvisación y la experiencia no fueron capaces de lograr el desarrollo de las empresas, otro factor que contribuyó a su desarrollo fue el surgimiento de la competencia de los mercados, que demandaban mayor eficiencia y productividad, por lo que era necesario tomar medidas que permitieran fortalecer aquellas áreas de la empresa, que requerían una buena organización.

Existen varias definiciones de administración, entre las que se pueden mencionar:

"Administración es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupo los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos".[17]

"Es la disciplina que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales, contando para ello con una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado, para un mejor funcionamiento de cualquier organización".[18]

"Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el trabajo de los miembros de la organización y de utilizar todos los recursos disponibles de la empresa para alcanzar los objetivos organizacionales establecidos".[19]

---

[17] Koontz Harol y Weihrich Heinz. Administración una perspectiva global, 11ª edición, editorial McGrall Hill, México 1998

[18] Gómez Ceja, Guillermo. Sistemas administrativos análisis y diseño, 1º edición, McGrall Hill, México 1997

[19] Stoner James, Freeman Edgard. administración, 5º edición, Prentice-Hall Hispanoamericana, México 1994

Tomando como referencia los conceptos anteriores se puede decir que administración es el proceso mediante el cual, los miembros de la organización dirigen sus esfuerzos para alcanzar los objetivos y metas, utilizando los recursos disponibles de manera eficiente.

La administración es una herramienta que es utilizada tanto por organizaciones con fines de lucro, así como por instituciones públicas que buscan satisfacer necesidades de una población, ambas trabajan con objetivos predeterminados.

3. PLANEACIÓN

La planeación es donde se inicia el proceso administrativo, en la que los gerentes definen los objetivos organizacionales y establecen la manera para lograrlos. El no contar con una planeación podría implicar a la organización graves riesgos, así como el desperdicio de esfuerzos y de recursos.

Por estas razones la planeación antecede a las demás etapas del proceso administrativo, ya que planear implica hacer la elección de las decisiones más adecuadas acerca de lo que se habrá de realizar en el futuro, además establece las bases para determinar el elemento riesgo y minimizarlo.

El concepto de planeación se puede consultar de diferentes autores, entre ellos podemos mencionar:

"Según George R. Terry planeación es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones (premisas) respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se creen sean necesarias para alcanzar los resultados deseados."[20]

"Es el proceso sistemático y conciente de tomar decisiones acerca de las metas y actividades que un individuo, grupo, unidad u organización perseguirán".[21]

"Es el proceso de prever el futuro y proponer estrategias para desarrollarse y crecer en el contexto futuro. Una organización no solo vive del presente, por lo cual debe dar direccionalidad a sus propósitos y en función de esta previsión, coordinar esfuerzos y recursos".[22]

Dicho de otra forma planeación es un proceso sistemático donde se desarrollan los objetivos y se seleccionan los cursos de acción para lograrlos, con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en el futuro tomando en cuenta factores que pueden intervenir e influir en su logro, dando una respuesta anticipada a las siguientes interrogantes: ¿que se va hacer?, ¿como se va hacer?, ¿cuando se va hacer? y ¿en donde se va hacer?.

a. OBJETIVO

El objetivo de la planeación, consiste en proveer información concerniente a las condiciones que rodean un plan de acción propuesto, eliminando de esta forma la improvisación y la

[20] Sergio Hernández y Rodríguez, Administración pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia, Mc Graw Hill, México 2002

[21] Bateman, Thomas S. Administración una ventaja competitiva, 4ª edición, Editorial McGraw Hill, México 2004

[22] Garza Treviño, Juan Gerardo. Administración Contemporánea, 2ª Edición. McGraw Hill, México 2000

incertidumbre, así mismo, provee las bases para determinar el grado de riesgo que se pueda presentar.

b. IMPORTANCIA

La planeación es importante porque contribuye en los siguientes aspectos:

- Propicia el desarrollo de la organización al establecer métodos de utilización racional de los recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro, más no los elimina.
- Condiciona a la empresa al ambiente que lo rodea.
- Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
- Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación.
- Al establecer un esquema o modelo de trabajo (plan), suministra las bases a través de las cuales operará la organización.
- Disminuye al mínimo los problemas potenciales y proporciona al administrador magníficos rendimientos de su tiempo y esfuerzo.
- Permite al ejecutivo evaluar alternativas antes de tomar una decisión

c. CARACTERISTICAS DE LA PLANEACIÓN

- Comprensible: se entiende fácilmente por cada miembro de la organización.
- Objetiva: toma en cuenta factores reales.
- Adaptable: se aplica a todas las áreas de la organización según sus funciones.
- Flexible: se ajusta a cualquier cambio que pudiera suceder.

- Cuantificable: se mide en tiempo y en dinero.
- Económica: busca generalmente el uso eficiente de los recursos, evitando desperdicios.
- Analítica: realiza un examen crítico de los elementos de la organización.

d. HERRAMIENTAS

Dentro de la planeación es importante desarrollar con mucho interés las siguientes herramientas con el propósito de garantizar un adecuado funcionamiento dentro de la organización.

Objetivos

"Son los fines o propósitos hacia los cuáles se deben de dirigir los esfuerzos de un grupo humano"[23], para que la organización alcance el propósito deseado, debe contar con objetivos bien formulados, ya que son su razón de ser.

Estrategias

"Es un patrón de acciones y distribución de recursos, diseñado para alcanzar las metas de la organización".[24]La elección de una estrategia determinará los objetivos a largo plazo de una organización, así como la adopción de medidas y utilización de los recursos necesarios para lograr esos objetivos.

Políticas

"Declaraciones o interpretaciones generales que guían el pensamiento durante la toma de decisiones; la esencia de las política es la existencia de cierto grado de discrecionalidad para guiar la toma de decisiones".[25]

---

[23] Mercado, Salvador. Administración Aplicada Teoría y Práctica, 1ª edición, Editorial Limusa, México 1997

[24] Stoner James, Freeman y Gilbert, Daniel. Administración 6ª Edición. Prentice Hall. México 1996

Son importantes por que por medio de ellas se establece la manera de cómo vamos a alcanzar los objetivos.

Procedimientos

"Son aquellos planes que señalan la secuencia cronológica mas eficiente para obtener los mejores resultados en cada función concreta de una empresa".[26]

El establecimiento de procedimientos tiende a establecer orden ya que procura detallar cada operación ordenándola cronológicamente, explicando la manera de hacer cada paso, señalando los responsables, es decir, señala una rutina que debe seguirse cada vez que se presente un caso semejante.

Reglas

"Planes vigentes que detallan las acciones específicas que deben emprenderse en una situación determinada".

Su importancia radica en dirigir la actuación dentro de la organización, cuales son los límites, facultades, márgenes de acción y de decisión.

Programas

Es un conjunto de actividades a desarrollar en un tiempo determinado y tiende a alcanzar metas fijadas.[27]

Los programas se caracterizan por la fijación del tiempo requerido para cada actividad.

---

[25] Ídem cita 14

[26] Reyes Ponce, Agustín. Administración Moderna, 1ª edición, editorial Limusa, México 2005

[27] Ídem cita 18

Presupuestos

"Estado cuantitativo en términos formales de los recursos que se asignan a las actividades planeadas durante lapsos estipulados".[28]

El presupuesto es un elemento muy importante en la planeación, ya que por medio de el podemos conocer la cantidad de dinero que necesitamos invertir en nuestros programas.

e. PROCESO DE LA PLANEACIÓN

La planeación dentro de la administración se desarrolla a través de varias fases o etapas, que son:

1. Formulación de metas

Implica comprender la misión de la organización y después establecer metas que la traduzcan en términos concretos.

2. Identificación de los objetivos y estrategias

Consiste en identificar los objetivos actuales de la organización y su estrategia.

3. Análisis ambiental

El conocimiento de las metas de la organización y su estrategia actual, dan un marco de referencia para definir que aspectos del ambiente ejercerán la mayor influencia en la capacidad de alcanzar sus objetivos. La finalidad del análisis ambiental consiste en descubrir las formas en que los cambios de los ambientes económico, tecnológico, sociocultural y político de una organización la afectaran indirectamente

4. Análisis de recursos

[28] Ídem cita 19

Este análisis es necesario para determinar sus ventajas y desventajas competitivas, se refieren a las fortalezas y debilidades de la organización frente a sus competidores actuales y futuros.

5. Identificación de oportunidades estratégicas y riesgos

Se combina con las fases anteriores, para descubrir las oportunidades disponibles para la organización y las amenazas que enfrenta.

6. Determinación del grado de cambio estratégico requerido

En esta etapa los administradores deciden si modifican o no la estrategia o su realización, tal decisión se basa en el hecho de que puedan identificarse las brechas de desempeño, la cual consiste en la diferencia en los objetivos establecidos en el proceso de formulación de metas y los resultados que parece posible alcanzar si se continua con la estrategia existente.

7. Toma de decisiones estratégicas

Si un cambio de estrategia fuere necesario para cerrar la brecha del desempeño, el siguiente paso requiere identificar, evaluar y seleccionar enfoques estratégicos opcionales.

8. Puesta en práctica de las estrategias

Una vez determinada la estrategia es preciso incorporarla en las operaciones diarias de la organización

9. Medición y control de los avances

A medida que se va realizando la introducción del plan, se debe comparar el progreso con el plan establecido en etapas periódicas o decisivas.

4. CONTROL

Todo sistema requiere de un equilibrio para que pueda funcionar, es esa la razón de ser del control ya que es una herramienta que permite lograr un equilibrio de lo planeado y lo realizado, para poder lograrlo se apoya de estándares que se elaboran mediante tendencias y frecuencias históricas que delimitan la variabilidad aceptada y permiten que a partir de estos se tomen medidas correctivas para el funcionamiento continuo.

a. CONCEPTO

"La función administrativa de control es la medición y corrección del desempeño a fin de garantizar que se han cumplido los objetivos de la empresa y los planeas ideados para alcanzarlos". [29]

"Control es la fase que consiste en observar, inspeccionar, verificar y registrar la ejecución de un plan de manera que puedan compararse continuamente los resultados obtenidos con los planes realizados en un principio y tomar medidas necesarias para asegurar la realización de sus objetivos". [30]

Según las definiciones anteriores, podemos decir que es un proceso que establece las dependencias y organismos de la administración para vigilar el cumplimiento de los planes y programas de trabajo, evaluar su realización, detectar desviaciones y proponer medidas correctivas.

---

[29] Ídem. Cita 12

[30] Díaz Callejas, Osmín E., Administración de una empresa, El salvador 1985

b. TIPOS DE CONTROL

El control de gestión municipal se apoya en controles operativos, tales como:

Control Jurídico

Le corresponde la vigilancia que las autoridades municipales llevan a cabo para asegurar la correcta aplicación de las leyes y disposiciones reglamentarias en la gestión municipal.

Control Administrativo

Verifica que todos los trabajos y tareas se ejecuten con los métodos y procedimiento administrativos establecidos. Lo realizan los funcionarios responsables de las diversas dependencias y organismos municipales.

Control Contable

Comprende la inspección cotidiana de las cuentas públicas del municipio, de acuerdo con los sistemas de contabilidad establecidos por la tesorería y autoridades municipales.

Control Físico y Financiero

Consiste en una verificación detallada sobre el avance físico y financiero de las obras públicas municipales, para conocer el cumplimiento de las metas y el monto real del gasto ejercido en relación con el autorizado.

c. OBJETIVO

El control tiene como objetivo cerciorarse de que los resultados que se están dando, vayan de acuerdo con los planes establecidos, brindando información oportuna, veraz y objetiva de los procedimientos que realiza la administración municipal, así mismo sirve de orientación para la toma de decisiones.

d. IMPORTANCIA

El control es importante en la gestión municipal debido a que:

- Contribuye a medir y corregir la labor de los empleados de cada dependencia, el control se convierte en una herramienta para los administradores a través de la cual puede comprobar el logro de los objetivos.
- Facilita la integración de las actividades, verificando los puntos débiles y posibles errores para corregirlos.
- Facilita la supervisión y el trabajo en equipo; el control la vigila, verifica e inspecciona la realización del trabajo de los empleados y a la vez orienta sus esfuerzos con otros miembros de la institución al logro de los objetivos.

e. CARACTERISTICAS

Para cumplir con su función, el control en la gestión municipal debe reunir una serie de características que se mencionan a continuación:

- Participativo: involucra a los diferentes niveles jerárquicos de la estructura orgánica de las dependencias y organismos de la administración municipal.

- Dinámico: representa un flujo de información constante que genera decisiones y acciones.
- Cuantitativo: verifica el cumplimiento de metas y la aplicación de recursos en la ejecución de los programas, proyectos o actividades.
- Cualitativo: identifica el logro de los objetivos previamente determinados, así cómo la eficiencia en los sistemas y procedimientos administrativos.
- Total: abarca todas las actividades programadas y precisas de la administración municipal.

f. HERRAMIENTAS[31]

Entre las herramientas de control tenemos las siguientes:

Meta

Resultado que se pretende alcanzar en un plazo determinado para avanzar hacia el cumplimiento de un objetivo. Su medición debe hacerse en términos de tiempo, cantidad y, si es posible, calidad.

Sin una meta, las instituciones no saben encaminar el rumbo de sus esfuerzos. Su importancia radica en la dirección que brinda, es decir los esfuerzos se enfocan en el logro de ellas.

Formularios

Documento Impreso que transmite información específica de una persona a otra o de una unidad a otra. Es un papel portador de datos e información y es parte integrante del método.

[31] Chiavenato, Idalberto, Iniciación a la organización y el control, McGrall Hill, 1º edición, Bogotá 1994

Son documentos que facilitan la información en los diferentes niveles de la institución, como también con personas ajenas que buscan la utilización de un servicio o continuidad de un proceso.

Autorización

Procedimiento certificador donde se efectúan las operaciones y actos administrativos válidos y de acuerdo con lo previsto por la dirección.

Es un proceso que se realiza como requisito para la continuidad de otros procedimientos, y sirve como un respaldo administrativo o jurídico para la institución que lo emite y para quien lo recibe.

Comprobante

Documento legal que constituye evidencia material de toda transacción, deja físicamente un comprobante, tanto al emisor como al receptor que realizó determinado trámite.

Diagrama de Gantt

Se trata de una gráfica de barras, con el tiempo en el eje horizontal y las actividades que hay que programar en el eje vertical, las barras representan la ejecución con el paso del tiempo.

Muestra con claridad las actividades, los responsables de su ejecución y los tiempos hasta su conclusión, así mismo los participantes observan la importancia de su trabajo para alcanzar los objetivos programados.

g. PROCESO DEL CONTROL [32]

El control como actividad permanente dentro de la administración se desarrolla a través de varias fases o etapas, que son:

- Fijación de patrones de medida.
- Medición de resultados.
- Evaluación
- Aplicación de medidas correctivas.

FIJACIÓN DE PATRONES DE MEDIDA

Representa la etapa inicial del control de gestión y consiste en el establecimiento de patrones de medida, que servirán como punto de referencia entre lo programado y lo realizado. El patrón representa las metas establecidas mediante la planeación.

MEDICIÓN DE RESULTADOS

Esta es una de las fases más características del control de gestión. Consiste en comparar los resultados reales obtenidos por la administración municipal con los objetivos y metas que estaban previstas. La información que se recabe en esta etapa debe ser clara, precisa, oportuna y completa.

[32] Sitio Web http://www.elocal.gob.mx/work/resources/guias_tecnicas/guia22.htm

EVALUACIÓN.

Consiste en el estudio crítico de los resultados obtenidos contra lo esperado. En esta etapa se analizan las causas de las desviaciones en los planes y programas de trabajo y se proponen alternativas de solución.

APLICACIÓN DE MEDIDAS CORRECTIVAS

Son los ajustes que se deberán hacer a los planes y programas que desarrollan las unidades administrativas del ayuntamiento, de conformidad con las desviaciones observadas en la etapa de evaluación, para actualizar los programas a partir de nuevos lineamientos y objetivos.

En esta etapa es muy importante la toma de decisiones, ya que de ello dependerá el logro de los objetivos y el cumplimiento de las metas.

Todo lo antes referido y de manera especial sobre planeación y control en todo campo de la administración nos indica la necesidad de saber como se puede mejorar la marcha de los negocios, empresas e instituciones como el caso de las municipalidades.

Por consiguiente es muy importante el diseño e implementación de herramientas de planeación y control, para la alcaldía en función del mercado municipal, ya que contribuirán al fortalecimiento de la gestión y con ello impulsar el desarrollo comercial del municipio.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SOBRE LA APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL DE LA GESTIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL EN FUNCIÓN DEL MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

A. IMPORTANCIA

Conocer la situación actual de la aplicación de las herramientas de planeación y control es muy importante, como los indicadores en este caso: calidad de servicio, nivel de oferta y demanda, competencias, análisis de administración, análisis FODA, entre otros, que nos llevan a la obtención de datos correctos y el descubrimiento de necesidades que van orientados a diseñar y mejorar las herramientas que se propondrán posteriormente

B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. GENERAL

- Investigar la situación de la gestión municipal, para proponer y diseñar las herramientas de planeación y control que fortalezcan la gestión de la alcaldía en función del mercado municipal.

2. ESPECÍFICOS

- Realizar una recolección bibliográfica y especialmente de campo, para poder conocer la situación actual de la gestión de la alcaldía en función del mercado municipal.
- identificar las diferentes áreas que involucran la administración del mercado y las herramientas de planeación y control que se utilizan en la administración.
- Establecer la situación actual de la gestión municipal, que permita establecer las necesidades referidas para el diseño de herramientas de planeación y control.

C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN[33]

1. MÉTODO

a. ANÁLISIS

El método de investigación que se utilizó, fue el analítico, que consiste en estudiar cada una de las partes del sujeto, las relaciones que se dan en su entorno. Además se determina la dependencia entre una variable y otra en este caso el fortalecimiento de la Gestión Municipal es la variable dependiente y las herramientas de Planeación y Control la variable independiente.

b. SÍNTESIS

En esta investigación se hizo un estudio de las variables que inciden en la gestión de la alcaldía municipal en función del mercado, dando una explicación de la relación existente entre una y otra, buscando al mismo tiempo dar una respuesta a las Hipótesis planteadas.

[33] Guerrero Fernando, Fundamentos de los Métodos de Investigación Social.

2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación utilizado fue el descriptivo, que plantea características o propiedades de un fenómeno; mide la situación actual de la comunidad en términos de sus propiedades con el fin de afirmar como es y como se manifiesta el fenómeno y establecer las relaciones entre las variables.

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de diseño de investigación que se utilizó es el no experimental ya que no es posible manipular las variables, sino que se observa el fenómeno en su ambiente natural sin intervenir en el desarrollo de los datos observados, el propósito de dicho diseño es la relación entre fenómenos, ya que tiene poco control de la variables y estas permanecen intactas y no se puede establecer relaciones de causalidad.

4. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recopilación de la información y análisis del fenómeno se utilizaron dos fuentes principales que son:

a. PRIMARIAS

Para este proceso de recolección de información se utilizó la encuesta y la entrevista; que se realizaron a los arrendatarios y al comité de adjudicación de puestos, igualmente la lista de cotejo, sirvió como fuente para completar y poder llegar a un diagnóstico mas certero, a la vez se obtuvieron algunas herramientas para que se pudiera analizar su utilidad y eficiencia en su uso.

b. SECUNDARIAS

Está compuesta por tesis citadas, libros, leyes, memoria de labores de la alcaldía municipal, boletines, sitios Web y otros documentos que sirvieron de base para hacer una comparación entre las fuentes primarias y la información teórica contenida en estas.

5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

a. LA ENCUESTA

Esta técnica se aplicó a todos los arrendatarios del mercado, con el fin de obtener información sobre el desempeño, debido a que el número de arrendatarios es de 33, y que en su mayoría son personas con poco nivel académico, se estructuró un cuestionario con preguntas sencillas y entendibles que tomaban en cuenta todos los puntos de los aspectos que se necesitaban recopilar acerca de la planeación y control del mercado, con estas al final se realizó una tabulación en donde se pueden ver la mayoría de las repuestas y poder obtener análisis mediante gráficos representativos.

b. LA ENTREVISTA

Se estructuró una guía de preguntas y cada de ellas se formuló con el objetivo obtención de información, así como hacer contacto con las personas involucradas en la elaboración y desarrollo de las herramientas de planeación y control en este caso el comité de adjudicación de puestos que esta formado por el alcalde, el síndico o primer regidor, un concejal y el administrador del mercado. La guía de entrevista se estructuró de tal forma que se obtuvo

información sobre cada área y de las necesidades de las cuales necesitan refuerzo de parte de la alcaldía para beneficio del mercado.

c. LA OBSERVACIÓN DIRECTA

Durante las visitas efectuadas a las instalaciones del mercado y la alcaldía municipal, se observaron ciertas situaciones que resultaron de mucha utilidad para la investigación, juntamente con los demás instrumentos, que contribuyeron al desarrollo y verificación de los datos como: estado de las instalaciones, diseño de los puestos del mercado, ordenamiento de los puestos, tipos de productos que se venden, demanda del mercado, calidad del servicio, entre otros, que ayudó al desarrollo de la investigación.

6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

a. CUESTIONARIO

Se diseñó un cuestionario con una serie de preguntas de interés para el investigador sobre el tema con el fin de obtener la mayor información posible, está estructurado de la siguiente manera: información de identificación, información general sobre grupos a los que pertenecen en este caso son los arrendatarios; seguidamente información que esta relacionada con el tema de investigación que es la gestión de la alcaldía municipal en función del mercado para ello se utilizaron los indicadores.

b. GUÍA DE ENTREVISTA

Se diseñó una guía para la obtención de información sobre el tema tomando en cuenta las diferentes opiniones del comité de adjudicación de puestos, con el fin de determinar cuales son

los factores internos y externos que bajo su punto de vista inciden en la gestión de la alcaldía municipal para prestar un buen servicio en el mercado, y la participación de las herramientas de planeación y control en esta.

c. LISTA DE COTEJO

El grupo elaboró una lista que permitió calificar las diferentes áreas específicas del mercado en sus instalaciones tanto en estructura física, apariencia, accesibilidad y otros factores de interés como conductas y habilidades contenidas en las personas que intervienen tanto en brindar el servicio como la administración.

A la vez la aplicación de las herramientas de planeación y control y otros factores que intervienen en el funcionamiento del mercado.

7. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA

a. UNIVERSO

El objeto de estudio cuenta con una población que se detalla a continuación: 33 arrendatarios del mercado, 4 integrantes del comité de adjudicación de puestos de la alcaldía que son los involucrados en el diseño y desarrollo de las herramientas de planeación y control.

En total el universo esta formado por 37 personas que son las que desarrollan sus labores en el entorno de esta situación de la alcaldía y el mercado municipal.

b. MUESTRA

Para determinarla se consideró tipo de muestra no probabilística y no aleatoria ya que los elementos elegidos, son los que están en relación directa con la investigación para el caso son

37 personas (33 arrendatarios del mercado y 4 miembros del comité de adjudicación de puestos) por lo tanto se aplicó un censo.

8. ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE DATOS

Los datos recolectados son presentados por medio de cuadros estadísticos, gráficos descriptivos y un análisis e interpretación de los datos obtenidos en la investigación, los cuales cada uno de ellos son de gran utilidad para la elaboración del diagnóstico de la situación actual de la administración del mercado de la Alcaldía Municipal de San Luís Talpa departamento de La Paz.

9. PRESENTACIÓN DE LA TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

Los datos recolectados de los arrendatarios del mercado municipal, se tabularon en cuadros con sus respectivas frecuencias y seguidamente por su gráfico representativo, en esta información obtenida se puede apreciar el punto de vista de los arrendatarios con respecto al desempeño actual de la administración del mercado y a las necesidades de herramienta de planeación y control que se requieren para mejorar la situación.

La encuesta consta de dos partes, en la primera contiene datos generales de los arrendatarios y la segunda se enfoca a recolectar información acerca del servicio, comunicación y diversas actividades que realiza la administración.

Además se muestran las entrevistas dirigidas al comité de adjudicación de puestos con las respectivas respuestas de cada uno de los participantes.

D. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL SOBRE LAS NECESIDADES DE PLANEACIÓN Y CONTROL EN LA GESTIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL EN FUNCION DEL MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.

1. ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL

El mercado municipal cuenta con una infraestructura inadecuada para este tipo de comercio, poca ventilación, a causa de su ubicación geográfica el municipio tiene un clima muy calido, hace que en las instalaciones del mercado se encierre el calor, también posee poca iluminación y al ser sus puestos muy pequeños y cerrados hace mas grave la situación, a la vez también este cuenta con una desorganización de puestos, es decir existen áreas destinadas solamente para un producto y se introducen otros provocando desorden, en otros casos son utilizados como bodegas que impide que posibles solicitantes puedan ofrecer sus productos (ver anexo 5); otro factor que ha influido es la inseguridad de los arrendatarios por la poca vigilancia que hay dentro de las instalaciones (ver anexo 6 gráfico Nº 15)

Todo esto influye a que se favorezca el comercio informal en las cercanías del mercado, se pudo observar que la calle principal donde esta ubicado el mercado, están instalados comercios de diversos tipos de productos que en su apariencia están en mejores condiciones que las del mercado.

No solamente el comercio informal que gira ardedor del mercado, pues el supermercado “Súper Talpa” es una de las principales competencias del mercado, ya que este aparte de que cuenta con aire acondicionado dentro de sus instalaciones que hace que el consumidor

se sienta cómodo con el ambiente que lo rodea, cuenta con excelente iluminación, variedad de productos ordenados en estantes a precios convenientes, en algunos casos se encuentran mas caros que en el mercado, pero la calidad y frescura son mas notorias y el consumidor prefiere pagar mas y realiza sus compras en este lugar.

Otro factor que se pudo identificar es que no hay estrategias por parte de los arrendatarios que incluyan cadenas locales de producción, es decir adquirir los productos que el municipio puede explotar delimitados como: carnes, pollos frutas y verduras, para que los precios de venta sean más competentes.

En cuanto a la administración del mercado, el personal encargado no tiene la capacidad de resolver problemas que se dan dentro de las instalaciones como por ejemplo: poder de negociación para instalar vendedoras sin autorización que se encuentran en la entrada del mercado que generan descontento a los arrendatarios ya que venden mas rápido sus productos sin pagar impuestos, aplicación de ordenanzas municipales para regular el comportamiento de los arrendatarios, creación de estrategias para utilizar el mercado en su 100% eliminando aquellas situaciones que retrasan en desarrollo comercial como es la utilización de puestos para bodegas; es decir la administración no diseña planes para mantener un mercado limpio, seguro y ordenado; y a la vez controles capaces y eficientes para llevarlos a cabo (ver anexo 6 gráfico Nº 12); también en cuanto a trabajar en el impulso del mercado por medio de la promoción, juntamente con la alcaldía municipal, entre otros (ver anexo 6 gráfico Nº 18)

2. ANÁLISIS FODA DEL MERCADO MUNICIPAL DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
FORTALEZAS: • Interés por parte del concejo de adjudicación de puestos, por mejorar la situación del Mercado Municipal • Tiene la capacidad de albergar a 88 arrendatarios que vendan productos diversos • Esta abastecido por agua potable, luz eléctrica y en otros casos para puestos exclusivos Internet • Tiene servicios sanitarios en ambas plantas lo que facilita el acceso a este servicio a los usuarios • La Casa de la Cultura es un valor agregado para los usuarios de este mercado que necesiten ayuda educativa.	**OPORTUNIDADES** • Solicitudes de aspirantes a querer ser arrendatarios del mercado • El municipio cuenta con cultivos de granos y hortalizas que están en la cercanías del mercado • Crianza de ganado vacuno como fuente proveedora de carnes • Granjas que pudieran ser proveedores de pollos • Ubicación geográfica del municipio que son 18 kms de zona costera facilita la adquisición de mariscos • Sus habitantes son aproximadamente de 32,231 que pueden ser sus principales clientes • Poder de de negociación con la PNC (Policía Nacional Civil) que esta ubicada cerca del mercado para fortalecer la vigilancia.
DEBILIDADES • Aunque existe un reglamento regulador, no se verifica ni controla su cumplimiento • Falta de un comité compuesto por arrendatarios, dentro del mercado que sirva de apoyo para la administración • Espacio físico escaso • Clima del municipio cálido que encierra el calor en las instalaciones • Infraestructura inadecuada en cuanto a diseño y elementos espaciales del mercado. • Precios altos en comparación con otros mercados	**AMENAZAS** • Aumento de venta ambulantes en lugares mas transitados del municipio • Incremento del comercio informal en las cercanías del mercado • Obstaculización de las vías de principales de la zona por vendedores, que producen fuertes congestionamiento vehiculares • Dificultad de estacionamiento para los compradores con las ventas informales • Falta de higiene y seguridad dentro del mercado. • Competencia desleal de precios

3. HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

La alcaldía le proporciona las herramientas de planeación a la administración del mercado, según entrevistas realizadas al comité de adjudicación de puestos (Ver anexo 7 Pregunta Nº 3), comentaron la existencia de objetivos, políticas, estrategias, reglas, procedimientos, programas, presupuestos, aunque las respuestas no coincidieron con las mismas herramientas, de la misma manera, al indagar que herramientas se están aplicando (ver anexo 7 Pregunta Nº 4), cada uno de los entrevistados dio una respuesta diferente por lo que se puede apreciar que no se tienen especificadas.

Así mismo, dos de los entrevistados mencionaron que los encargados de la elaboración de éstas herramientas es el concejo municipal y uno de ellos dijo que la unidad política municipal.(Ver anexo 7 pregunta Nº 5)

Finalmente, todos los entrevistados respondieron que las herramientas existentes no son adecuadas para el logro de una buena gestión, lo cual confirma la necesidad de su elaboración. (Ver anexo 7 pregunta Nº 7)

A continuación se presenta un diagnóstico de las herramientas de planeación que proporciona la alcaldía para administrar el mercado:

a. OBJETIVOS

En la entrevista que se le realizó a los miembros del comité de adjudicación de puestos, uno de los miembros confirmó la existencia de objetivos (Ver anexo 7 pregunta Nº 3), el administrador del mercado, respondió que si hay objetivos pero al mencionarlos, pudimos denotar que no es un objetivo del mercado, si no una función del administrador (Ver anexo 8 pregunta Nº 6). Así

mismo, se verificó en el artículo dos del reglamento del mercado municipal establece los objetivos del mercado, por lo que se puede decir que el personal administrativo no le toma importancia requerida a las ordenanzas del mercado.

b. ESTRATEGIAS

En la entrevista del comité de adjudicación de puestos, un miembro mencionó que hay estrategias para la administración del mercado y que éstas no son utilizadas (Ver anexo 7 pregunta Nº 4), en cuanto a la entrevista que se le hizo al administrador también afirmó su existencia, mas al pedirle mención de ellas, indicó estrategias que se refieren al control de pagos solamente, dejando fuera áreas de interés como el ordenamiento, la seguridad, mantenimiento, alianzas de cadena de producción, promoción, entre otras (Ver anexo 8 pregunta Nº 10). Se puede apreciar que no cuentan con cursos de acción para lograr los objetivos del mercado ni la asignación de los recursos para llevarlos a cabo.

c. POLÍTICAS

Dos miembros del comité confirmaron la existencia de políticas, al igual que el administrador del mercado (Ver anexo 7 pregunta Nº 3 y 4), sin embargo al hacer mención de ellas se notó que no tiene conocimiento de las políticas actuales, de la misma manera se pudo apreciar que las políticas son insuficientes, inadecuadas y algunas no se llevan a cabo por ejemplo, se necesitan políticas de reordenamiento ya que se ha generado un desorden en la asignación de puestos que han dado lugar al acaparamiento de algunas personas a mas de tres puestos en el mercado y que según el reglamento del mercado son tres por persona como máximo (Ver anexo 6 gráfico Nº3), esto quita oportunidad a otros solicitantes, igualmente no hay un orden en la ubicación de

productos dentro del mercado y hay ventas en las afueras del mercado que no están autorizadas (Ver anexo 6 gráfico Nº 17).

d. PROCEDIMIENTOS

Todos los miembros del comité afirmaron la existencia de procedimientos, (Ver anexo 7 pregunta Nº 3), pero solo uno de ellos mencionó que son aplicados por la administración, por otra parte, el administrador respondió que si hay procedimientos, pero al pedirle mención de algunos no contestó. De la misma manera, se pudo detectar que no existe una guía formal que detalle la forma en que se deben de realizar las actividades, a la vez que muchos de los procedimientos se realizan de manera empírica como por ejemplo: cobros, solicitud para adjudicación de puestos, contrataciones de personal entre otros. (Ver anexo 7 pregunta Nº 4)

e. REGLAS

En cuanto a las reglas, dos de los miembros del comité comentaron que hay reglas para la administración del mercado pero que a la vez no se aplican, en la entrevista con el administrador en las preguntas (Ver anexo 8 pregunta Nº 13 y14), mencionó que las reglas que poseen son las que están establecidas en el reglamento del mercado municipal, para regular las actividades comerciales y como herramienta para la administración, se descubrió que el reglamento no está acorde a la realidad del mercado y necesita ser adecuado a las acciones que se realizan para mejorar la operación de este.

f. PROGRAMAS

Un miembro del comité contestó que hay programas, sin embargo se detectó que no se cuenta con una programación definida de las principales actividades que se efectúan para el

funcionamiento y administración del mercado, es decir no hay una herramienta que les permita alcanzar sus objetivos de manera eficiente. (Ver anexo 7 pregunta Nº 3)

g. PRESUPUESTOS

El administrador explicó que el mercado por si solo no posee un presupuesto, es decir la alcaldía municipal en su presupuesto general, incluye en su estructura por áreas de gestión la unidad del mercado tanto en ingresos, transferencias del gobierno, fuentes de financiamiento, pago de personal y egresos. (Ver anexo 8 pregunta 15)

Contiene a la vez disposiciones generales por áreas de gestión de la alcaldía están plasmadas en su decreto número uno de esta municipalidad, en el que hace referencia a las disposiciones generales como: administración, ejecución, utilización, autorizaciones, responsabilidades, evaluaciones, prohibiciones, entre otras

4. HERRAMIENTAS DE CONTROL

Según entrevista realizada al comité de adjudicación de puestos (Ver anexo 7 pregunta Nº 8), declaran que entre las herramientas de control que posee la alcaldía para administrar el mercado están: formularios, comprobantes, metas, autorizaciones y un sistema computarizado y que su elaboración toman en cuenta criterios como la experiencia, estudios de campo y la creación de nuevos procesos. Luego, en la entrevista que se le hizo al administrador del mercado (Ver anexo 8 pregunta Nº 19), mencionó que las herramientas de control que él utiliza son: metas, autorizaciones y un sistema computarizado, es decir no se tiene la misma respuesta en las personas entrevistadas.

A continuación se presenta un diagnóstico de las herramientas de control que proporciona la alcaldía para administrar el mercado:

a. META

Un miembro del comité de adjudicación de puestos mencionó la existencia de metas. Por otra parte al entrevistar al administrador del mercado (Ver anexo 8 pregunta Nº 21), nos comentó la existencia de metas y al exponerlas se denotó que están orientadas a la recaudación de impuestos, recuperación de mora y al mantenimiento de las instalaciones, pero, siendo las metas pasos para alcanzar los objetivos, se visualiza la necesidad de implementar mas metas para el logro de los objetivos que debe tener la administración del mercado.

b. FORMULARIOS

En la administración del mercado se utilizan formularios que están destinados para el control entre los que podemos mencionar esta la solicitud para adjudicación de puestos para nuevos prospectos, formulario de control de arrendatario donde se encuentran todos los datos básicos de los arrendatarios actuales y alguna documentación archivada y finalmente tarjeta de control de pagos hechas para un trimestre, donde se puede visualizar los pagos realizados y pendientes que tiene cada arrendatario (Ver anexo 7 pregunta Nº 8)

c. AUTORIZACIÓN

Las autorizaciones que se realizan en el mercado (Ver anexo 8 pregunta Nº 22) según la entrevista efectuada al administrador son: el uso de agua en locales vacíos, modificaciones de

locales y el uso racional de la energía común para los arrendatarios, no obstante, existen otras actividades que requieren autorizaciones y no están contempladas dentro de la administración como por ejemplo el uso de espacios físicos, la asignación de puestos, utilización de equipos publicitarios, cambio de arrendatario, entre otras.

d. COMPROBANTE

El administrador del mercado mencionó (Ver anexo 8 pregunta Nº 24), que entre los comprobantes que utiliza están: tickets, libros, estados de cuenta, contratos, convenios de pago, actas y tarjetas. En una de las visitas realizadas al mercado se pudo observar que, para el control de pago de los arrendatarios el administrador utiliza tickets numerados y sellados que sirven de comprobante de pago, y que luego es registrado y contabilizado en la colecturía de la alcaldía para comprobación de ingresos diarios.

e. DIAGRAMA DE GANTT

En las visitas realizadas a la administración del mercado y al hacer contacto con las herramientas de control proporcionadas por el administrador, se detectó que no tienen diagrama de gantt, es decir no se toma en cuenta para llevar a cabo la planeación de las actividades necesarias en la gestión municipal.

5. OTROS ASPECTOS INFLUYENTES EN LA ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO

Es importante mencionar que la entrevista que se le realizó al administrador del mercado, se identificaron otros factores significativos en el análisis de la información (Ver anexo 8 pregunta Nº

27 y 28), comentó que los recursos con los que cuenta la administración son insuficientes, se observó la deficiencia de los siguientes recursos:

RECURSO HUMANO

El recurso humano con el que cuenta el mercado municipal, no es suficiente para brindar un buen servicio a los usuarios del mercado, ya que las actividades administrativas son realizadas por dos personas: el administrador y su asistente; a la vez se logró detectar que el personal a cargo no está capacitado para sus funciones y no tiene el nivel académico adecuado para este cargo, es decir en la selección de personal no se toman en cuenta criterios como este, así mismo la alcaldía no invierte en capacitación de este personal, es por ello que el mercado no puede ser explotado y puesto como principal fuente de comercio del municipio.

RECURSOS MATERIALES

La administración del mercado cuenta con lo necesario en cuanto a mobiliario y equipo para realizar sus funciones, se cuenta con computadoras que utiliza la administración, archivero, y papelería.

Para el área operativa como el mantenimiento y limpieza del mercado se cuenta con: escobas, trapeadores, botes de basura, palas, detergentes, líquidos para la limpieza; por la calidad de limpieza se puede ver que los materiales no son los suficientes para el buen desempeño de esta actividad.

De igual manera no se encontró materiales y equipos especializados para que contribuyan al mantenimiento de la infraestructura del mercado. (Ver anexo 1)

RECURSOS FINANCIEROS

Según entrevista realizada al administrador del mercado se detectó la necesidad de que la alcaldía invierta más económicamente en el mercado para mejorar la infraestructura, modificar instalaciones, adquirir mobiliario y equipo con el fin de mejorar su funcionamiento y en consecuencia mejorar el servicio a los usuarios del mercado, para lograr que los objetivos para los cuales fue creado el mercado que son brindar servicio de calidad tanto a los arrendatarios como a la comunidad, se lleven a cabo.

RECURSOS TÉCNICOS

Se cuenta con un sistema informático que lleva un control de los arrendatarios del mercado, sin embargo, según comentario del administrador, se detectó la necesidad de actualizar el sistema a las actividades que tiene el mercado.

La asistencia técnica contribuye a que se mejoren las condiciones socioeconómicas del mercado, es decir es importante la capacitación tanto el personal administrativo como los arrendatarios para que puedan desempeñar sus actividades con eficiencia, entre las capacitaciones que se requiere están: higiene, conservación y manejo de alimentos, contabilidad elemental, control de inventario, mercadeo y relaciones humanas.

E. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES

- El personal responsable de la administración del mercado, no posee los conocimientos y habilidades necesarios para la dirección eficiente del mercado municipal.
- Ha existido poco interés por parte de la alcaldía en cuanto a la capacitación del personal administrativo, mantenimiento de infraestructura, acondicionamiento y promoción del mercado.
- El mercado municipal a pesar de tener definidos sus objetivos, las actividades realizadas no se encaminan al logro de estos.
- No hay políticas específicas dirigidas para cada área que se desarrolla en el mercado, las cuales son clave para su buen funcionamiento.
- La alcaldía no cuenta con estrategias dirigidas a impulsar el desarrollo del mercado como el principal proveedor de insumos para el municipio.
- No hay una planeación formal sobre las diversas actividades que se desarrollan dentro del mercado.
- No se cuenta con herramientas de control suficientes y adecuadas para facilitar el buen ejercicio de las operaciones y que visualicen el nivel de efectividad de los planes.

2. RECOMENDACIONES

- Se debe seleccionar y contratar, personal con conocimientos y características de liderzazo que ayuden a dirigir el mercado de una manera eficiente.
- Apoyo técnico y financiero de parte de la alcaldía al mercado, para garantizar el buen funcionamiento de este y a la vez fortalecer la administración por medio de capacitaciones constantes.
- Se deben definir los objetivos del mercado y darlos a conocer tanto al personal administrativo como los arrendatarios con el fin de encaminar las actividades a la realización de cada uno de ellos con mutua participación
- Definir políticas aplicables a la realidad que satisfagan las necesidades de reordenamiento dentro del mercado y que contribuyan al mejorar el servicio.
- Elaborar estrategias que permitan impulsar el desarrollo del mercado especialmente con negociación con proveedores del mismo municipio con el fin de ofrecer productos al más bajo costo
- Elaborar planes de trabajo destinados al desarrollo del mercado con la participación de la alcaldía y arrendatarios.
- Diseñar herramientas de planeación que permitan un desarrollo sustentable de las actividades que se desarrollan dentro y fuera del mercado municipal

CAPÍTULO III

DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL PARA FORTALECER LA GESTIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL EN FUNCIÓN DEL MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.

A. IMPORTANCIA

Las instituciones deben estar preparadas para su quehacer diario, saber con anticipación que es lo que se quiere hacer, con quienes hacerlo y en que momento es muy importante, a la vez estar preparados para hacerle frente a las exigencias del medio, es por ello que las herramientas de planeación y control son de vital importancia para el buen desempeño ya que simplifican el trabajo, disminuyen la pérdida de tiempo, proporcionan orden, es decir, sirven de apoyo para el personal administrativo para el desarrollo de sus labores cotidianas. En ese sentido este capítulo presenta una propuesta para que las autoridades municipales competentes de San Luís Talpa, puedan apoyarse en este estudio.

B. OBJETIVOS

GENERAL

Proponer herramientas de planeación y control a la Alcaldía Municipal de San Luís Talpa, departamento de La Paz para fortalecer la administración del mercado.

ESPECIFICOS

1. Realizar una organización integral del mercado, mediante capacitaciones dirigidas al personal, para que puedan ser más eficientes tanto en la administración como en el control de las diferentes actividades que son de su competencia.
2. Proporcionar instalaciones seguras e higiénicas, dando mantenimiento preventivo y correctivo, trabajando conjuntamente con las autoridades municipales.
3. Promover el mercado municipal como un centro importante de desarrollo económico del municipio, por los diferentes medios de comunicación disponibles en la zona.

C. DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN

Se Diseñó una serie de herramientas, las que se inician con la presentación de un plan estratégico que abarca las principales actividades que se realizan dentro del mercado.

PLAN ESTRATEGICO DEL MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ							
Objetivo General: Dotar de herramientas de planeación y control para fortalecer la gestión del mercado municipal				**Responsable del diseño:**		**Fecha de Elaboración:**	
Duracion de la ejecución: tres años				Alcaldía Municipal		20.01.10	
N°	**Planes**	**Tácticas a implementar**	**Objetivo**	**Dirigido a**	**Lugar**	**Periodo de Elaboración**	**Costos U$**
1	Plan de Organización Integral del mercado municipal	Reubicación de puestos Ordenamiento de productos	Realizar una organización integral del mercado, habilitando y despejando los accesos y pasillos, para brindar comodidad a todos los usuarios.	Personal administrativo y arrendatarios	Alcaldía y Mercado Municipal	11 horas	$179.57
2	Plan de mantenimiento de la infraestructura del mercado municipal	Capacitacion en el área de mantenimiento del mercado Presupuesto para gastos de mantenimiento	Mantener la infraestructura original del mercado, dando mantenimiento oportuno y necesario para evitar el deterioro provocado por el uso y el tiempo.	Personal administrativo	Instalaciones del mercado municipal	14 horas	$783.78
4	Plan de publicidad del mercado municipal	Capacitación al administrador en la promoción del mercado Realización de eventos promociónales en el interior del mercado Dar publicidad en diferentes medios sobre productos y servicios del mercado	Promover el mercado municipal como un centro importante de desarrollo económico del municipio, por los diferentes medios de comunicación disponibles en la zona	Administrador del mercado, arrendatarios y proveedores	Instalaciones del mercado municipal	11 horas	$548.32
5	Plan de limpieza del mercado municipal	Inspecciones permanentes de limpieza en el mercado Realización de campañas de limpieza periódicas	Mantener las instalaciones del mercado en condiciones higiénicas, por medio de la aplicación de la ley de salubridad, para brindar al usuario un mercado limpio y libre de enfermedades	Administrador, personal de limpieza y arrendatarios del mercado	Instalaciones del mercado	9 horas	$4,629.68
6	Plan de seguridad	Capacitación de personal de vigilancia con apoyo de la Policia Nacional Civil Contratación de un nuevo vigilante para turno de día	Brindar seguridad a los diferentes usuarios, y mantener un orden dentro de las instalaciones del mercado.	Personal de vigilancia del mercado	Instalaciones del mercado	6 horas	$3,025.00
					Total	**51 horas**	**$9,166.35**

1. ORGANIZACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL

a. PLAN DE ORGANIZACIÓN INTEGRAL DEL MERCADO MUNICIPAL

Plan de Organización Integral del mercado municipal	**Responsable de Diseño**	**Fecha de Elaboración: 01/20/2010**
	Alcaldía Municipal	**Periodo de Ejecución: un año**

Objetivo: Realizar una organización integral del mercado, habilitando y despejando los accesos y pasillos, para brindar comodidad a todos los usuarios

Políticas:	**Estrategias**:
1. Se aplicarán sanciones, al comprobarse el incumplimiento de las obligaciones y prohibiciones de los arrendatarios, establecidas en el reglamento del mercado municipal.	1. Para fortalecer las capacidades del personal administrativo, se capacitará y fortalecerá su autoridad, dándoles líneas de acción para la organización del mercado.
2. Es responsabilidad del personal administrativo, verificar que el puesto arrendado se esté ocupando para el giro que fue autorizado.	2. Se organizará en sectores las ventas de productos similares, y se aplicará la base legal en caso fuera necesario.
3. Es responsabilidad del comité de adjudicación de puestos, crear instrumentos que regulen la cantidad de puestos para cada arrendatario.	3. Para evitar el acaparamiento de los puestos, se delimitará su cantidad para cada arrendatario, modificando el reglamento del mercado.
4. Ningún arrendatario debe obstruir con las ventas la libre circulación de los usuarios, ni ocupar un espacio adicional al arrendado.	4. Para orientar a los usuarios, se establecerá un orden en los productos, manteniendo visibles la numeración y nombre comercial de los puestos.
5. No se permitirá por ninguna causa, el acceso de ventas ambulantes ni estacionarias que perjudiquen el orden del mercado.	5. Con ayuda de agentes de la Policía Nacional Civil, se desalojará a los vendedores ambulantes que se ubican en la entrada del mercado, para dar prioridad a los vendedores fijos y facilitar el acceso de los vehículos.
6. El mercado deberá contar con un croquis que identifique las diferentes areas que lo componen.	6. Para facilitar la ubicación de las áreas del mercado a los usuarios, se colocará un croquis en la entrada identificándolas.

							COSTOS		**COSTOS TOTALES**
N°	**Táctica**	**Dirigido a**	**Ejecutado por**	**Lugar**	**Periodo de Ejecución**	**Objetivos Específicos**	**Materiales**	**Logistica**	
1	Creación de comité de organización dentro del mercado	Arrendatarios	Administración del mercado	Parqueo del mercado municipal	1 lunes de 2:00 pm a 5: pm	Crear interes en los arrendatarios e involucrarlos en el orden interno del mercado	$1.00		$1.00
2	Curso de liderazgo básico personal	Administrador del mercado	Personal de Insaforp	Instalaciones propuestas por el Insaforp	1 martes de 1:00 pm a 6:00 pm	Fortalecer las habilidades adminsitrativas y desarrollar un auto liderazgo		$63.56	
3	Reubicación de puestos	Personal administrativo	Comité de adjudicación de puestos	Instalaciones de la alcaldía municipal	2 sábados de 8:00 am a 12:00 m	Dotar de los insumos necesarios al personal administrativo para que realice una buena organización de los puestos del mercado.	$3.00	$20.00	$23.00
4	Ordenamiento de productos	Arrendatarios	Administración del mercado	Parqueo del mercado municipal	1 Viernes de 3:00 pm a 06:00 p.m.	Concientización e información del Reglamento del Mercado, sobre el espacio arrendado para la venta de los productos.	$5.00	$33.00	$38.00
				TOTALES	16 HORAS		$8.00	$116.56	$124.56

Recursos:
Materiales: Material didáctico para la capacitación.
Humanos: Personal de la alcaldía y mercado municipal.

b. PROGRAMA DE ORGANIZACIÓN PARA EL MERCADO DE SAN LUIS TALPA DEPARTAMENTO DE LA PAZ

Se presenta el siguiente programa, que abarca una serie de criterios y políticas que deben seguirse, el cual está estructurado de una manera clara y sencilla para una fácil comprensión.

1) OBJETIVOS

General

Diseñar un programa de organización del mercado municipal de San Luís Talpa, departamento de La Paz, para lograr un buen funcionamiento, un orden interno y una buena imagen a los usuarios.

Específicos

1) Crear un Comité de Organización, que vigile el cumplimiento del reglamento del mercado, para lograr un orden en los arrendatarios, puestos y las actividades que se desarrollan internamente.
2) Capacitar al personal sobre el uso de herramientas administrativas, para lograr el desarrollo de sus habilidades y ejecuten sus funciones de la mejor manera.
3) Proponer un croquis, que presente uniformidad y diversidad de productos en el mercado.

2) GENERALIDADES

Alcance

Este programa establece lineamientos y acciones a seguir para una organización del mercado en cuanto a personal administrativo, arrendatarios, puestos y actividades.

Políticas de Organización

- Es responsabilidad del administrador, cumplir y hacer cumplir a todo el personal y los arrendatarios deberes y obligaciones establecidos en el reglamento del mercado.
- Corresponde al administrador crear mecanismos, que conlleven a solucionar situaciones que se dan de manera imprevista y que no están establecidos en los planes.
- Cada empleado y arrendatario esta obligado a cumplir con las normas de organización establecidas.

3) ACCIONES RECOMENDADAS

a). CREACIÓN DEL COMITÉ DE ORGANIZACIÓN DEL MERCADO

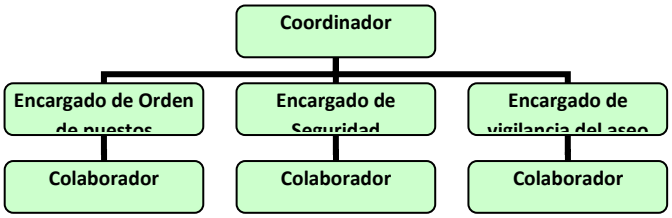
Para implantar el programa de organización del mercado se propone, la creación de un comité de organización por los mismos arrendatarios con el apoyo del administrador del mercado, que estará formado de la siguiente manera:

- Coordinador, que será el administrador del mercado.
- Encargado del orden de puestos
- Encargado de seguridad.
- Encargado de aseo.
- 3 colaboradores

Objetivos del comité

- Educar e instruir a todos los arrendatarios del mercado sobre la utilización del espacio físico del puesto, sin afectar la libre circulación de los usuarios.
- Mantener un orden en cada uno de los puestos, según lo establecido en la propuesta en base a áreas por productos.
- Vigilar el cumplimiento del programa de organización del mercado y que todos los involucrados cumplan la normativa presentada.
- Garantizar la armonía entre todos los arrendatarios del mercado y la administración.

Estructura Organizativa del Comité de Organización del Mercado



Descripción de las funciones

- **Coordinador**

Miembro del comité con más autoridad, encargado de velar por el cumplimiento del programa de organización del mercado, y la participación de las demás personas que forman parte del comité, tiene además la facultad de destituir a alguno de los miembros del comité en caso que cometiera una falta grave.

- **Responsable del orden de puestos**

Esta persona velará por el buen uso que se le de a los puestos, así como mantener la libre circulación de los pasillos, haciendo uso de su autoridad.

- **Responsable de la seguridad**

Se encargará de velar por el cumplimiento de las funciones del vigilante y miembros de la Policía Nacional Civil, que sirven de apoyo a la seguridad del mercado.

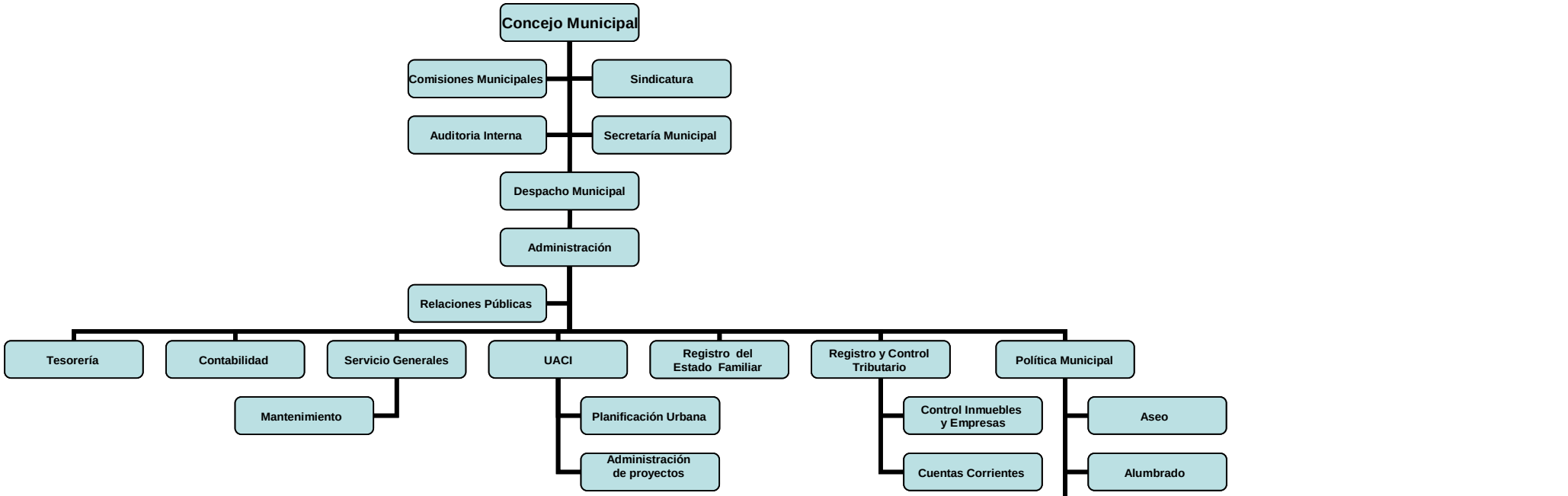
- **Responsable del Aseo**

Velará por el cumplimiento de las normas de salubridad, para efectos de mantener un mercado limpio, realizando constantemente inspecciones en los puestos, productos y servicios sanitarios.

- **3 colaboradores**

Servirán de apoyo en las diferentes funciones que desempeñen los miembros del comité (a excepción del presidente) y podrán sustituirlos en caso fuera necesario, siendo valido su voto.

UBICACIÓN DEL COMITÉ DE ORGANIZACIÓN DENTRO DEL ORGANIGRAMA DE LA ALCALDÍA DE SAN LUIS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.



SIMBOLOGIA:
┐ **Unidades de apoyo**
— **Línea Staff**
│ **Autoridad Lineal**

FECHA: enero 2001
ELABORÓ: Alcaldía de San Luís Talpa con Apoyo del Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM)

b). CAPACITACIÓN AL PERSONAL SOBRE ORGANIZACIÓN DEL MERCADO

Consiste en proporcionarle al personal, educación sobre temas de liderazgo y el uso de las herramientas administrativas, que le permitan fortalecer los conocimientos y capacidades, a la vez lograr el desarrollo del programa de capacitación propuesto.

Cursos propuestos para la organización:

1). CURSO BÁSICO DE LIDERAZGO PERSONAL.

Este curso esta dirigido al administrador del mercado para fortalecer sus habilidades administrativas y desarrollar un auto liderazgo que conlleve a que se desempeñe de manera más eficiente en sus funciones y se impartirá solamente e una vez.

NOMBRE DEL CURSO		CURSO BÁSICO DE LIDERAZGO PERSONAL				
DURACIÓN		7 HORAS	Día: 2 de marzo de 2010			Hora: 8:00 a.m. a 4:00 pm
OBJETIVO		Formación para el desarrollo de autoliderazgo personal				
CONTENIDO		1. Estilos de liderazgo 2. El carácter emocional del lider 3. El paradigma del liderazgo personal 5. Aprendizaje personal y organizacional 6. El desafio de aprender				
DURACIÓN	**CONTENIDO**	**OBJETIVO**	**METODOLGÍA**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS**	**COSTOS**
2 hora	Estilos de liderazgo	Explicar los estilos de liderazgo: Personal, Autocrático, Democrático, Situacional, entre otros.	Expositiva-Participativa	Representantes de INSAFORP	Laptop, cañon instalaciones del mercado	APORTE DE INSAFORP 75% **$190.68** APORTE ALCALDÍA 25% **$63.57**
2 hora	El carácter emocional del lider	Explicar el papel del lider y su equipo	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	
1 hora	El paradigama del liderazgo Personal	Explicar el concepto de la empatía, la auto-confianza y el auto-conocimiento	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	
1 hora	Aprendizaje personal y organizacional	Explicar y dar ejemplos del aprendizaje personal y organizacional	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	
1 hora	El desafío de aprender	Explicar y dar ejemplos de creencias limitadoras y paradigmas hacia un modelo proactivo	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	
				COSTO DE CURSO $225.00 +($29.25 DE IVA)	TOTAL	**$254.25**

2). CURSO BÁSICO DE ORGANIZACIÓN DEL MERCADO.

Este curso esta dirigido a fortalecer los conocimientos del administrador, acerca del apoyo y la autoridad que le delega el comité de adjudicación de puestos por medio del reglamento y a la vez informar sobre las diferentes actividades que se deben desarrollar dentro del mercado, las obligaciones y prohibiciones de cada uno de los miembros que lo componen. Para el desarrollo de este programa se utiliza como fuente principal el reglamento del mercado y algunas herramientas de planeación y control, este se impartirá una vez al año para dar a conocer algunas modificaciones y aplicaciones del mismo.

NOMBRE DEL CURSO	CURSO BÁSICO DE ORGANIZACIÓN DEL MERCADO					
DURACIÓN	7 HORAS	Día: 6 y 13 de marzo de 2010			Hora: 08:00:00 a.m. a 12:m	
OBJETIVO	Capacitar al administrador sobre el uso efectivo del reglamento del mercado					
CONTENIDO	1. Explicación de disposiciones fundamentales del reglamento (Titulo I) 2. Dirección y administración del mercado 3. Arrendatarios de los puestos del mercado 4. Comité de Adjudicación de Puestos 5. Causales de sanción y terminación de contrato de arrendamiento 6. Sistema de recaudación de tasas 7. Mantenimiento, control sanitario, capacitación de personal y arrendatarios 8. Vigilancia					
DURACIÓN	**CONTENIDO**	**OBJETIVO**	**METODOLOGÍA**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS**	**COSTOS**
30 minutos	Disposiciones fundamentales del reglamento	Explicar conceptos, dispociones fundamentales y objetivos del mercado	Expositiva-Participativa	Comité de Adjudicación de Puestos	Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	$23.00
30 minutos	Dirección y administración del mercado	Explicar sobre la administración y dirección del mercado	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	
1 hora	Arrendatarios de los puestos del mercado	Explicar obligaciones y prohibiciones de los arrendatarios	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	
1 hora	Comité de Adjudicación de puestos	Explicar la adjudicación de puestos y funciones del Comité de Adjudicación de Puestos	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	
1 hora	Causales de Sanción y terminación de contrato de arrendamiento	Explicar contrato y claúsulas y motivos de sanción y terminación	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	
30 minutos	Sistema de recaudación de tasas	Explicar maneras y normas de recaudación de tasas	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	
1 hora	Mantenimiento, control sanitario y capacitación de personal y arrendatarios	Explicar programa de mantenimiento, limpieza y capacitación de arrendatarios	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	
30 minutos	Vigilancia	Explicar alianzas de la Policía Nacional Civil, que apoyen la seguridad del mercado	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	
1 horas	Preguntas y respuestas	Contestar cualquier duda o inquietud del administrador	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	

3). CHARLA PARA ARRENDATARIOS SOBRE EL ORDENAMIENTO DE PRODUCTOS

Esta charla está dirigida a los arrendatarios como parte del plan de organización del mercado, en donde se pretende informarles, sobre los cambios propuestos para la ubicación de los productos por áreas y sus beneficios en cuanto a la imagen para atraer nuevos clientes, este se impartirá una vez al año o mas si fuere necesario hasta que se logren los resultados deseados en cuanto a organización del mercado.

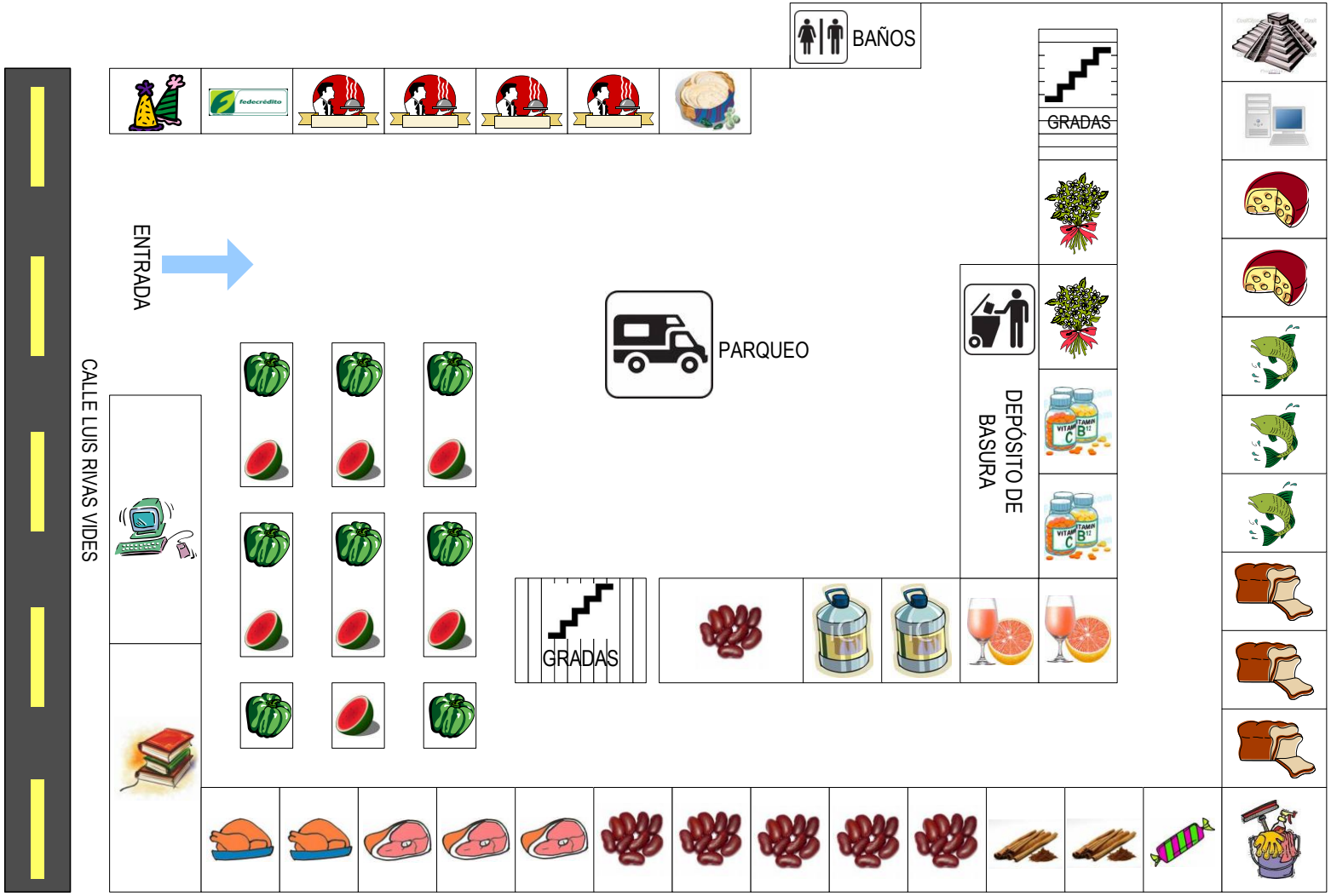
CHARLAS INFORMATIVAS DE ORDENAMIENTO DE PRODUCTOS PARA ARRENDATARIOS					
DURACIÓN	3 HORAS Día: lunes 8 de marzo de 2010 Hora: de 3:00 pm a 6:pm				
OBJETIVO	Informar a los arrendatarios el nuevo orden de los productos por áreas				
CONTENIDO	1. Presentación de Croquis del mercado de productos por áreas 2. Beneficios del ordenamiento de los productos				
DURACION	**CONTENIDO**	**METODOLGIA**	**RESPONSABL**	**RECURSOS**	**COSTOS**
1 horas	Presentación de Croquis del mercado de productos por áreas	Expositiva-Participativa	Administrador del mercado	Instalaciones del mercado	Refrigerio $33.00 Material Didáctico $5.00
2 horas	Beneficios del ordenamiento de los productos	Expositiva-Participativa	Administrador del mercado	Instalaciones del mercado	
				TOTAL	$38.00

c). PROPUESTA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DEL MERCADO

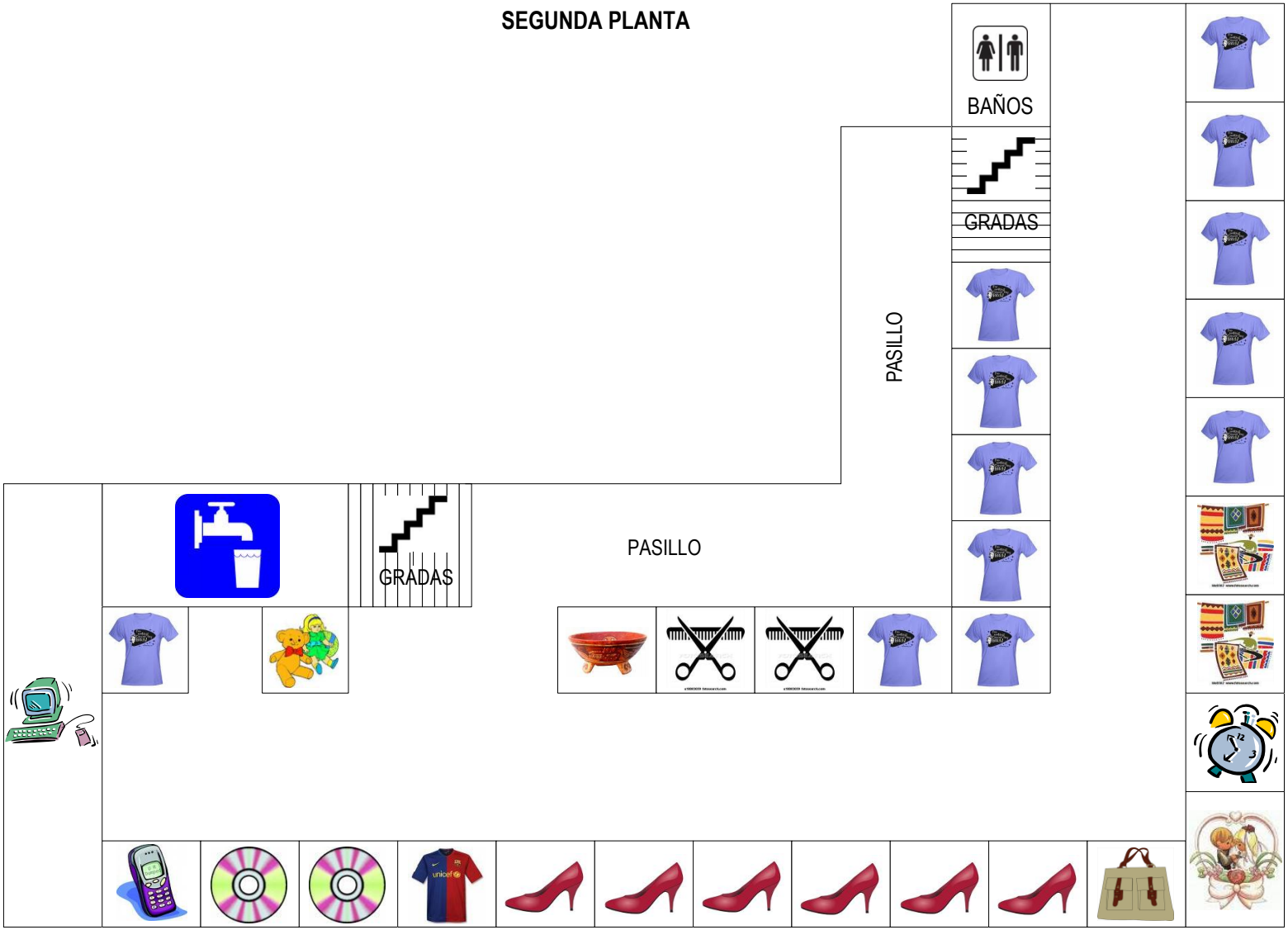
Se propone la siguiente distribución de puestos, con el fin de lograr uniformidad y una ubicación estratégica de cada uno, se propone la reubicación de algunos puestos que causaban desorden, y la introducción de nuevos productos para la venta, ya que se necesita de más variedad y con ayuda del programa de organización y publicidad, promover aquellos puestos que se ocupan como bodegas o están sin arrendarlos. El costo de la Elaboración e Instalación del Croquis representativo es de $50.00 + IVA.(Dato proporcionado por La Tarjeta, S.A. de C.V.)

PLANO PROPUESTO MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

PRIMERA PLANTA



SEGUNDA PLANTA



SIMBOLOGÍA DE LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS EN EL MERCADO

PLANTA 1

	CIBER CAFÉ
	VERDURAS
	FRUTA
	LIBRERÍA
	POLLO
	CARNES
	PRODUCTOS PRIMERA NECESIDAD
	ESPECIES
	DULCERIA
	USOS VARIOS
	PANADERÍA
	MARISCOS
	PRODUCTOS LÁCTEOS
	ADMINISTRACIÓN
	CASA DE LA CULTURA
	PLANTAS Y FLORES
	MEDICINAS
	JUGOS NATURALES
	PRODUCTOS PLÁSTICOS
	COMIDA
	TORTILLERÍA
	CAJA DE CRÉDITO
	PIÑATERÍA

PLANTA 2

	ANDA
	CIBER CAFÉ
	REPARACIÓN CELULARES
	CD'S Y DVD'S
	ROPA DEPORTIVA
	CALZADO
	RECUERDOS
	RELOJERÍA
	SALA DE BELLEZA
	TELAS
	ROPA
	ARTESANIAS
	JUGUETES
	CARTERAS

2. MANTENIMIENTO DEL MERCADO

a. PLAN DE MANTENIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA DEL MERCADO.

Plan de mantenimiento de la infraestructura del mercado municipal	**Responsable de Diseño**	**Fecha de Elaboración: 01/20/2010**
	Alcaldía Municipal	**Periodo de Ejecución: un año**

Objetivo: Mantener la infraestructura original del mercado, dando mantenimiento oportuno y necesario para evitar el deterioro provocado por el uso y el tiempo.

Políticas:	**Estrategias**:
1. El administrador debe garantizar el buen uso de las instalaciones del mercado, haciendo conciencia a los usuarios por medio de charlas formales e informales.	1. Para solventar con prontitud el mantenimiento de la infraestructura del mercado, se gestionará más apoyo financiero y técnico a la alcaldía municipal.
2. El Administrador debe establecer un sistema de mantenimiento de la infraestructura del mercado, a efecto de que no se produzcan dificultades en el funcionamiento del mismo.	2. Para poder solventar aquellos daños ocasionados en forma repentina, se sugiere la elaboración de un presupuesto para el mercado, donde se contemple este tipo de mantenimiento correctivo de emergencias causadas por la naturaleza.
3. La alcaldía deber apoyar en todas las gestiones de proyectos de mejora en las instalaciones del mercado.	3. A efecto de garantizar el buen funcionamiento de las instalaciones, se establecerá un programa de mantenimiento correctivo del mercado.
4. La administración del mercado está obligado a hacer efectivas las inspecciones, en todas las áreas del mercado, para identificar cualquier tipo de daño en la infraestructura.	4. Con el propósito de conservar la infraestructura del mercado, se realizarán proyectos destinados a las mejoras del diseño original con el objetivo de aumentar la protección y durabilidad de la estructura.
5. Hacer efectivo el pago de daño a las instalaciones del mercado, cuando estos fueren sido causados por los arrendatarios o familiares de estos.	5. Identificar daños mediante un control de mantenimiento de la infraestructura del mercado, para alargar la vida útil de este.
6. La alcaldía deberá proporcionar los materiales y equipos requeridos para el mantenimiento del mercado, evitando que se den paros en el funcionamiento normal del mercado por falta de ellos.	6. Para no afectar en gran manera las actividades del mercado, se establecerá un horario vespertino para las obras de mantenimiento que no afecte en gran manera las actividades comerciales.

							Costo		Costo
N°	**Táctica**	**Dirigido a**	**Ejecutado por**	**Lugar**	**Periodo de Ejecución**	**Objetivos Específicos**	Materiales	Logistica	Total
1	Curso de mantenimiento del mercado	Administrador del mercado	Personal de FEPADE	Instalaciones de FEPADE	2 días de 8:00 am a 12 m y de 1:00pm a 5:00 pm	Proporcionarle al administrador información básica sobre mantenimiento de las instalaciones del mercado		$281.37	$281.37
2	Elaboración de Presupuesto para gastos de mantenimiento	Personal administrativo	Comité de adjudicación de puestos y asesor técnico	Oficina administrativa del mercado municipal	2 sábados de 8:00 am a 12:00 m	Elaboración de un presupuesto que contenga los diferentes gastos para dar mantenimiento a la infraestructura del mercado.	$3.00	$25.00	$28.00
					20 Horas	Total	$3.00	$306.37	$309.37

Recursos:
Materiales: Material y equipo para la elaboración de programa.
Humanos: Personal del comité de adjudicación de puesto y mercado y asesores técnicos.

b. PROGRAMA DE MANTENIMIENTO PARA EL MERCADO DE SAN LUIS TALPA DEPARTAMENTO DE LA PAZ

Se presenta el siguiente programa, que abarca una serie de criterios y políticas que deben seguirse el cual está estructurado de una manera clara y sencilla para una fácil comprensión.

1) OBJETIVOS

General

Proporcionar un programa de mantenimiento de la infraestructura del mercado municipal de San Luís Talpa, departamento de La Paz, para efectos de garantizar una operación continua en el funcionamiento del mercado y alargar la vida útil de éste.

Específicos

1) Mitigar y combatir el deterioro de la infraestructura como de las instalaciones del mercado.
2) Restaurar aquellos daños que hayan alterado el diseño original de la infraestructura.
3) Garantizar un funcionamiento continuo, de las actividades que se realizan dentro de las instalaciones del mercado
4) Contribuir por medio del mantenimiento preventivo, la disminución de aquellos costos que se generen por reparación de daños.

2) GENERALIDADES

Alcance

Este programa establece acciones preventivas y correctivas a seguir para dar mantenimiento a las diferentes áreas de la infraestructura e instalaciones del mercado.

Políticas de mantenimiento

- Es responsabilidad del administrador, garantizar que todas las actividades propias del mantenimiento de las instalaciones se realicen en forma correcta y a su debido tiempo.
- El administrador debe elaborar el presupuesto, e incluir una cuenta especial para el mantenimiento de la infraestructura e instalaciones del mercado.
- Es un deber de los arrendatarios el cuido de las instalaciones del mercado, velando primeramente por mantener en buenas condiciones su puesto y siguiendo las indicaciones establecidas en el reglamento del mercado sobre el buen uso de las instalaciones.
- Corresponde al administrador gestionar en la alcaldía soluciones de emergencia que pudieran darse en las instalaciones del mercado como: de reparaciones que se dan de manera imprevista y que no están establecidos en los planes.

3) PRESUPUESTO

PRESUPUESTO ANUAL PARA EL PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DEL MERCADO				
EN DÓLARES AMERICANOS U$				
DESCRIPCIÓN DE MATERIALES	**CANTIDAD**	**PRECIO UNITARIO**	**COSTO MENSUAL US$**	**COSTO ANUAL US$**
Cemento	12 bolsas	$7.11	$7.11	$85.32
Candela de 40 Watts	24 unidades	$2.00	$4.00	$48.00
Pintura	10 Galones	$12.00	$10.00	$120.00
Grifos	3 unidades	$2.00	$0.50	$6.00
Empaques para grifos	10 paquetes	$0.35	$0.29	$3.48
Candelas para soldar	24 unidades	$2.50	$5.00	$60.00
Alambre de amarre	5 libras	$1.00	$0.41	$4.92
Cinta teflon	10 unidades	$0.35	$0.29	$3.48
Pega para PVC	5 tubos	$2.75	$1.14	$13.68
Tub PVC de 1/2	5 metros	$1.50	$0.62	$7.44
Transformadores	3 unidades	$8.00	$2.00	$24.00
Thiner	3 botella	$2.00	$0.50	$6.00
Lazo	3 unidades	$1.75	$0.43	$5.16
Brocha de 2"	4 unidades	$2.00	$0.66	$7.92
Brocha de 4"	4 unidades	$3.50	$1.16	$13.92
Guantes de hule	5 pares	$2.00	$0.83	$9.96
Mascarillas	5 unidades	$0.35	$0.15	$1.80
Clavo de acero 1 1/2"	50 unidades	$0.03	$0.13	$1.56
Clavo de acero de 2"	20 unidades	$0.04	$0.06	$0.72
Lija hierro/seco	10 unidades	$0.40	$0.33	$3.96
Lija de agua	10 unidades	$0.40	$0.33	$3.96
SUB-TOTAL			**$35.94**	**$431.28**
10% IMPREVISTOS			$3.59	$43.13
TOTAL GENERAL			**$39.53**	**$474.41**

4) LISTA DE VERIFICACIÓN

El administrador realizará inspecciones sobre el mantenimiento de la infraestructura y las instalaciones del mercado, utilizando una lista para la verificación de cada área, en forma mensual para detectar cualquier falla posible. Al finalizar la verificación se entregará una copia al comité de adjudicación de puestos para que pueda tomar las decisiones sobre aquellas reparaciones que sean necesarias.

LISTA DE VERIFICACIÓN MENSUAL DE LAS DIFERENTES ÁREAS DEL MERCADO			
Instalaciones eléctricas y alambres.	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Están sujetos todos los cables eléctricos para que no cuelguen de tubos, clavos, ganchos, etc.			
2. Hay indicios de rotura en cables eléctricos.			
3. Están adecuadamente colocados los sistemas conductores y cables metálicos.			
4. Están montados los interruptores en cajas de metal limpias y herméticamente cerradas.			
5. Están en buenas condiciones los tomacorrientes			
6. Están titulados los interruptores eléctricos para mostrar su propósito.			
7. Existen rótulos que marquen zonas de peligro.			
Total:			
Salidas y accesos.	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Están libres de obstáculos las salidas y accesos.			
Total:			
Protección contra incendios.	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Hay suficientes y adecuados extintores portátiles.			
2. Están colocados los extintores en lugares de fácil acceso.			
3. Tienen los extintores el respectivo mantenimiento.			
Total:			

Iluminación	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Están todas las lámparas iluminando las diferentes áreas del mercado.			
2. Hay lámparas de repuesto para cuando alguna se queme			
Total:			
Ventilación.	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Los ventiladores de techo están en buen estado			
Total:			
Edificación	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Están en buen estado las paredes del edificio			
2. La pintura de las paredes esta en buen estado			
3. Los tragantes están en buen estado y con su protección adecuada			
4. Las ventanas están en buen estado y completas			
5. El agua fluye sin ninguna dificultad en los desagües			
6. El portón principal esta en buen estado			
7. Están en buenas condiciones las gradas del edificio.			
8. Están en buenas condiciones los techos del edificio.			
9. Los pisos del edificio se encuentran en buenas condiciones.			
10. Las puertas y cerraduras están en buen estado.			
Total:			

Mobiliario y equipo de oficina	Si	No	**OBSERVACIONES**
1. Se encuentran en buen estado los escritorios de la oficina de la administración.			
2. Existen suficiente equipo tecnológico.			
3. Están en buen estado los equipos tecnológicos.			
4. Se cuentan con equipo de limpieza suficientes.			
Total:			
Servicios Sanitarios.	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Están en buen estado los servicios sanitarios.			
2. Están en buen estado los lavamanos en los baños.			
3. Las puertas en los baños están en buen estado.			
4. Los servicios sanitarios cuentan con buena iluminación.			
5. Están señalizados los baños de hombre y de mujer.			
Total:			
Total General:			

Inspección realizada por._____ Recibida por:
_____

F._____ F._____

San Luis Talpa a los _____ días del mes de _____de 20 _____

5) CAPACITACIÓN AL PERSONAL SOBRE MANTENIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES DEL MERCADO

Se propone un curso sobre mantenimiento de la infraestructura e instalaciones dirigido al administrador del mercado.

a). CURSO DE MANTENIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES, DIRIGIDO AL ADMINISTRADOR DEL MERCADO

Consiste en proporcionarle al administrador una capacitación sobre mantenimiento de la infraestructura e instalaciones, definiéndole acciones preventivas y correctivas que debe realizar, facilitarle una lista de las diferentes áreas y principales aspectos de cada una de ellas, para la inspección mensual de las instalaciones del mercado y un presupuesto de los principales gastos que se incurre en la implementación de este programa.

Debido al tamaño del mercado y a la frecuencia de mantenimientos correctivos y preventivos que serán determinados por las inspecciones continuas que realizará el administrador, las cuales reportará para efectos de que se le proporcione asistencia, se contará con técnicos de la alcaldía para la realización de dichos trabajos.

NOMBRE		CURSO BÁSICO DE MANTENIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES				
DURACIÓN		16 HORAS Día: 1 y 2 de abril de 2010 Hora: 8:00 a.m. a 4:00 pm				
OBJETIVO		Proporcionarle al administrador información básica sobre el mantenimiento de la infraestructuras, determinando acciones preventivas y correctiva.				
CONTENIDO		1. Conceptos básicos de mantenimiento de infraestructura 2. Estructura física del mercado 3. Mantenimiento preventivo 4. Mantenimeinto correctivo				
DURACIÓN	**CONTENIDO**	**OBJETIVO**	**METODOLGÍA**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS**	**COSTOS**
4 horas	Conceptos básicos sobre mantenimiento de infraestructura	Explicar los conceptos básicos sobre mantenimiento.	Expositiva-Participativa	personal de FEPADE	Laptop, cañon instalaciones del mercado	$281.37
4 horas	Estructura física del mercado	Detallar la infraestructura con que cuenta el mercado municipal	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	
4 horas	Mantenimiento preventivo	Establecer métodos y técnicas que permitan prever daños futuros a la infraestructura	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	
4 horas	Mantenimiento correctivo	Establecer mecanismos factibles para la reparación de daños en las instalacione	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	

3. PUBLICIDAD DEL MERCADO

a. PLAN DE PUBLICIDAD DEL MERCADO MUNICIPAL

Plan de publicidad del mercado municipal	**Responsable de Diseño**	**Fecha de Elaboración: 01/20/2010**
	Alcaldía Municipal	**Periodo de Ejecución: un año**

Objetivo: Promover el mercado municipal como un centro importante de desarrollo económico del municipio, por los diferentes medios de comunicación disponibles en la zona.

Políticas:	**Estrategias**:
1. Se utilizará transporte y equipo publicitario de la alcaldía para promover el servicio del mercado.	1. En los procesos de planeación y ejecución, se hará necesario el máximo apoyo de la alcaldía, aportando los recursos requeridos.
2. El administrador buscará el apoyo necesario que le permita realizar actividades publicitarias para el mercado.	2. Para dar apoyo a los arrendatarios y publicidad del mercado, se buscarán alianzas con empresas patrocinadoras que puedan proporcionar materiales o medios para llevar a cabo premociones dentro o fuera del mercado.
3. Los anuncios, volantes, y toda publicidad utilizada respetara la dignidad humana, siendo esta de contenido sano.	3. Para promover el servicio del mercado, se hará uso del Internet, ampliando la información contenida en la Web de la alcaldía.
4. Los arrendatarios deben ofrecer productos y servicios de calidad tal como se dé a conocer en la publicidad.	4. Para atraer a los habitantes del municipio a consumir, se creará una imagen propia del mercado, que lo identifique dentro del municipio.
5. Se hará uso del edificio del mercado para llevar a cabo eventos de publicidad.	5. Para garantizar un buen trato al cliente, se desarrollarán charlas educativas a los arrendatarios, para que den un buen servicio al cliente y una buena imagen al mercado.
6. El administrador debe capacitar a los arrendatarios para brindar un buen servicio al cliente y puedan mantener buenas relaciones interpersonales con los clientes.	6. Para atraer más visitantes al mercado, se realizarán eventos culturales dentro de las instalaciones del mercado
7. El administrador es el responsable de la elección y selección de la publicidad, así como la ubicación, periodos de duración, precios y condiciones de estos.	7. Para promocionar el mercado, se crearán affiches, carteles, volantes, folletos o calendarios publicitarios.
8. La publicidad se hará de forma global sin beneficiar particularmente a ningún arrendatario específico, ni marcas de proveedores.	8. Para conservación de clientes, los arrendatarios adquirirán productos frescos y de buena calidad, y a la vez obtener una buena percepción de los usuarios.
	9. Para efectos de una buena organización, el administrador se encargará de realizar todas las gestiones de publicidad del mercado.

							Costos		Costo
Nº	**Táctica**	**Dirigido a**	**Ejecutado por**	**Lugar**	**Periodo de Ejecución**	**Objetivos Específicos**	Materiales	Logística	Total
1	Curso básico de publicidad	Administrador del mercado.	Personal de INSAFORP	Instalaciones de INSAFORP	1 viernes de 8:00 am a 4:00 pm	Capacitar al administrador sobre aspectos básicos de publicidad		$63.57	$63.57
1	Realización de eventos promociónales en el interior del mercado	Proveedores y arrendatarios	Comité de adjudicación de puestos	Instalaciones del mercado municipal	2 sábados de 8:00 am a 12:00 m	Organizar ferias, eventos culturales, celebraciones tradicionales, entre otras, dentro del mercado para atraer visitantes.	$89.75	$35.00	$124.75
2	Dar publicidad en diferentes medios sobre productos y servicios del mercado	Administrador del mercado.	Comité de adjudicación de puestos	Instalaciones del mercado y alcaldía municipal	Viernes de 3:00 pm a 6:00 pm	Lograr por medio de la publicidad, el reconocimiento del mercado y una mayor demanda de sus productos y servicios.	$200.00	$60.00	$260.00
						Total	$289.75	$158.57	$448.32

Recursos:
Materiales: Papelería
Humanos: Proveedores, arrendatarios, personal de la alcaldía y la administración del mercado

b. PROGRAMA DE PUBLICIDAD PARA EL MERCADO DE SAN LUIS TALPA DEPARTAMENTO DE LA PAZ

Se presenta el siguiente programa, que abarca una serie de criterios y políticas que deben seguirse el cual está estructurado de una manera clara y sencilla para una fácil comprensión.

1) OBJETIVOS

General

Dotar de un programa de publicidad para el mercado de San Luís Talpa, departamento de La Paz, para promoverlo como un centro de desarrollo económico del municipio, por los diferentes medios de comunicación disponibles en la zona.

Específicos

1) Diseñar una nueva imagen del mercado que permita dar a conocer los beneficios que aporta al municipio y al consumidor, el desarrollo de este.
2) Utilizar todos los recursos y medios que posee la alcaldía para dar a conocer de manera general los productos y servicios que ofrece el mercado.
3) Hacer que todos los arrendatarios se involucren con la publicidad del mercado y a la vez brinden un buen servicio.

2) GENERALIDADES

Alcance

Este programa establece lineamientos y acciones a seguir para el lanzamiento del mercado dentro del municipio en diferentes medios, participando juntamente con la alcaldía, empresas patrocinadores, administración del mercado y arrendatarios.

Políticas de Organización

- El comité de adjudicación de puestos, deberá contactar a diferentes empresas industriales que proveen de sus productos al mercado, para que apoyen a la realización de eventos promocionales.
- El administrador, gestionará a la alcaldía la ampliación de la Web municipal, en cuanto a la información del mercado, sus servicios, productos, entre otros.
- El comité de adjudicación de puestos, proveerá de los insumos necesarios para llevar a cabo la publicidad del mercado como: calcomanías, volantes, afiches, transporte y accesorios como megáfono, equipos de sonido, entre otros.
- Corresponde al administrador crear mecanismos, que conlleven a solucionar situaciones que se dan de manera imprevista y que no están establecidos en los planes.
- Cada empleado y arrendatario esta obligado a cumplir con las normas de organización establecidas.

3) PROPUESTA DE MEDIOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL MERCADO

a). VOLANTES

Se elaborarán volantes informativos, acerca de los productos y servicios que ofrece el mercado, para ello se diseñó el siguiente modelo, del que se recomienda imprimir la cantidad de 2,000 copias, cotizadas a un precio de $100.00 +IVA, haciendo un total de $113.00, por La tarjeta, S.A. de C.V.[67] , los cuales se repartirán en los principales cantones del municipio y sus alrededores.

[67] http://www.imprentalatarjeta.com.sv/

b). MARBETE Ó STICKER

Elaboración de marbetes haciendo referencia del mercado, se recomienda la impresión de 1,000 unidades, cotizadas a un precio de $100.00 +IVA, haciendo un total de $113.00, por La tarjeta, S.A. de C.V.[68] , para que sean pegados en los vehículos particulares y de la alcaldía municipal, así como entregarles a los clientes del mercado, proveedores y finalmente pegarlos en los diferentes lugares estratégicos como: vitrinas, puertas y portones con autorización de los dueños.

c). INTERNET

Se hará una Ampliación de la Web de la alcaldía municipal de San Luis Talpa, departamento de La Paz, agregando información de los servicios y productos que ofrece el mercado, se cotizó una ampliación en la empresa Artículos Promocionales y Más[69] **,** a un costo de $600.00 + IVA para toda la alcaldía, que incluyen 6 páginas, de las cuales una será asignada para la promoción del mercado municipal, distribuyendo los costos, corresponde $100.00+ IVA al mercado en el siguiente vínculo:

http://sanluistalpa.isdem.gob.sv/administracionmuni.html

[68] Ídem cita 34

[69] **http://www.hyrpromocionales.com/paginas_web_22.html**

d). PATROCINADORES

Con el objetivo de minimizar los costos de la ejecución del programa, el grupo recomienda la búsqueda de empresas patrocinadoras a través de la colaboración en: facilitar productos promocionales, Canopis, espacios de reconocimiento, elaboración de banner, placas, parlantes, equipos de sonido, para utilizarlos dentro del mercado en eventos culturales, incluyendo el servicio de edecanes para repartición de volantes, entre otros.

Entre las empresas que podemos sugerir están las siguientes:

- MASECA, S. A. DE C. V.
- INDUSTRIAS RIGEL, S. A. DE C. V., EMBOTELLADORA CRISTAL, S. A DE C V. E INDUSTRIA PARA INVERSIONES VIDA, S. A. DE C. V.
- AVÌCOLA, S. A. DE C. V.
- UNILEVER, S. A. DE C .V.
- LA CONSTANCIA, S. A. DE C. V.
- Compañías de Telecomunicaciones , ente otros

4) PROPUESTA DE EVENTOS DENTRO DE LAS INSTALACIONES

- Invitación de grupos musicales de diferentes iglesias, para prestar sus servicios dentro del mercado en horas vespertinas de 8:00 a.m. a 10:00 a.m. (por ser la hora de mayor asistencia de clientes)

- Realizar un concurso anual de: “El comelón de pupusas”, en las instalaciones del mercado, patrocinado por MASECA, quien proporcionará los premios al 1º, 2º y 3º lugar de $100.00, $75.00 y $50.00 respectivamente.

Las personas que deseen participar pagarán un valor de $5.00 dólares, siendo estos mayores de 18 años de edad; los fondos recaudados servirán para pagar el costo de los materiales y la publicidad del evento. Para completar los costos, cada arrendatario colaborará con la cantidad de $0.75 centavos de dólar, para la realización de este evento publicitario del mercado.

Propuesta de presupuesto para la realización del evento el comelón de pupusas, para el cual se estimó la elaboración de 300 pupusas que serán consumidas para 20 participantes y los asistentes al evento.

5) PRESUPUESTO

PRESUPUESTO PARA EVENTO "EL COMELÓN DE PUPUSAS" EN DOLARES AMERICANOS U$		
MATERIAL	**cantidad**	**Costo U$**
RELLENO DE PUPUSAS		
Queso	15 libras	30.00
Chicharron	2 libras	5.00
Frijoles	6 libras	4.00
Aceite	2 botellas	3.00
Manteca	6 libras	6.00
Especies	variada	1.00
CURTIDO		
Repollo	3 unidades	3.00
Zanahorias	1bolsa	1.00
Cebollas	1 bolsa	1.00
Chile verde	1 bolsa	1.00
Oregano	1 bolsita	0.50
Vinagre	3 botellas	1.50
SALSITA		
Tomates	3 bolsas	3.00
Chiles	1 bolsa	1.00
Cebollas	1 bolsa	1.00
Especies	1 bolsita	1.00
COMPLEMENTOS		
Platos desechables	25 unidades	0.75
Servilletas	100 unidades	0.50
PUBLICIDAD		
Perofonèo	1 día	15.00
Transporte	1 día	20.00
TOTAL DE EGRESOS		99.25
INGRESOS		
Inscripción de participante	20 x $5,00	100.00
Cuota arrendatarios	0,75 x 33	24.75
TOTAL INGRESOS		124.75
INGRESOS MENOS EGRESOS		25.50
FONDO PARA IMPREVISTOS		**25.50**

6) CAPACITACIÓN AL ADMINISTRADOR SOBRE EL MANEJO Y DIRECCIÓN DEL PROGRAMA DE PUBLICIDAD

Consiste en proporcionarle al administrador, técnicas de publicidad, que consoliden el liderazgo como principal dirigente, a la vez que permita transmitir mensajes de cambios positivos en los comportamientos y actitudes de los arrendatario, es decir es una estrategia de publicidad interna que creará una imagen positiva y por ello para todo el mercado, este será una vez al año, dando seguimiento los años posteriores a nuevos temas de publicidad.

NOMBRE		**CURSO BÁSICO DE PUBLICIDAD**				
DURACIÓN		8 HORAS	Día:24 de abril de 2010		Hora: 8:00 a.m. a 4:00 pm	
OBJETIVO		Capacitar al administrador sobre aspectos básicos de la publicidad				
CONTENIDO		1. La importancia de la publicidad 2. Desarrollo de una campaña de publicidad 3. Estrategias de publicidad 4. Estrategias de promoción 5. Relaciones públicas 6. Estrategías de mezcla de marketing				
DURACIÓN	**CONTENIDO**	**OBJETIVO**	**METODOLOGÍA**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS**	**COSTOS**
1 hora	La importancia de la publicidad	Explicar y dar ejemplos de publicidad	Expositiva-Participativa	Responsables de INSAFORP	Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	APORTE DE INSAFORP 75% **$190.68** APORTE ALCALDÍA 25% **$63.57**
2 horas	Desarrollo de una campaña de publicidad	Explicar elementos de una campaña publicitaria	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	
1 hora	Estrategias de publicidad	Explicar que es estrategia de publicidad y dar ejemplos	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	
1 hora	Estrategias de promoción	Explicar que es promoción y dar ejemplos	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	
1 hora	Relaciones públicas	Explicar que son las relaciones públicas y los beneficios	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	
2 horas	Estrategias de mezcla	Explicar algunos modelos de estrategias de mezcla de marketing	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones de la alcaldía	

4. LIMPIEZA DEL MERCADO

a. PLAN DE LIMPIEZA DEL MERCADO MUNICIPAL

Plan de limpieza del mercado municipal	**Responsable de Diseño**	**Fecha de Elaboración: 01/20/2010**
	Alcaldía Municipal	**Periodo de Ejecución: un año**

Objetivo: Mantener las instalaciones del mercado en condiciones higiénicas, por medio de la aplicación de la ley de salubridad, para brindar al usuario un mercado limpio y libre de enfermedades

Políticas:

1. La alcaldía deber proporcionar todos los recursos para llevar a cabo campañas de limpieza y proyectos de reciclaje que beneficien al mercado
2. El comité de adjudicación de puestos es responsable de la realización de gestiones para las fumigaciónes del mercado por parte del Ministerio de Salud.
3. El administrador es el responsable de efectuar revisiones de limpieza la efectuada por el personal de limpieza del mercado.
4. todos los usuarios del mercado estan obligados a colaborar con la limpieza, cumpliendo con lo señalado en le reglamento y otras dispociones comunicadas por el administrador.

Estrategias:

1. Para ofrecer un mercado limpio, se buscará la participación conjunta de todos los miembros del mercado y la alcaldía municipal por medio de la concientización.
2. Para el desarrollo de una cultura de limpieza, se diseñarán y colocarán en lugares visibles dentro de las instalaciones del mercado, información relativa a la limpieza y sus beneficios.
3. Se hará participe a todos los arrendatarios del mercado, mediante campañas de limpieza, suministrando material y equipo necesario para tener un mercado limpio.
4. Para garantizar a los arrendatarios la protección de su mercancía y prevención de enfermedades provenientes de animales roedores, se contratará servicios profesionales para su erradicación.
5. Para garantizar una recolección de basura eficiente, se deberá equipar al mercado con suficientes depósitos en todas las áreas, para facilitar la recolección.

							Costos		Costo
Nº	**Táctica**	**Dirigido a**	**Ejecutado por**	**Lugar**	**Ejecución**	**Objetivos Específicos**	Materiales	Logística	Total
1	Inspecciones permanentes de limpieza en el mercado	Personal de limpieza del mercado	Administración del mercado	Instalaciones del mercado municipal	52 veces al año (1 por semana)	Realizar las inspecciones de las diferentes áreas del mercado, con apoyo de una lista de chequeo como herramienta para el evaluador.	$8.00		$8.00
2	Realización de campañas de limpieza	Personal de limpieza del mercado y arrendatarios	Administración del mercado	Mercado municipal	4 veces al año	Hacer que todos los usuarios del mercado participen en mantener un mercado limpio, para brindar una buena imagen a los visitantes.	$55.88		$55.88
3	Campañas de reciclaje	Arrendatarios y personal de limpieza del mercado	Arrendatarios y personal de limpieza del mercado	Instalaciones del mercado municipal	Permanente	Contribuir con el medio ambiente por medio del reciclaje de materiales resultantes de las operaciones del mercado y obtener un ingreso adicional con la venta	$0.00	$0.00	$0.00
3	Elaboracion de presupuesto	Administrador del mercado	Administración del mercado	Mercado municipal	365 del año	Mantener un control de los ingresos y egresos de las principales actividades que se desarrollan dentro del mercado.	$0.00	$0.00	
						Total	$63.88	$0.00	$63.88

Recursos:
Materiales: Material didáctico para la capacitación.
Humanos: Personal de la alcaldía y mercado municipal.

b. PROGRAMA DE LIMPIEZA DEL MERCADO DE SAN LUIS TALPA DEPARTAMENTO DE LA PAZ

Se presenta el siguiente programa, que abarca una serie de criterios y políticas que deben seguirse el cual está estructurado de una manera clara y sencilla para una fácil comprensión.

1) OBJETIVOS

General

Facilitar un programa de limpieza al mercado municipal de San Luís Talpa, departamento de La Paz, que le permita ofrecer a los diferentes usuarios instalaciones limpias y libres de contaminación.

Específicos

1) Promover una cultura de limpieza en los arrendatarios por medio de capacitaciones, para que mantengan sus puestos limpios y velen por el aseo del mercado en general.
2) Proporcionar un cronograma de actividades dirigidas al personal de limpieza, para garantizar el aseo de las diferentes áreas del mercado.
3) Realizar inspecciones constantes, utilizando una lista de chequeo, para un mejor control de limpieza.
4) Realizar campañas de limpieza cuatro veces al año en las instalaciones del mercado, para mantener el aseo general.
5) Promover el reciclaje de diferentes materiales en el mercado, utilizando los fondos obtenidos para obras que beneficien el mercado

2) GENERALIDADES

Alcance

Este programa establece acciones a seguir para mantener un mercado limpio, utilizando material de limpieza, servicio del tren de aseo, orientando al personal de limpieza y arrendatarios, para fomentar una cultura de aseo y con ello prestar un mejor servicio.

Políticas de limpieza

- La alcaldía deberá proveer de los recursos necesarios para la realización de programas y campañas de limpieza del mercado.
- El administrador, deberá elaborar un cronograma de actividades dirigidas al personal, para la realización de la limpieza en todas las instalaciones del mercado.
- El personal de limpieza debe realizar sus funciones, y ser proactivo a cualquier situación que se presente de su área de trabajo.
- Los arrendatarios deben mantener sus puestos limpios y colaborar en el aseo del mercado en general.

3) ACTIVIDADES PARA LA REALIZACIÓN DE LA LIMPIEZA POR EL PERSONAL ENCARGADO

Los servicios de limpieza de la totalidad del edificio del mercado, serán realizados por dos personas encargadas, que estarán supervisadas por un miembro del comité de organización antes propuesto, y por el administrador. La limpieza se realizará en forma diaria, semanal o mensual, según haya sido establecida para cada área del mercado.

PERIODO	TÉCNICA
DIARIA	• Barrido en oficinas administrativas, accesos, pasillos, parqueo y gradas. • Limpieza del polvo del mobiliario y equipo de oficina. • Vaciado de basureros al respectivo sitio para ser evacuado por el camión recolector. • Limpieza de servicios sanitarios.
SEMANAL	• Limpieza de puertas, pasamanos y retirada de carteles, calcomanías no autorizadas. • Limpieza de ventanas del área administrativa. • Limpieza de paredes y techos. • Lavado de parqueo.
MENSUAL	• Limpieza de libros, archivos, paredes manchadas y tragantes.

El programa de limpieza contará con el apoyo financiero de la alcaldía, quien suplirá los recursos suficientes para su ejecución asignando un presupuesto.

4) CAMPAÑAS DE LIMPIEZA

Con el fin de mantener un mercado limpio y evitar focos infecciosos, se realizará cada tres meses en las instalaciones del mercado campañas de limpieza general para los cuales se contará con material de limpieza para la recolección de la basura y residuos; los arrendatarios recibirán asesoría por el administrador del mercado, elaboraran mensajes ilustrativos para colocarlos en lugares visibles.

Los objetivos de estas campañas son los siguientes:

- Concientizar a los usuarios del mercado sobre los beneficios de mantener buenos hábitos de limpieza en las instalaciones, permitiendo mejorar la imagen y la calidad de servicio.
- Fomentar en los arrendatarios una cultura de prácticas higiénicas, que contribuyan a la conservación de las instalaciones.

PASOS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE LIMPIEZA

1) Calendarización de las fechas de la realización de las campañas.
2) Definir los materiales que se utilizaran.
3) Promover la participación de los arrendatarios, con la elaboración de la información ilustrativa de las campañas.
4) Ejecución de las campañas de limpieza, con el personal y arrendatarios del mercado.

PROPUESTA DE CALENDARIZACIÓN PARA CAMPAÑAS DE LIMPIEZA

	MESES			
Campañas	**Marzo**	**Junio**	**Septiembre**	**Diciembre**
1º	4ª semana			
2º		2ª semana		
3º			3ª Semana	
4º				1ª semana

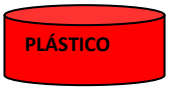
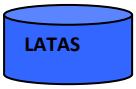
PRESUPUESTO ANUAL PARA CAMPAÑAS DE LIMPIEZA

PRESUPUESTO ANUAL PARA CAMPAÑAS DE LIMPIEZA DEL MERCADO EN DÓLARES AMERICANOS U$			
DESCRIPCIÓN		**TRIMESTRAL**	**ANUAL U$**
MATERIALES			
Galón de desinfestante	4 galones	$5.00	$20.00
Detergente	1 bolsa	$2.50	$10.00
Lejía	2 docenas	$2.00	$8.00
Bolsa jardinera	3 paquetes	$3.20	$12.80
TOTAL		$12.70	$50.80
FONDO PARA IMPREVISTOS 10%		$1.27	$5.08
TOTAL DE LA INVERSIÓN		$13.97	$55.88

5) RECICLAJE DENTRO DEL MERCADO

Para iniciar con un proyecto de este tipo, primeramente se debe tener en cuenta el tipo de residuos que se obtiene dentro del mercado, para ello los investigadores han identificado y clasificado los residuos de la siguiente manera:

SEPARACIÓN DE RESIDUOS DEL MERCADO CON SU RESPECTIVO DEPÓSITO DE COLOR

Plásticos	Latas	Vidrio	Papel	Basura orgánica	Basura tóxica
25 % aproximado	10 % aproximado	10 % aproximado	15 % aproximado	25 % aproximado	15 % aproximado
• Envase de jugo, agua y gaseosa • Bolsas plásticas • Guacales	• Latas de jugos • Latas de gaseosas	• Botellas • Frascos	• Cartón • Papel periódico • Revistas • Cuadernos • Papel en general en seco	• Restos de comida • Frutas y verduras arruinadas • Ramas y hojarasca	• Pañales desechables usados • Jeringas usadas • Papel sanitario usado • Colillas de cigarro • Medicamentos caducados • Bolsas de churros • Restos de pinturas • Solventes , entre otros
					

Para realizar este proyecto dentro del mercado se tiene que seguir los siguientes pasos:

1). Investigar las diferentes empresas que comercializan estos residuos.

2). Rotular los basureros existentes con papel del color antes señalado y con el nombre del material a reciclar.

3). Divulgación de información y educación pública (empleados, arrendatarios y visitantes).

4). Establecer un lugar determinado para cada recipiente dentro del mercado.

5). El personal de limpieza debe ser capacitado para poder diferenciar los diferentes subproductos y conocer el ritmo de trabajo.

6). Definir los posibles ingresos, en un periodo determinado.

7). Transportación de materiales de reciclaje al lugar de venta.

8). Ingresos obtenidos para proyectos que beneficien el mercado.

Para este tipo de actividad no se elabora un presupuesto ya que se utilizarán basureros ya existentes, el transporte será pagado por las empresas compradoras de estos materiales resultantes de las operaciones realizadas en el mercado. Las estimaciones de los ingresos por la venta del material reciclado son muy variantes por la cantidad y pecio de compra, razón por la cual el administrador debe investigar con apoyo de la Alcaldía y de instituciones que se dedican a este tipo de actividad.

6) PRESUPUESTO EL PROGRAMA DE LIMPIEZA

PRESUPUESTO ANUAL PARA PROGRAMA DE LIMPIEZA DEL MERCADO EN DÓLARES AMERICANOS U$			
DESCRIPCIÓN		**COSTO**	**COSTO**
RECURSOS HUMANOS	**CANTIDAD**	**MENSUAL U$**	**ANUAL U$**
Ordenanza	2 personas	250.00	$6,000.00
MATERIALES			
Galón de desinfestante	2 galones	$5.00	$60.00
Detergente	5 bolsas	$2.50	$30.00
Lejía	5 docenas	$5.00	$60.00
Papel higienico	15 paquetes	$7.50	$90.00
Bolsa jardinera	7 paquetes	$5.25	$63.00
Insecticida	1 unidad	$3.50	$42.00
Atomizador ambiental	1 unidad	$2.50	$30.00
Escoba	1 unidad	$2.00	$24.00
Trapeador	1 unidad	$1.00	$12.00
Toalla de mano	2 unidades	$2.00	$24.00
TOTAL		$286.25	$6,435.00
Ingreso por servicio uso de	33 x $0,23 x 25	$189.75	$2,277.00
INGRESOS MENOS EGRESOS		$96.50	$4,158.00
FONDO PARA IMPREVISTOS 10%		$9.65	$415.80
TOTAL DE LA INVERSIÓN		$106.15	$4,573.80

El cálculo de los ingresos se detalla de la siguiente manera:

Se supone el uso del servicio sanitario de una vez al día por cada arrendatario siendo el total de de 33, el costo por el uso es de $0.23 centavos de dólar y se aplican 25 días como promedio que hacen uso del servicio sanitario durante el mes.

5. SEGURIDAD DEL MERCADO

a. PLAN DE SEGURIDAD DEL MERCADO MUNICIPAL

Plan de seguridad del mercado municipal	**Responsable del Diseño:** Alcaldía Municipal	**Fecha de Elaboración: 01/20/2010**
		Periodo de Ejecución: un año

Objetivo: Brindar seguridad a los diferentes usuarios, y mantener un orden dentro de las instalaciones del mercado.

Políticas:	**Estrategia:**
1. la alcaldía por medio del comité de adjudicación de puestos autoriza a los vigilantes a imponer orden y a retirar a personas maleantes y toda aquella que perturbe la armonía en las instalaciones del mercado. 2. El personal de vigilancia debe colaborar en todo aquello que requiera orden, seguridad del edificio y proteción de los bienes de los arrendatarios. 3. Todo arrendatario y personal de vigilancia debe cumplir con las disposiciones legales y reglamentos sobre la vigilancia y disciplina interna del mercado.	1. Coordinación del administrador con la Policía Nacional Civil, para que apoye con la vigilancia de las instalaciones del mercado. 2. Para fortalecer la seguridad del mercado, los agentes deberán intervenir oportunamente para garantizar el orden y la buena marcha de la actividad comercial. 3. Para fortalecer la seguridad del mercado, el personal responsable estará laborando durante todos los días de la semana, con el apoyo de la Policía Nacional Civil. 4. Para informar sobre aquellos lineamientos específicos de seguridad, se le proporcionará tanto a los vigilantes como a los miembros de la Policía Nacional Civil, el reglamento del mercado y aspectos que son de su competencia.

							Costos		**Costo**
N°	**Táctica**	**Dirigido a**	**Ejecutado por**	**Lugar**	**Periodo de Ejecución**	**Objetivos Específicos**	**Materiales**	**Logística**	**Total**
1	Curso de seguridad básica	Personal de vigilancia	Personal de la PNC	Oficinas del mercado	1 sábado de 8:00 am a 12:00 m y de 1:00 pm a 5:00 pm	Proporcionar seguridad a todo el personal y usuarios del mercado, así como garantizar el buen estado de sus bienes.	$5.00	$20.00	$25.00
Total					8 horas		$5.00	$20.00	$25.00

Humanos: Personal de la alcaldía y Policía Nacional Civil
Material: Papelería

b. PROGRAMA DE SEGURIDAD PARA EL MERCADO DE SAN LUIS TALPA DEPARTAMENTO DE LA PAZ

Se presenta el siguiente programa, que abarca una serie de criterios y políticas que deben seguirse el cual está estructurado de una manera clara y sencilla para una fácil comprensión.

1) OBJETIVOS

General

Diseñar un programa de seguridad para el mercado municipal de San Luís Talpa, departamento de La Paz, para efectos de garantizar seguridad y continuidad de las operaciones comerciales que se realizan en el mercado.

Específicos

1) Determinar las funciones para el personal de seguridad del mercado.
2) Establecer medidas de seguridad en las instalaciones del mercado.
3) Coordinar con la Policía Nacional Civil el apoyo a la vigilancia del mercado de manera constante y en eventos especiales.
4) Capacitar al personal de vigilancia para el desarrollo eficiente de sus funciones.

2) GENERALIDADES

Alcance

Este programa establece acciones a seguir para proporcionar seguridad a las instalaciones del mercado y sus usuarios.

Políticas de seguridad

- El comité de adjudicación de puestos deberá gestionar la contratación de un nuevo vigilante para brindar seguridad en las instalaciones del mercado en la jornada diurna.
- El administrador, garantizará que el personal de vigilancia cumpla con las funciones encomendadas.
- El comité de organización de puestos y todos los arrendatarios, brindarán información veraz y oportuna a las diferentes autoridades, sobre actos de vandalismos en las instalaciones del mercado.

3) FUNCIONES DEL PERSONAL DE VIGILANCIA DEL MERCADO

Velar por la seguridad del mercado

La persona encargada de la vigilancia estará preparada para velar por la protección de visitantes, arrendatarios y empleados del mercado. Contará con el equipo necesario para realizar su trabajo.

Velar por el buen funcionamiento del equipo de trabajo

Estará bajo su responsabilidad, velar por el buen funcionamiento del equipo que le fuera entregado y solicitar otro en caso de reemplazo o cuando este fallare.

Asistencia a las personas

Deberá brindar atención a las solicitudes de las personas, sean estos empleados, arrendatarios y usuarios, en aquellos casos que hallan sido agredidas física y moralmente y en aquellos casos donde fuere necesario deberá brindar asistencia de primeros auxilios y realizar las gestiones para trasladarla a un centro asistencial de salud mas cercana y dará seguimiento para solucionar situaciones que están al alcance de las autoridades del mercado y la Policía Nacional Civil.

Dar seguridad a las diferentes áreas del mercado

Haciendo rondas en las siguientes áreas de las instalaciones del mercado:

- Áreas oscuras durante la noche.
- Áreas de oficinas administrativas.
- Servicios sanitarios y pasillos.
- Ventanas y portón.
- Estacionamiento.
- Entrada principal del mercado.

Preparación de informe mensual y anual de seguridad

De manera mensual y anual el vigilante preparará un informe que contendrá los estadísticos del los delitos del año finalizado, ocurridos dentro de las instalaciones del mercado, y deberá ser recibido por el administrador y finalmente por el comité de adjudicación de puestos, para dar seguimiento del programa de seguridad. Este informe contendrá anexado la querella de las victimas para prueba de cada caso.

Ser puntual a sus responsabilidades

Se llevará un control de asistencia diaria, en la jornada diurna su hora de entrada será de 7:00 am a 6:00 pm y nocturna de 6:00 pm a 7:00 am; con turnos rotativos quincenalmente. Además informará con anticipación cuando tenga que ausentarse de su trabajo de tal manera que el administrador gestione su sustitución temporal y siempre cuente con vigilancia el mercado.

4) MEDIDAS DE SEGURIDAD DEL MERCADO

Con el fin de resguardar la seguridad personal y material de los arrendatarios y los usuarios del mercado se tomarán las siguientes medidas:

- Las personas con apariencia sospechosa, deberán someterse a una inspección de su persona o vehiculo por el vigilante de turno.
- No se permitirá el ingreso de personas civiles con armas de fuego u otra que pueda causar algún tipo de daño o lesión.
- Se abrirá el portón del mercado a las 7:00 a.m. y se cerrará a las 6:00 p.m. y solo en caso de fuerza mayor y por autorización del administrador se abrirá este en horario nocturno.

- Durante la jornada nocturna, en que el mercado se encuentra cerrado al público, el vigilante estará dentro de las instalaciones haciendo las respectivas rondas.
- Cuando sean días de asueto, permanecerán cerradas las instalaciones del mercado solo con su respectiva vigilancia.
- El vigilante controlará el ingreso de animales, dentro de las instalaciones que pongan en riesgo la salud y la seguridad de los diferentes usuarios del mercado.
- Las ausencias del vigilante deberán ser coordinadas por el administrador del mercado, sin dejar expuesto al mercado de la falta de seguridad.
- El vigilante controlará el ingreso y consumo de bebidas alcohólicas, así como los visitantes en estado de ebriedad.

5) RECOMENDACIONES PARA LA PREVENCIÓN DE DELITOS EN LAS INSTALACIONES DEL MERCADO

- No manipular grandes cantidades de dinero a la vista del público, se debe tener discreción y un lugar seguro para guardar el efectivo.
- No dejar los productos al alcance de los visitantes, pueden ser extraídos y dar motivo a un robo.
- No descuidar o abandonar los puestos, con los productos al alcance del público.
- Si es victima de amenaza, extorsión, persecución, agresión o ataque sexual, informar inmediatamente al personal de seguridad.
- Cuando las lámparas de su área se encuentren quemadas informar al administrador para que la cambie, evitando con ello la oscuridad.

6) INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN CON AGENTES DE LA POLICÍA NACIONAL CIVIL

Todo intercambio de información entre miembros de la Policía Nacional Civil, relacionadas con las actividades delictivas que involucren a los arrendatarios del mercado y sus visitantes se informará al administrador para que lleve un seguimiento para la solución de ciertas situaciones que estén a su alcance y alerte al personal de vigilancia.

Los miembros de la Policía Nacional Civil podrán entrar a las instalaciones del mercado cuando sean llamados por motivos de emergencia, o por otras razones propias de trabajo.

7) CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE VIGILANCIA DEL MERCADO

La Alcaldía Municipal proporcionará el equipo necesario al vigilante y gestionará con la Policía Nacional Civil, una capacitación sobre aspectos como: uso adecuado del equipo de trabajo, derechos y obligaciones civiles, que conlleven a la prevención de delitos en las instalaciones del mercado.

NOMBRE	CURSO BÁSICO DE SEGURIDAD					
DURACIÓN	8 HORAS	Día: 25 de marzo de 2010		Hora: 8:00 a.m. a 4:00 pm		
OBJETIVO	Capacitar a los vigilantes sobre aspectos básicos de seguridad					
CONTENIDO	1. Medidas de seguridad 2. Derechos civiles 3. Prevención de delitos 4. Procedimientos en caso de emergencia 5. Casos de apoyo de la Policía Nacional Civil 6. Primeros auxilios 7. Uso y portación de armas					
DURACIÓN	**CONTENIDO**	**OBJETIVO**	**METODOLGÍA**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS**	**COSTOS**
1 hora	Medidas de seguridad	Explicar las diferentes medidas de seguridad a practicar dentro de las instalaciones del mercado	Expositiva-Participativa	Personal de vigilancia y Policía Nacional Civil	Laptop, cañon instalaciones del mercado	Refrigerio$20.00
2 horas	Derechos civiles	Explicar los derechos civiles en caso de accidentes o delitos cometidos dentro de las instalaciones del mercado	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	
1 hora	Prevención de delitos	Explicar las medidas preventivas de delitos	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	
1 hora	Procedimientos en casos de emergencia	Explicar casos de emergencia y que hacer en esas situaciones	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	
1 hora	Casos de apoyo de la Policía Nacional Civil	Explicar los casos que requieran el llamado de la Policía Nacional Civil y los pasos a seguir	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	
1 horas	Primeros auxilios	Capacitar para la aplicación de primeros auxilios	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	
1 horas	Uso y portación de armas	Capacitar sobre el manejo de armas de fuego y otros	Expositiva-Participativa		Laptop, cañon instalaciones del mercado	

D. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

1. IMPORTANCIA

El presente plan orientará, la puesta en práctica de la propuesta de las herramientas de planeación y control del mercado municipal de San Luis Talpa, departamento de La Paz. Será decisión del concejo municipal la implementación del plan.

Las herramientas de planeación y control contienen: los objetivos, políticas, estrategias, planes, programas, procedimientos, formularios, entre otros.

2. OBJETIVOS DEL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

- Proporcionar a la Alcaldía Municipal de San Luís Talpa, las herramientas de planeación y control diseñadas para el mercado.
- Exponer a los miembros del comité en que consisten las herramientas de planeación y control y los beneficios que puede adquirir su aplicación en los resultados.
- Orientar al administrador del mercado, a la utilización adecuadas de las herramientas de planeación y control.

3. ACTIVIDADES A REALIZAR

El comité de adjudicación de puestos, el administrador y personal del mercado serán los responsables de realizar las siguientes actividades:

- El comité de adjudicación de puestos juntamente con el concejo municipal evaluará y decidirá la aprobación de la aplicación de las herramientas de planeación y control, a la vez apoyará con las participaciones que estas mismas requieran, así como el financiamiento para que estas se puedan ejecutar.

- El administrador recibirá una orientación sobre el uso y aplicación de dichas herramientas por el grupo de investigación de la Universidad de El Salvador, quien, participó juntamente con él para su elaboración.
- El comité realizará reuniones con frecuencia con el administrador para ejecutar los planes propuestos.
- El comité tramitará con el concejo municipal el financiamiento de la implementación de las herramientas de planeación y control, antes propuestas.
- Una vez adquirido los fondos se inicia con el desarrollo de las herramientas propuestas en el mercado.

4. RECURSOS DISPONIBLES

Para el desarrollo de la aplicación de las herramientas de planeación y control se debe de disponer de recursos: humanos, materiales y financieros; por lo que la Alcaldía Municipal de San Luis Talpa será la responsable de que estos estén disponibles en el momento oportuno según la programación, para el desarrollo de dichos planes y programas que están inmersos en estas herramientas.

a. RECURSO HUMANO

Comprende el personal de la alcaldía que compone el comité de adjudicación de puestos, el administrador del mercado como principal director y ejecutor de los planes y demás personal del mercado, así como los arrendatarios participantes en algunas actividades que se realicen.

b. RECURSOS MATERIALES

Los insumos necesarios para ejecución de programas y comprenden materiales de limpieza, materiales para mantenimiento de infraestructura, papelería necesaria para llevar a cabo las capacitaciones y publicidad del mercado.

c. RECURSOS FINANCIEROS

La alcaldía cuenta con recursos financieros que el gobierno central le proporciona y los administra por medio del Instituto Salvadoreño del Desarrollo Municipal, estos son fuente de financiamiento así como también los fondos que recauda el mercado por medio de las tasas municipales.

5. COSTO DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO PARA EL MERCADO MUNICIPAL

COSTO DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL PARA EL MERCADO MUNICIPAL DEL SAN LUIS TALPA			
ORGANIZACIÓN			
Detalle de Egresos	**EN DÓLARES AMERICANOS U$**		**Costo Anual**
Detalle	**Materiales**	**Logística**	**Total**
Curso Básico de Liderazgo			
Costo con apoyo de INSAFORP (25% del costo total)		$63.57	$63.57
Capacitación sobre Reubicación de puestos (1 refrigerio para 2 sesiones para 4 personas)		$20.00	$20.00
Material de 60 Copias	$3.00		$3.00
Charla sobre Ordenamiento de productos (Refrigerio para 33 arrendatarios y administrador)		$38.00	$38.00
Material de 100 Copias	$5.00		$5.00
Otros			
Croquis reprentativo de las instalaciones del mercado	$50.00		$50.00
SUB-TOTAL	**$58.00**	**$121.57**	**$179.57**
MANTENIMIENTO			
Detalle	**Materiales**	**Logística**	**Total**
Curso de mantenimiento del mercado por FEPADE		$281.37	$281.37
Elaboración de Presupuesto para gastos de mantenimiento	$3.00	$25.00	$28.00
Material para Presupuesto de mantenimiento	$474.41		$474.41
SUB-TOTAL	**$477.41**	**$306.37**	**$783.78**
PUBLICIDAD			
	Materiales	**Logistica**	**Total**
Curso básico de publicidad		$63.57	$63.57
Volantes	$100.00		$100.00
Marbete	$100.00		$100.00
Internet		$100.00	$100.00
Evento Comelón de pupusas	$89.75	$35.00	$124.75
Perifoneos		$60.00	$60.00
SUB-TOTAL	**$289.75**	**$258.57**	**$548.32**
LIMPIEZA			
	Materiales	**Logistica**	**Total**
Material para Campañas de limpieza	$55.88		$55.88
Material para Presupuesto anual de limpieza	$4,573.80		$4,573.80
SUB-TOTAL	**$4,629.68**		**$4,629.68**
SEGURIDAD			
	Materiales	**Logistica**	**Total**
Curso básico de seguridad por la PNC (refrigerio para 4 personas)		$20.00	$20.00
Material de 100 copias	$5.00		$5.00
1 Vigilante adicional para turno de día		$250.00	$3,000.00
SUB-TOTAL	**$5.00**	**$270.00**	**$3,025.00**
SUB-TOTAL GENERAL	**$5,459.84**	**$956.51**	**$9,166.35**
10 % IMPREVISTOS			**$916.64**
TOTAL GENERAL			**$10,082.99**

La propuesta se financiará con fondos provenientes del presupuesto municipal, otorgado por el gobierno central a través del Instituto Salvadoreño del Desarrollo Municipal ISDEM, del cual en la cuenta de servicios municipales, específicamente en la subcuenta de mercados, se destinan fondos para la operación y el buen funcionamiento del mercado.

6. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL PARA EL MERCADO MUNICIPAL DE SAN LUIS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ								
ACTIVIDAD	**MES 1**				**MES 2**			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
EXPOSICIÓN DE LA INVESTIGACIÓN POR EL GRUPO AL ALCALDE, MIEMBROS DEL CONCEJO MUNICIPAL Y AL COMITÉ DE ADJUDICACIÓN DE PUESTOS								
EL COMITÉ DE ADJUDICACIÓN DE PUESTOS ANALIZA LA PROPUESTA								
APROBACIÓN DE LA PROPUESTA								
IMPLEMENTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL								
FORMACIÓN DEL COMITÉ DE ORGANIZACIÓN								
COORDINACIÓN DEL TRABAJO CON EL COMITÉ DE ORGANIZACIÓN								
COORDINACIÓN CON EL COMITÉ DE ADJUDICACIÓN DE PUESTOS SOBRE LOS CURSOS DE CAPACITACIÓN								
COORDINACIÓN CON FEPADE E INSAFORP PARA INICIO DE CURSOS								
COORDINACIÓN CON LA POLICIA NACIONAL CIVIL PARA INICIO DE CURSO DE SEGURIDAD								
ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO								
IMPRESIÓN Y UTILIZACIÓN DE FORMATOS DE CONTROL								
EVALUACIÓN Y CONTROL SOBRE LA APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y CONTROL								

7. BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Bateman, Thomas S. Administración una ventaja competitiva, 4ª edición, Editorial McGraw Hill, México 2004

- Chiavenato, Idalberto. Iniciación a la Organización y Control, 1ª edición, Editorial McGraw Hill, México, 1994.

- Díaz Callejas, Osmín E., Administración de una empresa, El salvador 1985

- Garza Treviño, Juan Gerardo. Administración Contemporánea, 2ª Edición. McGraw Hill, México 2000

- Gómez Ceja, Guillermo. Sistemas administrativos análisis y diseño, 1º edición, McGrall Hill, México 1997rio de Economía y Empresa, 1º Edición, Barcelona 2000

- Guerrero Fernando. Fundamentos de los Métodos de investigación, 1ª edición, El Salvador, 2009.

- Hernández, Sergio y Rodríguez, Administración pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia, Mc Graw Hill, México 2002

- Koontz Harold, Weihrich Heinz. Administración una perspectiva global, Onceava edición, Editorial McGraw Hill, México, 1998.

- Massie, Joseph L. Bases esenciales de la Administración, 1ª edición editorial Diana, Barcelona 1969

- Mercado, Salvador. Administración Aplicada Teoría y Práctica, 1ª edición, Editorial Limusa, México 1997

- Reyes Ponce, Agustín. Administración Moderna, 1ª edición, editorial Limusa, México 2005

- Rojas Soriano, Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, 34ª edición, Editorial Plaza y Valdez, México, 2000.

- Stanton William J. Fundamentos del Marketing, 13ª edición, Editorial McGraw Hill, México, 2004.

- Stoner James, Freeman y Gilbert, Daniel. Administración, 6ª Edición, Editorial Prentice Hall, México, 1996.

Tesis

- Berta Alicia Castillo Rodríguez. Trabajo de graduación "Propuesta de un modelo administrativo para la modernización de los servicios en la Alcaldía Municipal de Ilopango Departamento de San Salvador, UES, 2008

- Gloria Patricia Durán Rivas, Jackeline Vanesa Guardado Ochoa, Cristo Araceli Vásquez. Trabajo de graduación "Diseño de un modelo de planificación y control administrativo orientado a incrementar el nivel de efectividad en el funcionamiento de la despensa de la Alcaldía Municipal de San Salvador", UES, febrero 2009

- María Mirtala López Mejía y Rosario del Carmen García. Trabajo de Graduación " Percepción de los vendedores del mercado municipal de ciudad de Quezaltepeque: algunas recomendaciones" UCA octubre 2004

- Rene Ortiz, Karla Eugenia Rivera Arévalo y Manuel Eduardo Tobar Martínez, trabajo de graduación "Propuesta de modelo de evaluación de desempeño laboral para la Alcaldía Municipal de Ayutuxtepeque con base al diagnóstico de percepción del servicio al usuarios", UES, noviembre 2007

- Luís Ernesto Monterrosa Cartagena, Jaime Joel Pérez Melara, Pedro Leopoldo Vaquero Santos. Trabajo de graduación "Diseño de un modelo administrativo para mejorar la eficiencia en el departamento de servicios generales de la Alcaldía Municipal de Zaragoza, departamento de La Libertad", UES, mayo 2007

Leyes

- Decreto Legislativo Nº 274, Código Municipal, publicado en el Diario Oficial Nº 23 Tomo Nº 290 publicado el 5 de febrero de 1986, vigencia a partir del 1º de marzo del mismo año.
- Decreto 38, Asamblea Constituyente, Constitución de la República de El Salvador del 15 de diciembre de 1983., publicado en el Diario Oficial 234 el 16 de diciembre de 1983.
- Decreto Municipal Nº 1, Reglamento del Mercado Municipal de San Luís Talpa.

Documentales

- Memoria de Labores de la Alcaldía Municipal de San Luís Talpa, 1º de mayo de 2003 al 30 de abril de 2006

- Normas Técnicas de Control Interno Específico de la Alcaldía Municipal de San Luís Talpa, Departamento de La Paz

- Dovetta, Mabel Susana, Diccionario de Administración y Ciencias Afines , 1º Edición, México 1995

- Paulet, Jean Pierce, Diccionario e Economía y empresa, 1º Edición, Barcelona 2000

- Diccionario enciclopédico ilustrado Larousse océano, 1ª edición, 1992

Otros

- Centro de Documentación e Información, CEDIB, Teoría y práctica de la gestión municipal, Bolivia 2008.

- Monografía de La Paz, Centro Nacional de Registros

- Base de datos del Centro Nacional de Registros

- Sitio Web http://www.elocal.gob.mx/work/resources/guias_tecnicas/guia22.htm

ANEXO 1

LISTA DE COTEJO PARA INSPECCIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL DE SAN LUIS TALPA

Lista de cotejo para la inspección del Mercado Municipal de la Ciudad de San Luís Talpa.

Objetivo: Conocer la situación actual de la infraestructura, instalaciones eléctricas, higiene, seguridad, condiciones físicas y ambientales del mercado municipal de San Luís Talpa, para proponer alternativas de soluciones, con el fin de mejorar las condiciones de los arrendatarios y los usuarios del mismo.

1. Edificio del mercado municipal

Área Inspeccionada	Si	No	OBSERVACIONES
Instalaciones eléctricas y alambres.			
1. Están sujetos todos los cables eléctricos para que no cuelguen de tubos, clavos, ganchos, etc.	☐	☐	
2. Hay indicios de rotura en cables eléctricos.	☐	☐	
3. Están adecuadamente colocados los sistemas conductores y cables metálicos.	☐	☐	
4. Están montados los interruptores en cajas de metal limpias y herméticamente cerradas.	☐	☐	
5. Están en buenas condiciones los tomacorrientes	☐	☐	
6. Están titulados los interruptores eléctricos para mostrar su propósito.	☐	☐	
7. Existen rótulos que marquen zonas de peligro.	☐	☐	
Total:			
Salidas y accesos.	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Son visibles las salidas y accesos del mercado.	☐	☐	
2. Están libres de obstáculos las salidas y accesos.	☐	☐	
3. Están marcadas las salidas con un letrero claramente visible.	☐	☐	

4. Existen suficientes salidas para asegurar el escape rápido en caso de urgencia.	☐	☐	
5. Cuenta el edificio con un acceso para discapacitados.	☐	☐	
6. Cuenta con el número suficiente de gradas para evitar congestionamientos.	☐	☐	
Total:			
Protección contra incendios.	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Hay suficientes y adecuados extinguidores portátiles.	☐	☐	
2. Están colocados los extinguidores en lugares de fácil acceso.	☐	☐	
3. Tienen los extinguidores el respectivo mantenimiento.	☐	☐	
Total:			
Cuidados e higiene	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Se permite fumar dentro de las instalaciones.	☐	☐	
2. Existen señales de la prohibición de consumo de bebidas embriagantes dentro del lugar.	☐	☐	
3. Los empleados de limpieza usan los equipos de protección.	☐	☐	
4. Existen suficientes recipientes para la recolección de desperdicios.(basureros)	☐	☐	
5. Se vacían regularmente los basureros.	☐	☐	
Total:			
Iluminación.	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Existe una iluminación adecuada en todos los puestos del mercado.	☐	☐	

2. Están adecuadamente iluminados los pasillos dentro de las instalaciones.	☐	☐	
3. Se limpian lámparas y ventanas frecuentemente.	☐	☐	
4. Se cambian rápidamente las lámparas cuando se queman.	☐	☐	
Total:			
Ventilación.	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Existe ventilación adecuada en los puestos del mercado.	☐	☐	
2. Es adecuada la temperatura en las instalaciones.	☐	☐	
3. Se brinda mantenimiento a los ventiladores de techo.	☐	☐	
4. Los puestos cuentan con espacio que permita el ingreso de aire natural.	☐	☐	
Total:			
Edificación	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Están en buenas condiciones las gradas del edificio.	☐	☐	
2. Las gradas cuentan con barandales comunes.	☐	☐	
3. Están en buenas condiciones los techos del edificio.	☐	☐	
4. Los pisos del edificio se encuentran en buenas condiciones.	☐	☐	
5. Las puertas de los puestos cuentan con cerraduras en buen estado.	☐	☐	
6. Las puertas de los puestos se abren hacia adentro.	☐	☐	
7. Cuentan con zonas de carga y descarga de productos, señalizada.	☐	☐	
Total:			
Mobiliario y equipo de oficina	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**

1. Se encuentran en buen estado los escritorios de la oficina de la administración.	☐	☐	
2. Existen suficiente equipo tecnológico.	☐	☐	
3. Están en buen estado los equipos tecnológicos.	☐	☐	
4. Se cuentan con equipo de limpieza suficientes.	☐	☐	
Total:			
Servicios Sanitarios.	**Si**	**No**	**OBSERVACIONES**
1. Permanecen limpios los servicios sanitarios.	☐	☐	
2. Existen lavamanos en los baños.	☐	☐	
3. Permanecen limpios los lavamanos.	☐	☐	
4. Las puertas en los baños están en buen estado.	☐	☐	
5. Los servicios sanitarios cuentan con buena iluminación.	☐	☐	
6. Están señalizados los baños de hombre y de mujeres.	☐	☐	
Total:			
Total General:			

ANEXO 2

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS ARRENDATARIOS DEL MERCADO

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS ARRENDATARIOS DEL MERCADO

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas

Cuestionario dirigido a los usuarios y/o arrendatarios del mercado municipal de San Luís Talpa, departamento de La Paz.

Objetivo: el presente cuestionario tiene como propósito, obtener información veraz y objetiva, que facilite el diseño de herramientas de planeación y control y así fortalecer la gestión de la alcaldía en función del mercado municipal. La información proporcionada será tratada de manera confidencial y utilizada con fines académicos.

De antemano se agradece la colaboración.

Indicaciones: a continuación se le presenta una serie de preguntas con diferentes alternativas, donde deberá marcar con una "X" según sea su respuesta y en otros casos explicar de forma clara, precisa y sencilla.

DATOS GENERALES:
SEXO: F_____ M_____
EDAD:

a. 18 a 25 años _____
b. De 26 a 30 años _____
c. De 31 a 35 años _____
d. De 36 a más _____

Puesto (os) que posee en el mercado: _____
Tiempo de ser arrendatario: _____
Producto que ofrece: _____
Tasa que paga: _____

Nivel educativo

a. No sabe leer ni escribir _____
b. Solo sabe leer _____
c. Secundaria _____
d. Bachillerato _____
e. Técnico _____
f. Universitario _____
g. Otros (especifique) _____

CONTENIDO DEL CUESTIONARIO

1. ¿Cómo considera usted el desempeño de la administración del mercado?
    a. Excelente _____
    b. Muy bueno _____
    c. Regular _____
    d. Deficiente _____

    Explique

    _____
    _____

2. ¿Cómo considera usted la comunicación entre los administradores del mercado y los arrendatarios?
    a. Excelente _____
    b. Muy bueno _____
    c. Regular _____
    d. Malo _____

    Explique

    _____
    _____

3. ¿Qué tipo de actividades realiza la administración en el interior del mercado?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

4. Según su opinión que otras actividades se pueden desarrollar en el mercado para su mejoramiento?

_____
_____
_____
_____

5. ¿Cómo considera los servicios que presta la administración del mercado referente a los siguientes aspectos?

   a. Limpieza
   1. excelente _____ 2. Muy bueno _____ 3. Regular _____ 4. Malo_____

   b. Cobro de impuestos
   1. excelente _____ 2. Muy bueno _____ 3. Regular _____ 4. Malo_____

   c. Recolección de desechos
   1. excelente _____ 2. Muy bueno _____ 3. Regular _____ 4. Malo_____

   d. Vigilancia
   1. excelente _____ 2. Muy bueno _____ 3. Regular _____ 4. Malo_____

   e. Mantenimiento de infraestructura
   1. excelente _____ 2. Muy bueno _____ 3. Regular _____ 4. Malo_____

   f. Ordenamiento
   1. excelente _____ 2. Muy bueno _____ 3. Regular _____ 4. Malo_____

   g. Promoción del mercado
   1. excelente _____ 2. Muy bueno _____ 3. Regular _____ 4. Malo_____

   h. Otros servicios (explique)
   1. excelente _____ 2. Muy bueno _____ 3. Regular _____ 4. Malo_____

6. ¿Como considera usted la demanda de su producto o servicio en mercado?
   a. Excelente _____
   b. Muy buena _____
   c. Regular _____
   d. Mala _____

.

7. ¿Cuáles considera usted los factores que influyen en la demanda de los productos del mercado?
   Precios muy altos _____
   Mucha competencia _____
   Gustos de los consumidores _____
   Trato con el cliente _____
   Pocos clientes visitantes _____

Poca variedad de producto _____
Inseguridad del mercado _____
Falta de aseo en el mercado _____
Otros _____

8. ¿Ha escuchado del público comentarios positivos respecto a la situación del mercado?
Si _____
No _____

9. ¿Si su respuesta fue positiva podría mencionar algunos?
_____
_____
_____

10. ¿Si su respuesta fue negativa podría mencionar algunos?

_____
_____
_____

11. ¿Qué sugerencias podría aportar para mejorar el servicio del mercado?
_____
_____
_____

Fecha:_____ **Encuestó:**_____

ANEXO 3

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DEL MERCADO

ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DEL MERCADO

OBJETIVO:

Recolectar información de la administración del mercado municipal que facilite determinar la situación actual de herramientas de planeación y control que utiliza.

1. Describa brevemente las principales funciones que desempeña como administrador del mercado?

_____

_____

_____

_____

2. Cuenta la administración del mercado con planes?

   Si _____ No _____

3. Si su respuesta anterior fue SI podría mencionar las áreas involucradas

Mantenimiento _____

Orden y aseo _____

Infraestructura _____

Financiero _____

4. Participa usted en la elaboración de planes para la administración del mercado?

   Si _____ No _____

5. Tiene el mercado objetivos definidos para funcionamiento?

Si _____ No _____

6. Si su respuesta anterior fue SI, mencione algunos objetivos del mercado?

---

7. Tiene el mercado políticas definidas para su funcionamiento?

Si _____ No _____

8. Si su respuesta anterior fue SI podría mencionar algunas

_____

_____

9. Cuenta el mercado con estrategias?

Si _____ No _____

10. Si su respuesta anterior fue SI podría mencionar algunas

_____

_____

11. Cuenta el mercado con procedimientos para cada área?

Si _____ No _____

12. Si su respuesta anterior fue SI podría mencionar algunos

_____

_____

13. Cuenta el mercado con reglas dirigidas al personal administrativo y arrendatarios que garanticen el buen funcionamiento del mercado?

Si _____ No _____

14. Si su respuesta anterior fue SI podría mencionar algunas

_____

_____

15. Cuenta el mercado con un presupuesto general?

Si _____ No _____

16. Considera usted suficientes y adecuadas las herramientas de planeacion que la alcaldía proporciona a la administración del mercado?

Si _____ No _____

17. Si su respuesta anterior fue NO, podría sugerir algunas

_____

_____

18. Se realizan actividades dentro del mercado que requieran control?

Si _____ No _____

19. De las siguientes herramientas de control, cuales se utilizan para verificar si los resultados están de acuerdo con lo planeado

a. Metas _____
b. Formularios _____
c. Autorizaciones _____
d. Comprobantes _____
e. Sistema computarizado _____
f. Otros (explique) _____

20. Tiene el mercado metas definidas para su funcionamiento?

Si _____ No _____

21. Si su respuesta anterior fue SI, mencione algunas metas del mercado?

_____

_____

22. Mencione algunas autorizaciones que extiende el mercado a los diferentes usuarios y personal

_____

_____

23. Cuenta el mercado con un sistema actualizado de los arrendatarios?

Si _____ No _____

24. Mencione algunos comprobantes que utiliza el mercado para su control interno

_____

_____

25. Con que frecuencia se evalúan los planes del mercado municipal?

Cada mes _____

Cada 3 meses _____

Cada 6 meses _____

Cada año _____

No se evalúan _____

26. Cuales son los principales factores de evaluación del mercado

Calidad y servicio _____

Capacidad _____

Ajuste a lo presupuestado _____

Aseo _____

Iluminación _____

Acceso al mercado _____

Ventilación _____

27. Considera usted que el mercado cuenta con los recursos necesarios para ofrecer un buen servicio a la comunidad?

Si _____ No _____

28. Si su respuesta anterior fue negativa que tipo de recursos sugiere para mejorar su servicio?

Técnicos _____

Instalaciones _____

Recurso Humano _____

Mobiliario _____

Financiero _____

29. Están siendo utilizados todos los puestos en el mercado municipal?

Si _____ No _____

30. Si su respuesta fue NO, porque considera que no se estén utilizando todos los puestos en el mercado?

_____

_____

31. Que sugerencias daría usted solucionar esta problemática?

_____

_____

ANEXO 4

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL COMITÉ DE ADJUDICACIÓN DE PUESTOS

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDO AL COMITÉ DE ADJUDICACIÓN DE PUESTOS

Objetivo: ampliar con información veraz y objetiva, que facilite el diseño de herramientas de planeación y control para fortalecer la gestión de la alcaldía en función del mercado municipal. La información proporcionada será tratada de manera confidencial y utilizada con fines académicos.

De antemano se agradece la colaboración.

DATOS GENERALES:

Cargo que desempeña en el Concejo: _____

Tiempo de ejercer su función: _____

Nivel de estudios:

a. Básica _____
b. Bachillerato _____
c. Técnico _____
d. Universitario _____
e. Otros (especifique) _____

CONTENIDO DEL CUESTIONARIO

1. ¿Elabora planes la administración municipal para la realización de una buena gestión en el mercado municipal?

   Si _____ No_____ No sabe_____

2. ¿En que medida se aplican los planes en la administración del mercado municipal?

   a. 100% _____
   b. 80 % _____
   c. 60 % _____
   d. 40 % _____
   e. 20 % _____
   f. 10 % _____
   g. No se aplican _____

3. Señale el tipo de herramientas de planeación que posee la alcaldía en función de administrar el mercado municipal

   a. Objetivos _____
   b. Políticas _____

c. Estrategias _____
d. Reglas _____
e. Procedimientos _____
f. Programas _____
g. Presupuestos _____
h. Otros (Explique) _____

4. ¿Cuáles de las siguientes herramientas de planeacion se aplican actualmente para la administración del mercado municipal?

a. Objetivos _____
b. Políticas _____
c. Estrategias _____
d. Reglas _____
e. Procedimientos _____
f. Programas _____
g. Presupuestos _____
h. Otros (Explique) _____

5. ¿Quiénes son los responsables de la elaboración de dichas herramientas?

a. El concejo municipal _____
b. Unidad política municipal _____
c. Administrador del mercado _____
d. Otros _____

6. ¿Qué criterios se toman en cuenta para la elaboración de dichas herramientas?

a. Experiencia _____
b. Herramientas de instituciones similares _____
c. Estudios de campo _____
d. Otros (Explique) _____

7. ¿Considera usted que las herramientas de planeación utilizadas son las adecuadas para el logro de una gestión eficiente?

a. Si _____
b. No _____

8. Señale el tipo de herramientas de control que posee la alcaldía para la administración del mercado.

   a. Metas _____
   b. Formularios _____
   c. Autorizaciones _____
   d. Comprobantes _____
   e. Sistema computarizado _____
   f. Otros (explique) _____

9. ¿Cuáles de las siguientes herramientas de control se aplican actualmente para la administración el mercado municipal.

   a. Metas _____
   b. Formularios _____
   c. Autorizaciones _____
   d. Comprobantes _____
   e. Sistemas computarizados _____
   f. Otros (explique) _____

10. ¿Qué criterios se toman en cuenta para la elaboración de dichas herramientas?
    a. Experiencia _____
    b. Estudios de campo _____
    c. Creación de nuevos procesos _____
    d. Otros (Explique) _____

11. ¿Según su criterio cuales de los siguientes factores considera que genera una deficiencia en la administración del mercado municipal?

    a. Diseño inadecuado de las herramientas de planeación y control. (____)

    b. Falta de recursos financieros para llevar a cabo el desarrollo de los planes. (____)

    c. Incumplimiento de las ordenanzas que regulan la administración en el mercado. (____)

    d. Falta de promoción del mercado municipal. (____)
    e. Personal poco capacitado para la administración del mercado. (____)

12. ¿Que recomendaciones daría para la elaboración de herramientas de planeación y control y así fortalecer la gestión de la alcaldía en función del mercado municipal?

_____
_____
_____

13. Están siendo utilizados todos los puestos en el mercado municipal?
    Si _____ No _____

14. Si su respuesta fue NO, porque considera que no se estén utilizando todos los puestos en el mercado?

    _____

    _____

    _

15. Que sugerencias daría usted para solucionar esta problemática?

    _____

    _____

Gracias por su colaboración.

Fecha:_____ Entrevistó:_____

ANEXO 5

MAPA DE UBICACIÓN DE PUESTOS DEL MERCADO MUNICIPAL DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

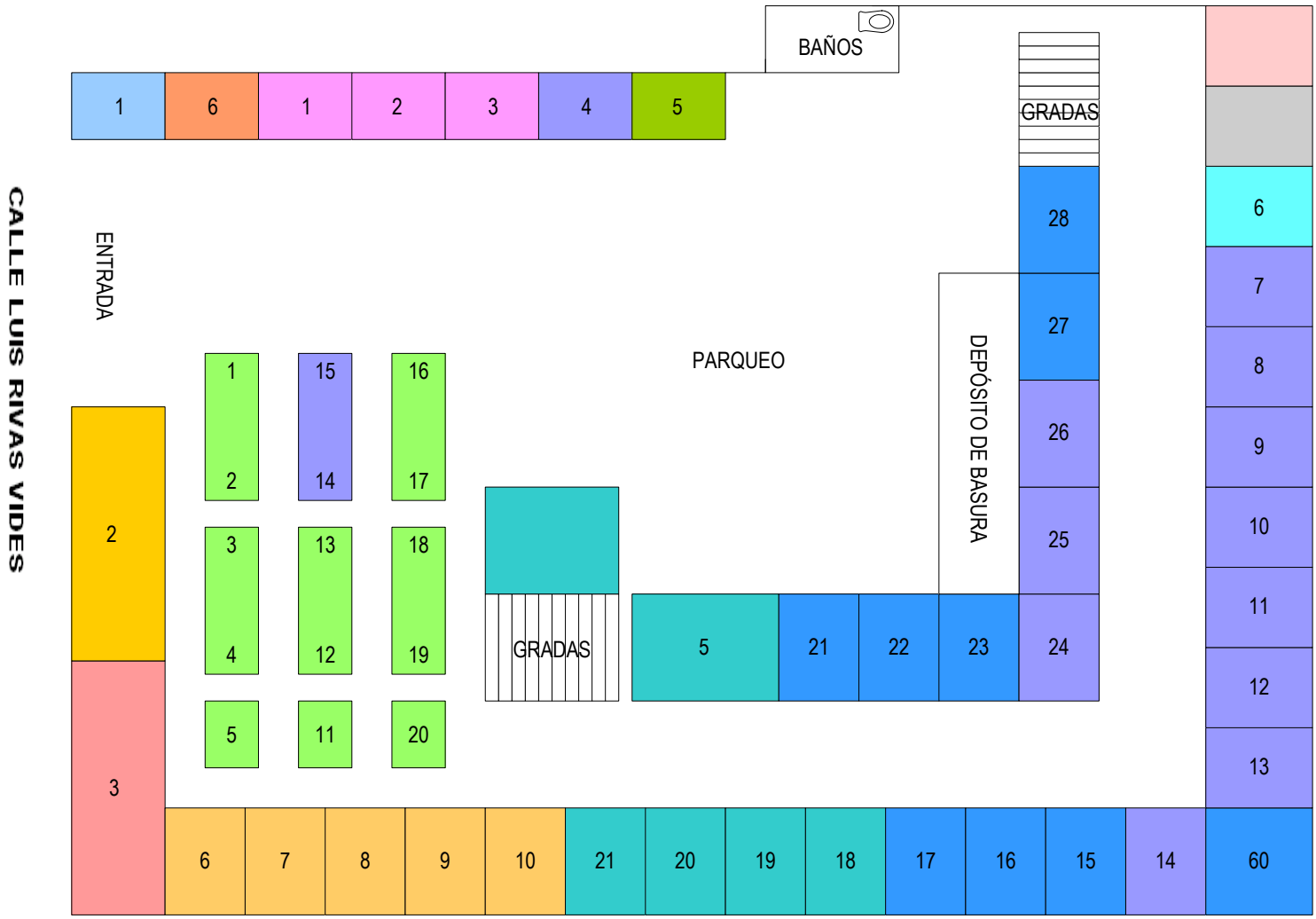
SIMBOLOGÍA PARA REPRESENTAR LOS PUESTOS DEL MERCADO MUNICIPAL DE SAN LUÍS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

SIMBOLOGÍA:

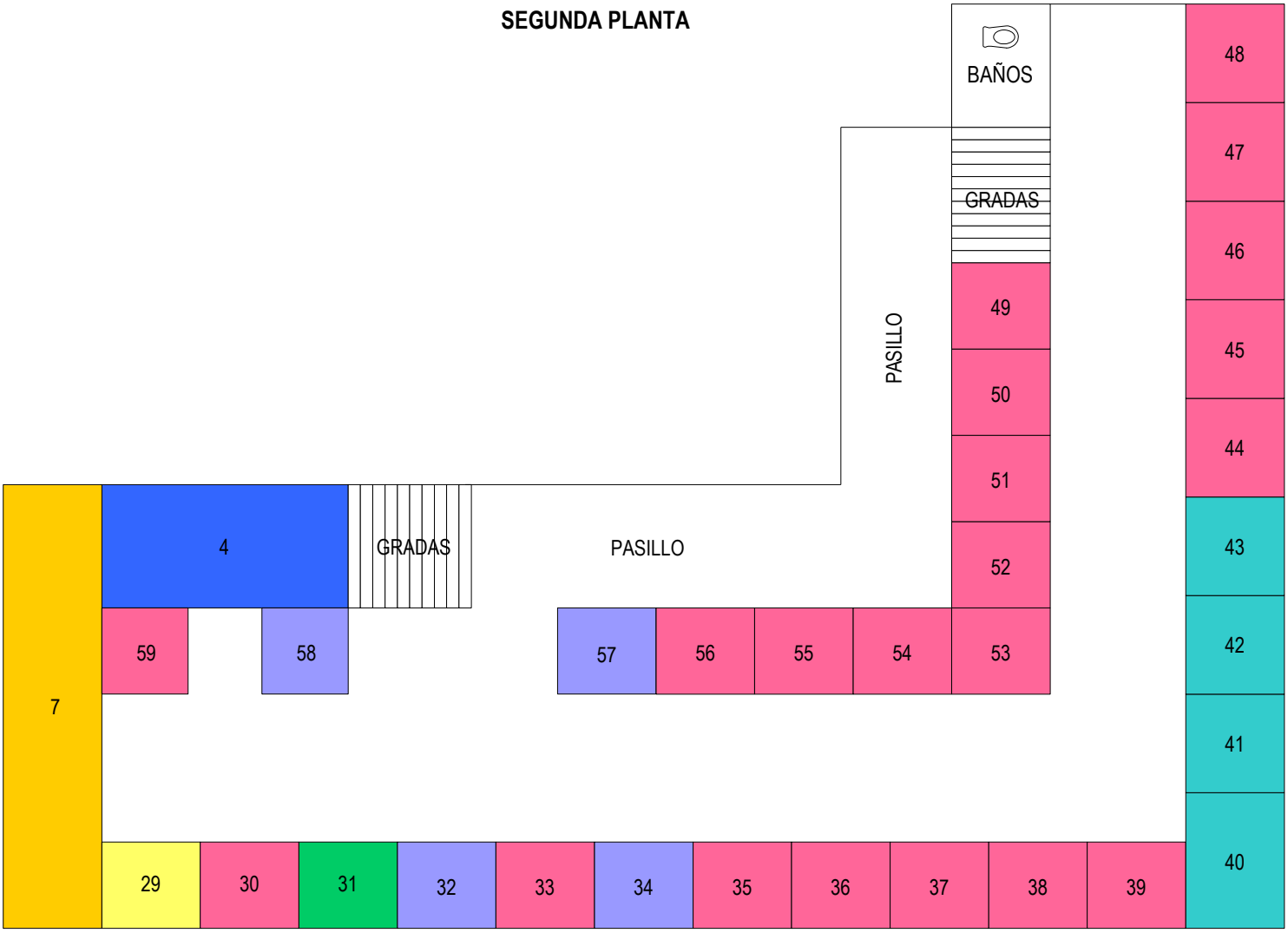
- FRUTAS Y VERDURAS
- LOCAL DISPONIBLE
- VENTA DE COMIDA
- CAJA DE CRÉDITO
- PIÑATERÍA
- TORTILLERÍA
- CIBER CAFÉ
- ANDA
- BAZAR
- LIBRERÍA
- POLLO Y CARNES
- PRODUCTOS PRIMERA NECESIDAD
- BODEGA
- LÁCTEOS
- ADMINISTRACIÓN
- CASA DE LA CULTURA
- VENTA CD'S Y DVD'S
- REPARACIÓN DE CELULARES

PLANO MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

PRIMERA PLANTA



SEGUNDA PLANTA



ANEXO 6

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS ARRENDATARIOS DEL MERCADO

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS ARRENDATARIOS DEL MERCADO MUNICIPAL DE SAN LUIS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

I. PRIMERA PARTE

DATOS GENERALES

1. Género

Objetivo: conocer el género que más prevalece en los arrendatarios del mercado.

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
Femenino	25	76%
Masculino	8	24%
total	**33**	**100%**

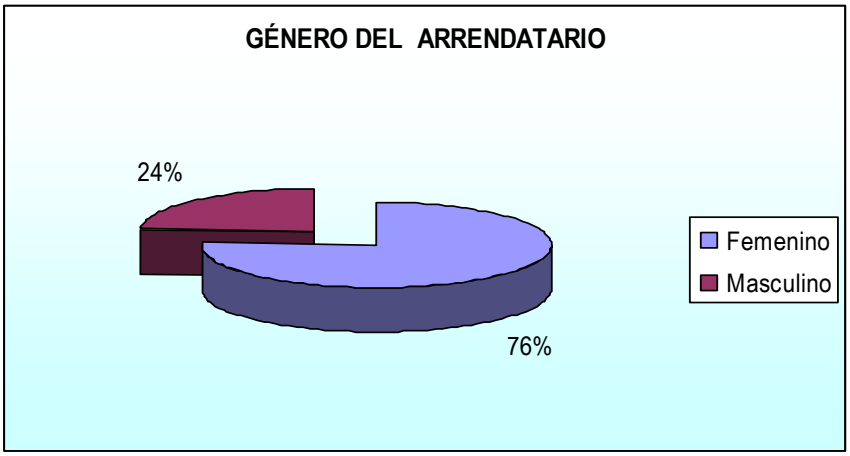


Gráfico 1

Comentario:

La mayoría de arrendatarios en el mercado municipal de la ciudad de San Luís Talpa, son mujeres, es decir el sexo femenino es el que más participa en este tipo de servicios que desarrollan las municipalidades por medio del mercado. Las mujeres son las que tienen menos oportunidades de un

trabajo formal, especialmente si tienen poca preparación académica, en nuestra cultura las mujeres son las encargadas del cuido de los hijos y en este caso en el mercado tienen la oportunidad de obtener ingresos y a la vez poder cuidar los hijos dentro de las instalaciones mientras ellas comercializan sus productos.

2. Edad de los arrendatarios.

Objetivo: Conocer la edad promedio de los arrendatarios del mercado.

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
De 18 a 25 años	5	15%
De 26 a 35 años	10	30%
De 36 a 45 años	2	6%
De 46 a más	16	49%
total	**33**	**100%**

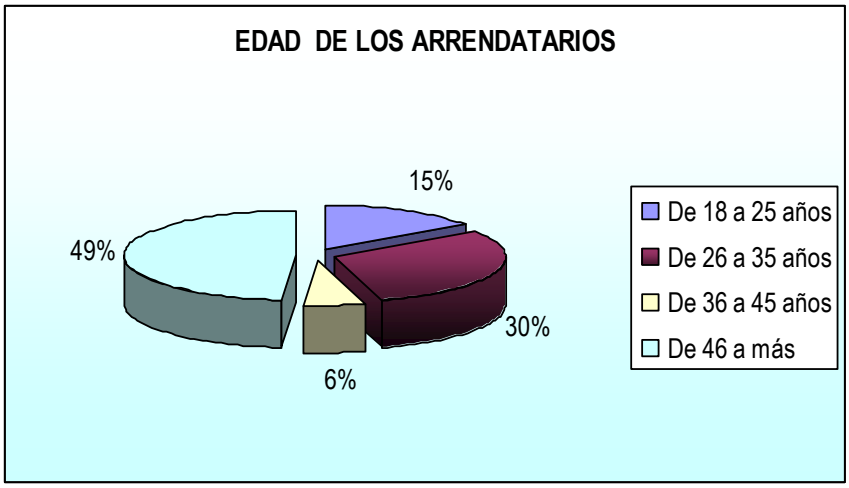


Gráfico 2

Comentario:

La edad que más predomina en los arrendatarios es de 46 a más con un 39% en su totalidad, buscan este medio para subsistir económicamente debido a que las oportunidades laborales para ellos son más escasas debido a su edad y el mercado es para ellos una oportunidad de subsistir económicamente y mantener sus familias. Por lo contrario las personas de edades entre 18 a 25, no consideran este tipo de comercio que ofrece la municipalidad como la principal fuente que les permita obtener mejores ingresos.

3. Puestos que posee en el mercado.

Objetivo: conocer como esta estructurado el mercado según arrendatario y el número de puestos por arrendatarios.

	Frecuencia	
Nº de puestos	**Relativa**	**Porcentual**
1	15	46%
2	11	33%
3	3	9%
4	1	3%
5	1	3%
6	1	3%
7	0	0%
8	0	0%
9	1	3%
10	0	0%
Total	**33**	**100%**

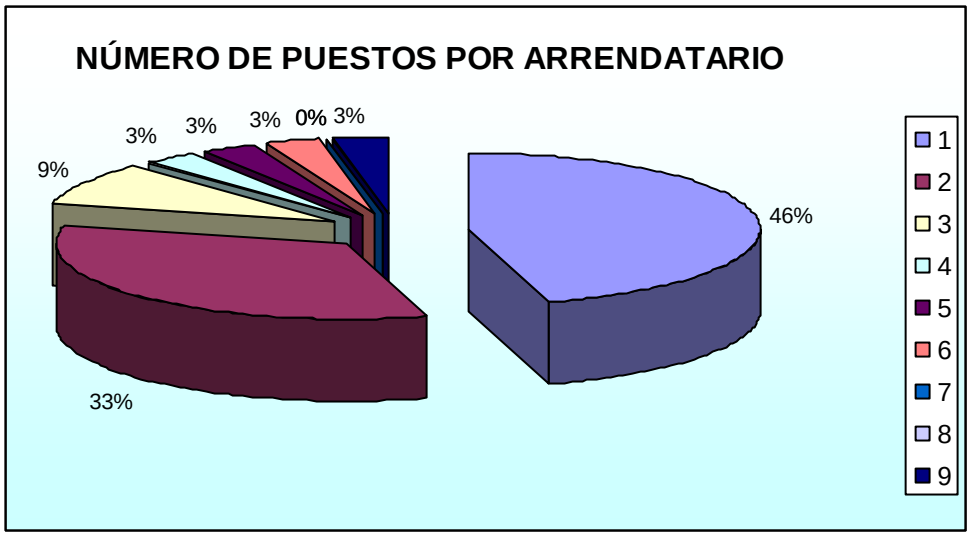


Gráfico 3

Comentario:

La administración del mercado cuenta con un reglamento, donde se especifica en el artículo 13, la cantidad de tres puestos como máximo por arrendatario, más no se especifica la cantidad de puestos por familia. Según resultados obtenidos, en la actualidad se incumple dicho articulo, ya que algunos arrendatarios poseen mas de tres puestos, incluso uno de ellos tiene nueve, lo cual absorbe el 13% del mercado, esto conlleva a que las oportunidades para otras personas con necesidades se limiten.

4. Tiempo de ser arrendatario.

Objetivo: conocer el tiempo que tienen los arrendatarios de estar en el mercado.

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
1 a 2 años	6	18%
3 a 4 años	5	15%
5 a 6 años	4	12%
7 años	18	55%
total	**33**	100%

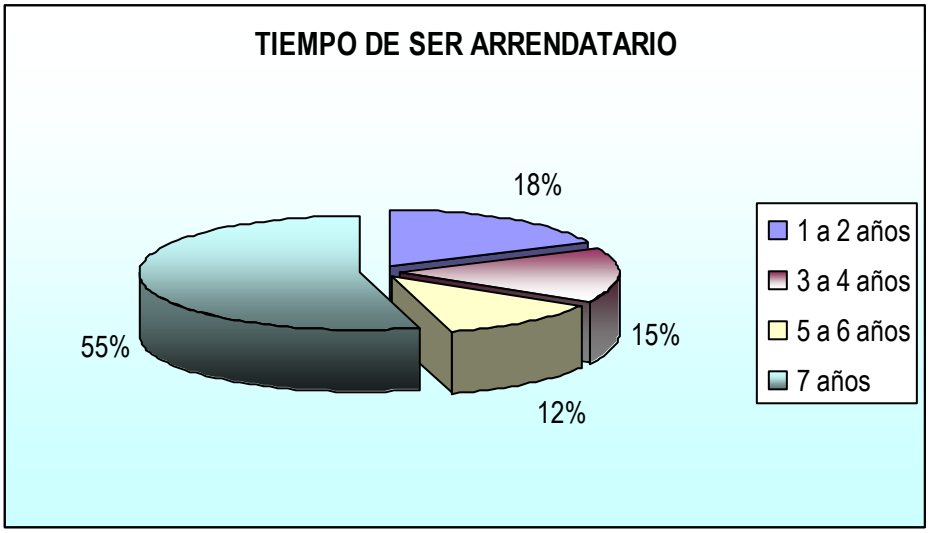


Gráfico 4

Comentario:

Más de la mitad de los arrendatarios está en el mercado municipal desde sus inicios, también se puede ver un considerable incremento de arrendatarios en los últimos dos años. Podemos entonces decir que el mercado es un medio rentable para muchas personas ya que se han mantenido hasta la fecha y se siguen incorporando a él. En los últimos dos años se ha incrementado el número de arrendatarios, se deduce que es por la falta de oportunidad de empleo que hay en el municipio.

5. Tipo de productos que ofrecen los arrendatarios

Objetivo: conocer las áreas de productos o servicios que ofrecen los arrendatarios.

	Frecuencia	
OPCION	**Relativa**	**Porcentual**
Productos 1º necesidad	4	12%
Verduras	8	24%
Bazar	8	24%
Comida	3	9%
Lácteos	1	3%
Carnes	1	3%
Pollo	1	3%
Venta de CD y otros	1	3%
Librería	1	3%
Ciber café	2	6%
Reparación de celulares	1	3%
Cobro agua (ANDA)	1	3%
Caja de Crédito	1	3%
Total	**33**	**100%**

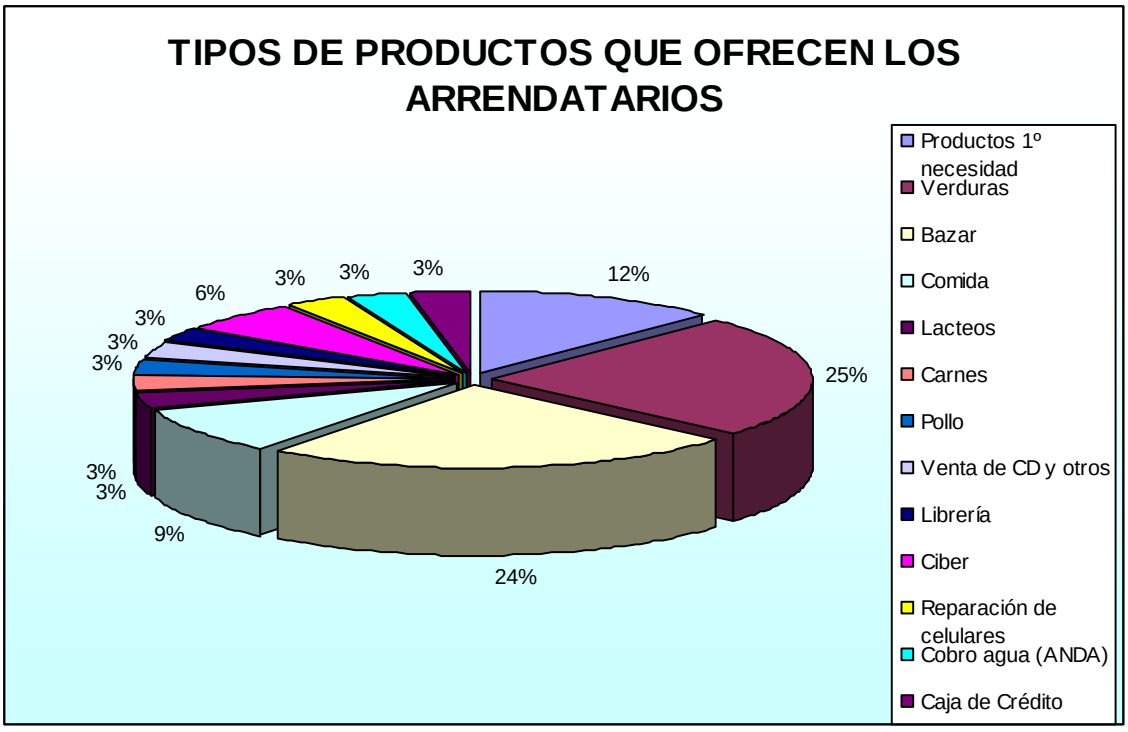


Gráfico 5

Comentario:

Los productos que se ofrecen son variados y podemos ver como la venta de verduras y los bazares complementan la mitad del mercado, es decir, se venden tanto productos alimenticios como también productos no perecederos, a la vez se ofrecen productos y servicios varios como: pago de recibos de ANDA, ciber café y reparación de celulares.

6. Periodos de pagos de los arrendatarios

Objetivo: conocer los periodos de pagos de los arrendatarios.

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
Diaria	22	67%
Semanal	9	27%
Mensual	2	6%
total	**33**	**100%**

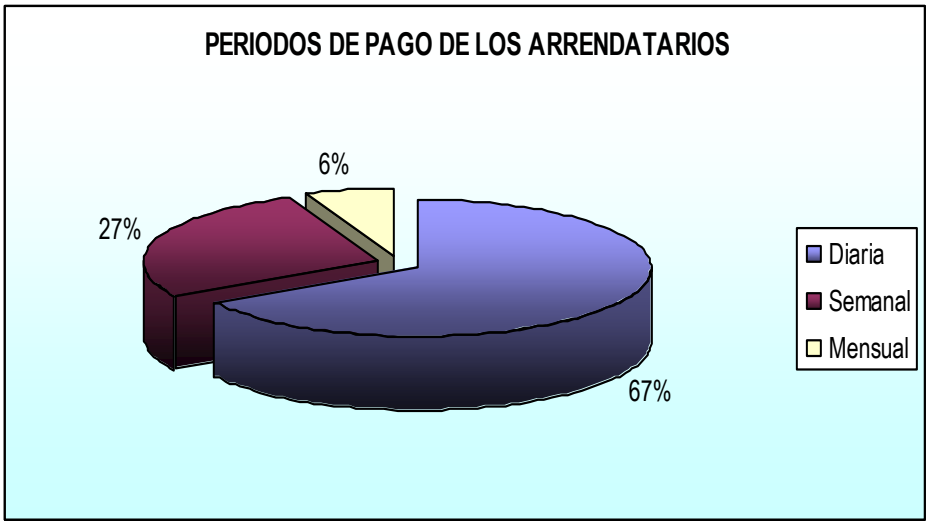


Gráfico 6

Comentario:

La mayoría de los arrendatarios paga su cuota a la administración del mercado a diario, esto depende del tipo de negociación a la cual se llegue con el administrador. En el contrato del arrendatario y según el artículo número nueve del reglamento del mercado municipal dice: "Todo arrendatario esta especialmente obligado a pagar mensual y anticipadamente el valor del arrendamiento de su puesto o local. Podrá pactarse en el contrato que el arrendatario pague diariamente la renta que le corresponde"; es decir no es exigible que el pago sea diario ó semanal, pero si que al final del mes se complete la cuota mensual correspondiente.

Nivel educativo:

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
No sabe leer ni escribir	10	31%
Solo sabe leer	8	24%
Secundaria	6	18%
Bachillerato	7	21%
Técnico	0	0%
Universitario	2	6%
Otros	0	0%
total	**33**	**100%**

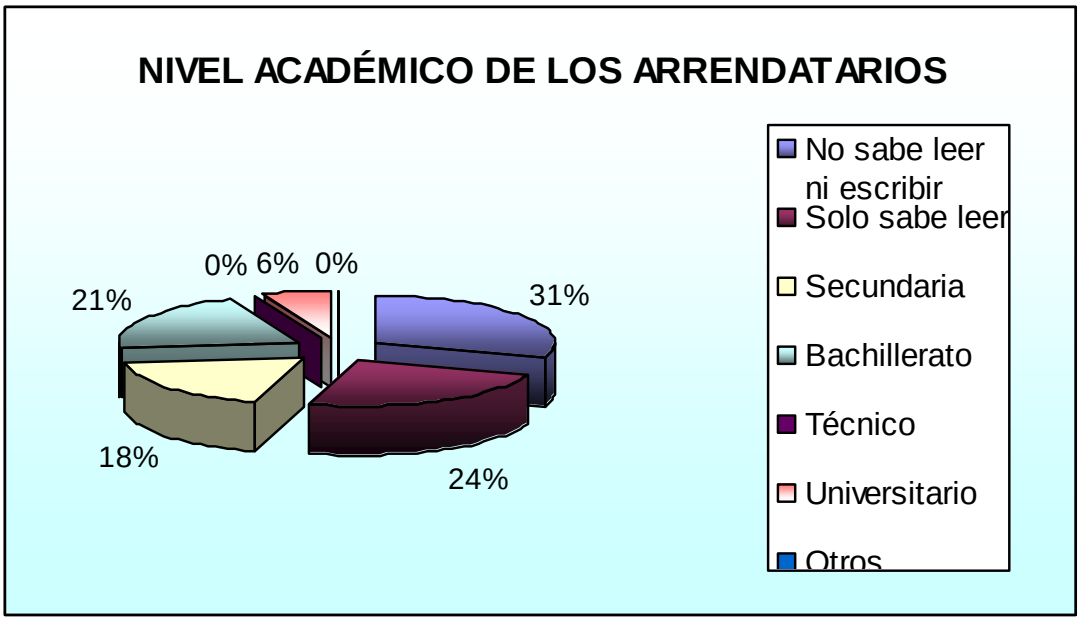


Gráfico 7

Comentario:

La mayoría de los arrendatarios no posee suficiente preparación académica, pero si pueden efectuar operaciones básicas como suma y resta que les permite desempeñarse a la hora de realizar una venta.

II. SEGUNDA PARTE

Las siguientes preguntas se realizaron con el objetivo de identificar los tipos de planes que se desarrollan en diferentes actividades, la calidad de administración que brinda el mercado, así como saber de las diferentes necesidades que tienen los arrendatarios como usuarios del

mercado municipal para poder tomarlos en cuenta a la hora de la elaboración de las herramientas de planeación y control.

1. **¿Cómo considera usted la comunicación entre el administrador del mercado y los arrendatarios?**

Objetivo: determinar el nivel de comunicación que existe entre el personal administrativo y los arrendantes del mercado.

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
Muy bueno	9	27%
Bueno	15	46%
Regular	5	15%
Malo	4	12%
total	**33**	**100%**

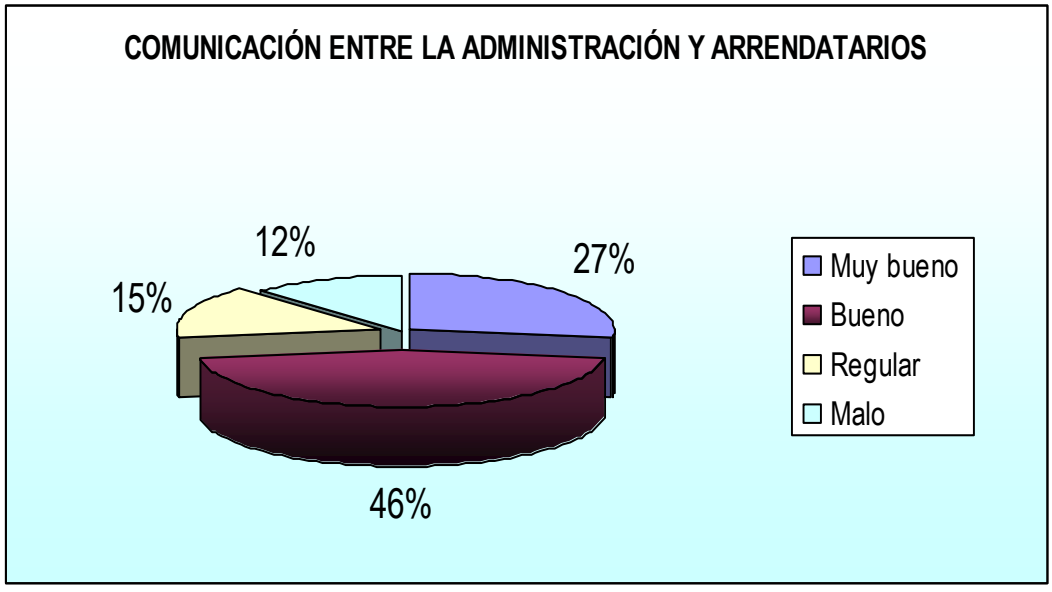


Gráfico 8

Comentario:

La mayoría de los arrendatarios considera como buena la comunicación existente entre el administrador y el arrendatario, ya que ellos pueden libremente expresar sus inquietudes ó necesidades, aunque en muchos casos no se les dé solución.

2. **¿Qué medio de comunicación utiliza la administración del mercado para informar a** los arrendatarios?

Objetivo: determinar el tipo de comunicación que existe entre el personal administrativo y los arrendantes del mercado.

Opción	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Escrita	6	18%
Verbal	23	70%
Otra	4	12%
total	**33**	**100%**

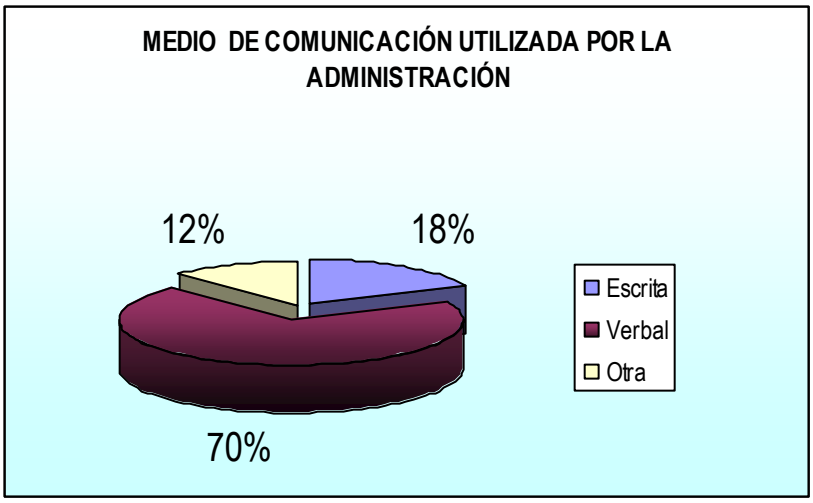


Gráfico 9

Comentario:

La mayoría de los arrendatarios tiene una comunicación verbal con el administrador del mercado, siendo este quien visita personalmente los puestos para dar cualquier informe, noticia o simplemente conversar sobre algún tema importante para el mercado.

3. ¿Cuáles son las actividades que usted considera más importantes que realiza la administración para mejorar el servicio del mercado?

Objetivo: determinar las diferentes actividades que se desarrollan dentro del mercado para su operación.

Respuestas	Frecuencia Relativa	Frecuencia Porcentual
La limpieza que realiza periódicamente es favorable para todos los usuarios, al igual que la recolección de desechos es muy frecuente.	**2**	6%
Las diferentes celebraciones aledañas al mercado, acercan a los consumidores como por ejemplo: Fiestas patronales, desfiles, entre otras	**3**	9%
La cena navideña que se hace a los arrendatarios se motiven a dar un buen servicio ya que se sienten identificados con la institución.	**1**	3%
La instalación de ventiladores para apaciguar el calor	**1**	3%
La instalación de una oficina de pago de servicio de agua ANDA, atrae a los consumidores al mercado.	**5**	15%
El sistema de cobro es eficiente ya que son puntuales	**1**	3%
No contestaron	**20**	61%
Total	**33**	**100%**

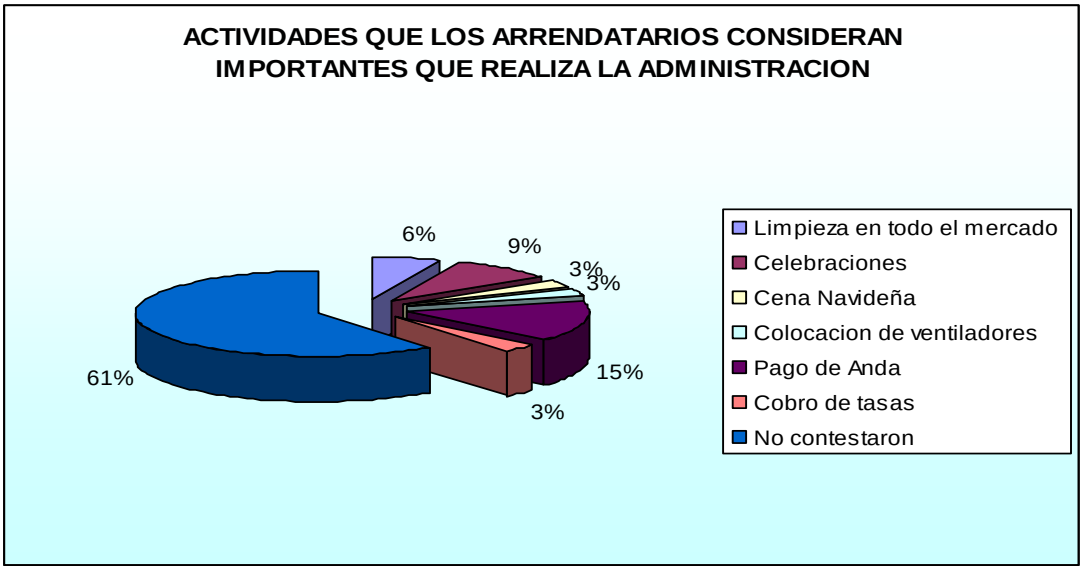


Gráfico 10

Comentario:

Los arrendatarios en su mayoría se abstuvieron de contestar, ya que les resultaba difícil identificar actividades que fueran designadas al mejoramiento del servicio del mercado, consideran que se hace lo básico, es decir, ellos requieren de una mayor participación de la alcaldía y de la administración del mercado para sobresalir en el municipio. Sin embargo, los que respondieron mencionaron algunas actividades que ellos consideran los han beneficiado, como es el cobro de servicio de agua en las instalaciones del mercado ya que atrae a los consumidores, de la misma manera las diferentes celebraciones que se realizan en las zonas aledañas como desfiles, fiestas patronales, entre otras.

4. Según su opinión ¿Que otras actividades se pueden desarrollar en el mercado para mejorar su servicio?

Objetivo: identificar nuevas actividades de participación de los arrendatarios para mejorar el funcionamiento del mercado.

Respuestas	Frecuencia Relativa	Frecuencia Porcentual
Promover el mercado para atraer más consumidores	**10**	30%
Hacer cumplir el reglamento especialmente el aspecto de la disciplina de los arrendatarios.	**3**	9%
Fortalecer la seguridad del mercado	**2**	6%
Mejorar la estructura de los puestos con materiales mas resistentes	**1**	3%
Crear otra técnica para combatir el calor en el mercado (ventiladores de techo no funcionó)	**10**	30%
Crear una directiva entre los arrendatarios, con el objetivo de velar por el cumplimiento de las obligaciones de la administración.	**1**	3%
Aplicar medidas para combatir las ventas ambulantes que impiden que los clientes adquieran productos del mercado y crean desorden en la entrada del mercado.	**4**	12%
Más oportunidades de planes de pago para personas con escasos recursos económicos, ya que muchos de ellos tienen deuda con el mercado.	**1**	3%
Creación de una cooperativa de ahorro y crédito de la alcaldía para beneficio de los arrendatarios del mercado	**1**	3%
Total	**33**	**100%**

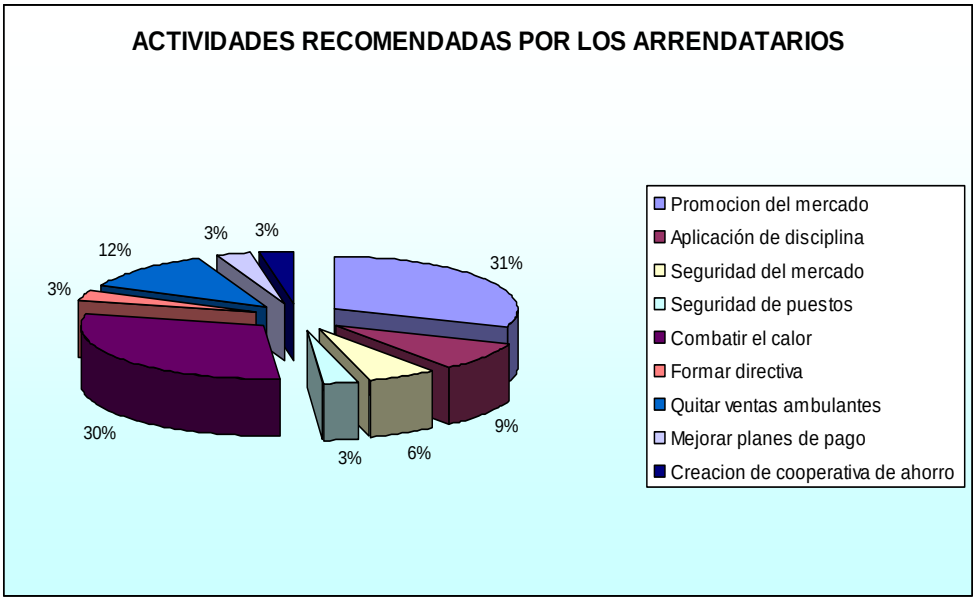


Gráfico 11

Comentario:

Las actividades que mas recomiendan los arrendatarios son las de promoción del mercado para que mas consumidores lo visiten y la segunda que sobresalió es combatir el calor mediante alguna técnica, pues como ellos explicaron se colocaron ventiladores de techo que no fueron lo suficiente para solucionar problema, es decir, se necesita asesoría mas profesional para tratar el calor en las instalaciones del mercado.

5. ¿Cómo considera los servicios que presta la administración del mercado referente a los siguientes aspectos?

Objetivo: determinar el nivel de percepción que tienen los arrendatarios con respectos al trabajo que desempeña la administración del mercado en las principales áreas: limpieza, cobro de

impuestos, recolección de desechos sólidos, vigilancia, mantenimiento de infraestructura, organización del mercado, promoción y otros servicios.

a. Limpieza

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
Muy bueno	6	18%
Bueno	13	40%
Regular	9	27%
Deficiente	5	15%
total	**33**	**100%**

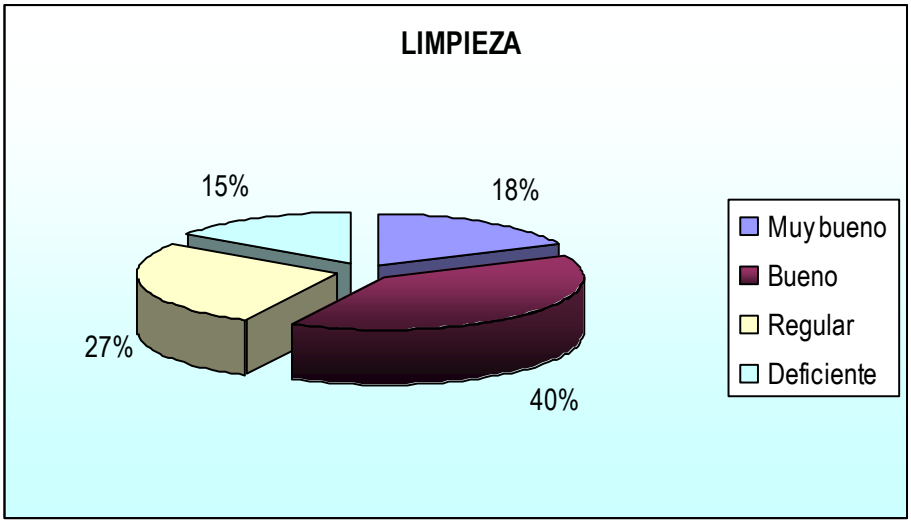


Gráfico 12

Comentario:

La mayoría de los arrendatarios opina que hay una buena limpieza en el mercado y que los pasillos son barridos periódicamente, pero no en su totalidad, no obstante, según comentarios de los arrendatarios y al visitar el mercado se pudo observar que los servicios sanitarios muestran

una deficiente limpieza, se puede notar que la administración no tiene el control suficiente para el cumplimiento de las actividades encomendadas al personal de limpieza así como para la calendarización del servicio de aseo del mercado, por lo que los encargados de limpieza no toman con seriedad su trabajo y la importancia de la buena imagen que debe representar el mercado tanto como para los consumidores como para los arrendatarios.

b. Cobro de impuestos

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
Muy bueno	16	48%
Bueno	14	42%
Regular	3	9%
Deficiente	0	0%
total	**33**	**100%**

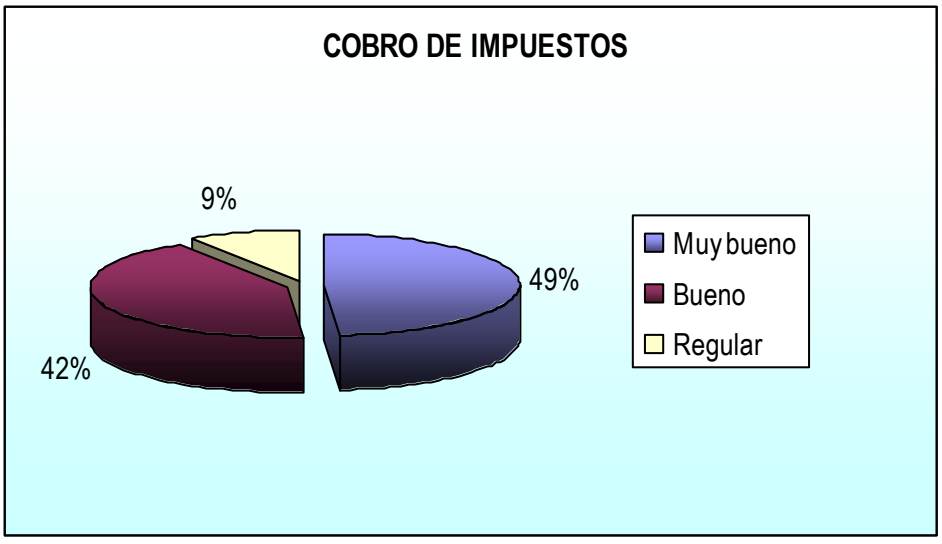


Gráfico 13

Comentario:

Existe una buena satisfacción por parte de la mayoría de los arrendatarios en cuanto al cobro de los impuestos, ya que consideran que el control de pago de tasas es muy efectivo, pues existe flexibilidad de pago ya que les es permitido realizar su pago según sea su conveniencia. En el artículo número nueve del reglamento del mercado municipal, los arrendatarios reciben ficha de control y ticket comprobación legalmente autorizada, lo cual les garantiza el pago efectuado y con ello claramente pueden verificar su estado de cuenta a la fecha.

c. Recolección de desechos sólidos

Opción	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Muy bueno	16	48%
Bueno	13	39%
Regular	4	12%
Deficiente	0	0%
total	**33**	**100%**

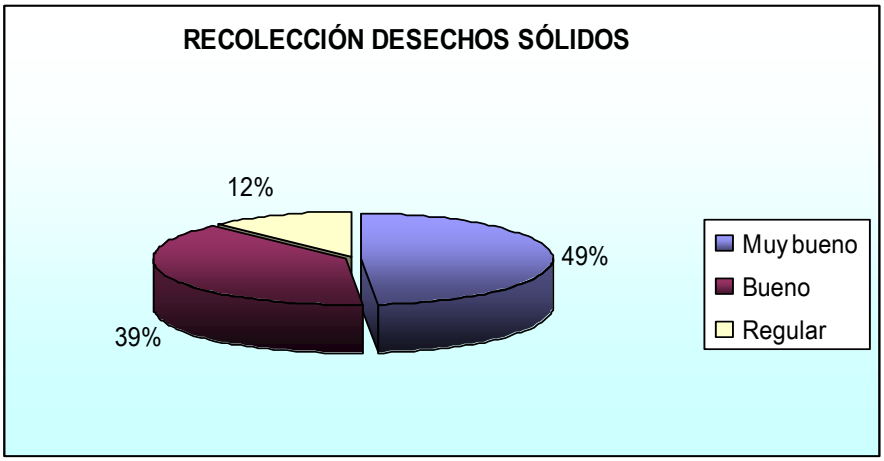


Gráfico 14

Comentario:

La mayoría de arrendatarios considera bueno el sistema de recolección de desechos sólidos, ya que no se acumula la basura en su depósito general que esta ubicado en un cuarto cerrado dentro del mercado.

d. Vigilancia

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
Muy bueno	6	18%
Bueno	3	9%
Regular	6	18%
Deficiente	18	55%
total	**33**	**100%**

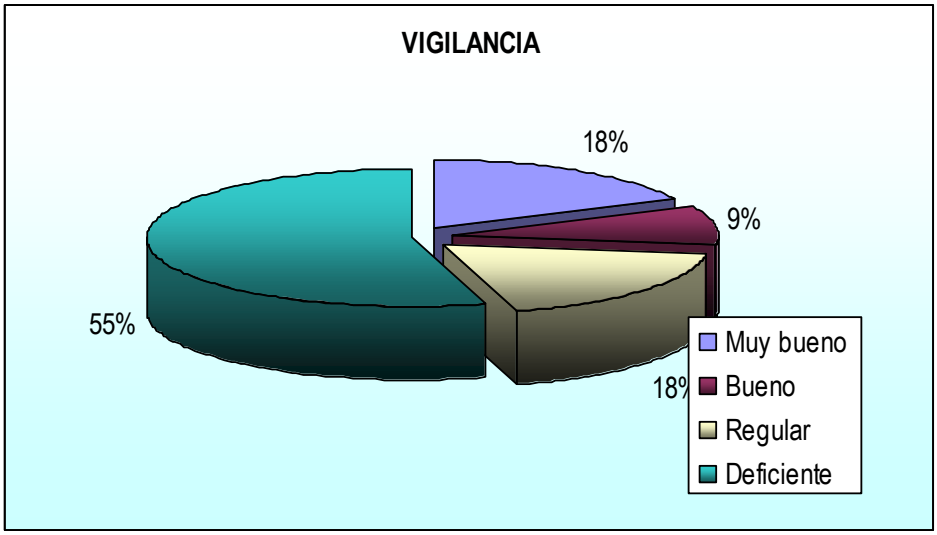


Gráfico 15

Comentario:

Los arrendatarios se sienten inseguros por la falta de vigilancia, según manifestaron no hay vigilancia de día y por la noche la persona encargada de esta no posee arma como herramienta de trabajo, también comentaron que no tienen apoyo de la Policía Nacional Civil, a pesar que existe un puesto a pocos metros del mercado.

e. Mantenimiento de infraestructura

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
Muy bueno	7	21%
Bueno	8	24%
Regular	15	45%
Deficiente	3	9%
total	**33**	**100%**

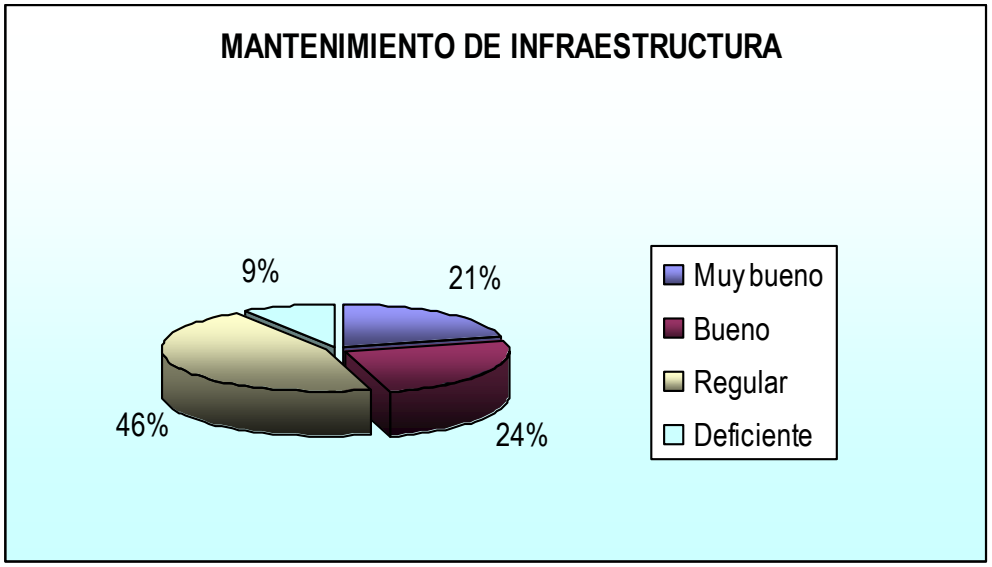


Gráfico 16

Comentario:

La mayoría de los arrendatarios opina que el mantenimiento de la infraestructura del mercado desde su construcción es muy escasa, es decir esta se deteriora con el tiempo y es necesario invertir en reparaciones ya sea en los pasamanos de las gradas que por su naturaleza y uso frecuente se deterioran mas rápidamente, las instalaciones eléctricas, o cualquier daño que la naturaleza misma ocasione a las instalaciones.

f. Organización del mercado

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
Muy bueno	3	9%
Bueno	7	21%
Regular	11	33%
Deficiente	12	36%
total	**33**	**100%**

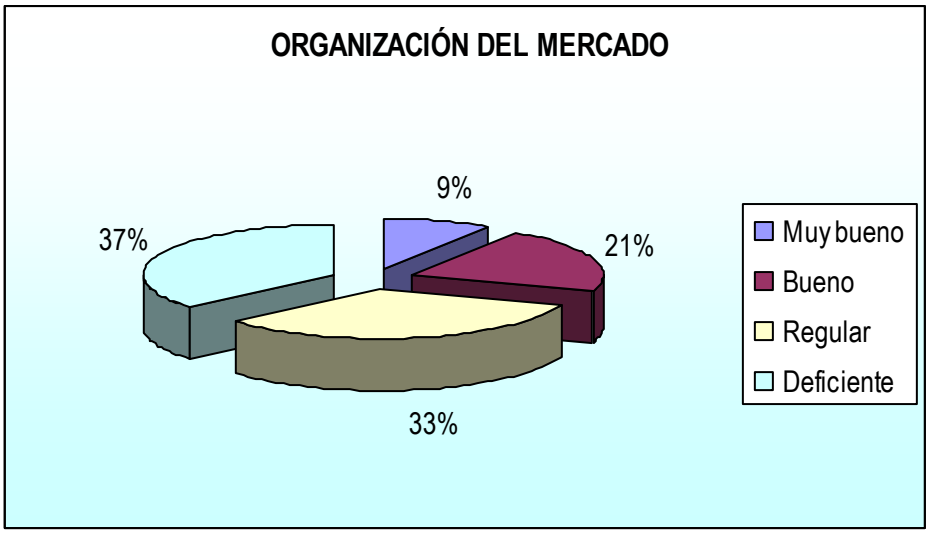


Gráfico 17

Comentario:

No existe una buena organización en el mercado según la mayoría de los arrendatarios, ellos explican que hay desorden en ubicación de productos como podríamos mencionar un caso en el que el área de bazares se venden granos básicos, los productos son colocados en lugares que obstaculizan el paso de los consumidores, además en el pasado se aplicaron criterios de asignación de puestos que dieron lugar al acaparamiento de algunas personas a más de 3 puestos, incumpliendo así mismo el reglamento del mercado .

Existe un grupo pequeño de arrendantes que opinaron que es muy buena debido a que no se ven afectados con la organización del mercado, ya que sus puestos están ubicados en las afueras de este.

g. Promoción del mercado

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
Muy bueno	1	3%
Bueno	3	9%
Regular	3	9%
Deficiente	26	79%
total	**33**	**100%**

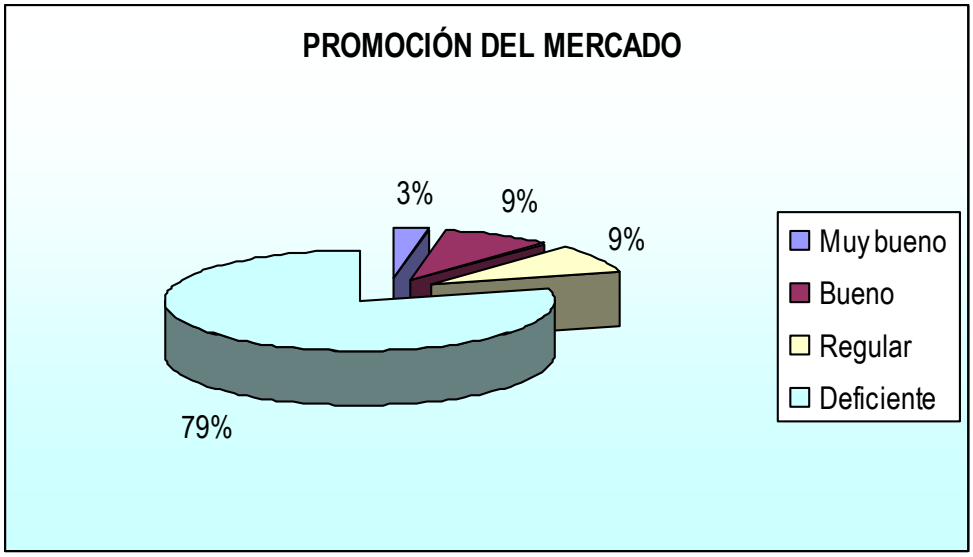


Gráfico 18

Comentario:

La mayoría de los arrendatarios opina que la alcaldía juntamente con la administración del mercado hacen muy poco para promocionar los productos y/o servicios que se ofrecen, a ellos corresponde propiciar el desenvolvimiento del comercio favoreciendo a los vendedores y compradores con la promoción del mercado, con todas sus capacidades técnicas económicas.

6. ¿Como considera usted la demanda de su producto o servicio en el mercado?

Objetivo: determinar el nivel de la demanda de los productos y servicios que ofrecen los arrendatarios.

Opción	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Muy buena	2	6%
Buena	12	36%
Regular	18	55%
Mala	1	3%
total	**33**	**100%**

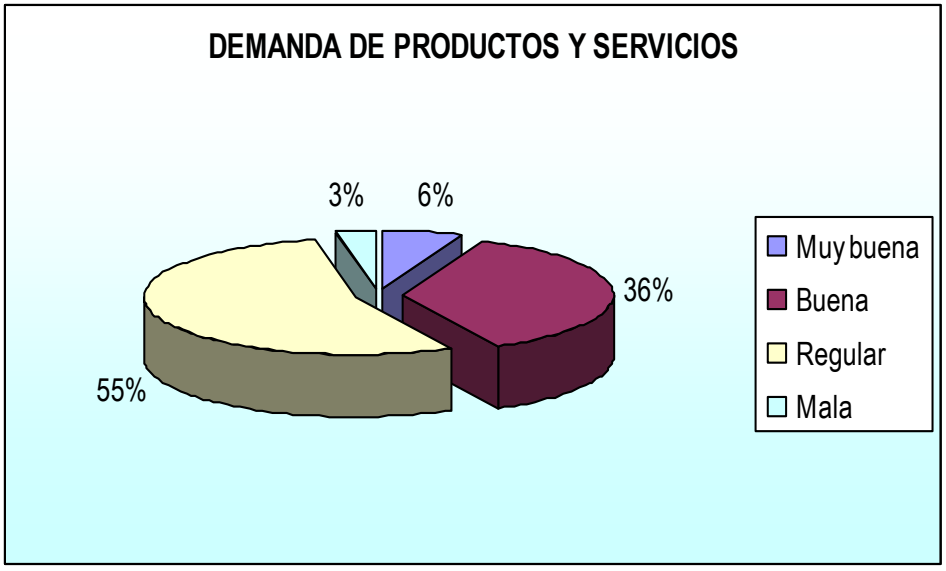


Gráfico 19

Comentario:

La demanda de productos y servicios que ofrece el mercado según la mayoría de los arrendatarios es regular con un 55%, dicen que pocas personas visitan el mercado para realizar una compra, se podría vincular con la pregunta anterior que es la poca promoción que se le da por parte de la alcaldía y la administración del mercado.

7. De los siguientes aspectos ¿Cuál considera usted que mas afecta la demanda de los productos o servicios del mercado?

Objetivo: conocer cuales son los principales factores que afectan la demanda de los productos y servicios del mercado

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
Precios muy altos	**4**	12%
Mucha competencia	**19**	58%
Gustos de los consumidores	**11**	33%
Trato con el cliente	**1**	3%
Poca publicidad del mercado	**23**	70%
Falta de variedad	**8**	24%
Inseguridad en el mercado	**7**	21%
Falta de aseo en el mercado	**3**	9%
Otros	**0**	0%
n= 33		

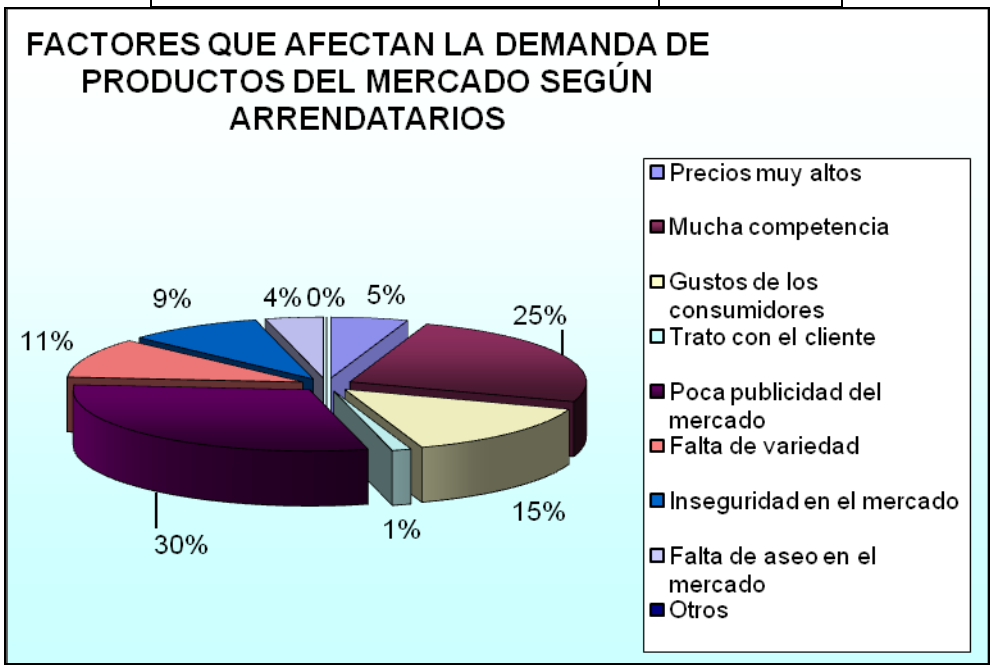


Gráfico 20

Comentario:

Los factores que mas influyen en la demanda de los productos del mercado según los arrendatarios son la poca publicidad que se le da al mercado pues no lo promocionan por todo el municipio, eso resta que menos consumidores visiten las instalaciones y realicen transacciones comerciales, es decir no se le ha prestado un interés adecuado para impulsarlo; también otro factor que afecta es la competencia que se da entre los mismos micro comerciantes del municipio.

8. ¿Qué tipo de comentarios ha escuchado usted con respecto al servicio que brinda el mercado?

Objetivo: conocer la opinión de los usuarios del mercado según experiencias de los arrendatarios.

Opción	Frecuencia	
	Relativa	Porcentual
Positivos	13	39%
Negativos	20	61%
total	**33**	**100%**

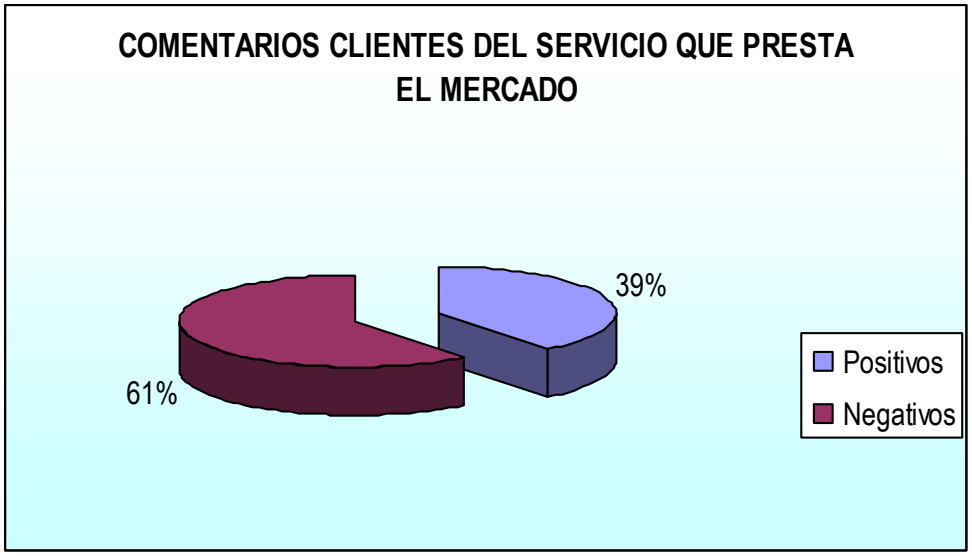


Gráfico 21

Comentario:

Los encuestados dicen haber escuchado comentarios negativos como: el espacio para circular en los pasillos es muy reducido, no hay mucha variedad de productos, los precios son muy altos, el aseo de los sanitarios es deficiente, el calor intenso incomoda tanto a los arrendatarios como a los consumidores y finalmente el desorden en la ubicación de los productos.

En lo positivo dicen lo siguiente: las instalaciones están bonitas es decir son vistosas, compran más barato que en las tiendas y chalet, la atención que reciben de los vendedores es muy grata, el servicio de los ciber beneficia a los estudiantes y es un lugar accesible para poder visitar.

ANEXO 7

ENTREVISTA DIRIGIDA AL COMITÉ DE ADJUDICACIÓN DE PUESTOS DE LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN LUIS TALPA

ENTREVISTA DIRIGIDA AL COMITÉ DE ADJUDICACIÓN DE PUESTOS

Entrevista realizada al presidente, que es el alcalde municipal, miembro del comité de adjudicación de puestos.

DATOS GENERALES

Cargo que desempeña en el Comité:
Respuesta:
Presidente
Tiempo de ejercer su función:
Respuesta:
4 meses

Nivel de estudios:
Respuesta:
Estudios universitarios

CONTENIDO DE LA GUÍA DE ENTREVISTA

1. ¿Elabora planes la administración municipal para la realización de una buena gestión en el mercado municipal?

Respuesta:
Si

2. ¿En que medida se aplican los planes en la administración del mercado municipal?

Respuesta:
40%

3. ¿Qué tipo de de herramientas de planeación que posee la alcaldía en función de administrar el mercado municipal?

Respuesta:
Políticas, reglas, procedimientos y presupuestos

4. ¿Cuáles herramientas de planeación se aplican actualmente para la administración del mercado municipal?

Respuesta:
Políticas y presupuestos

5. ¿Quiénes son los responsables de la elaboración de dichas herramientas?

Respuesta:
El concejo municipal

6. ¿Qué criterios se toman en cuenta para la elaboración de dichas herramientas?

Respuesta:

Experiencia, herramientas de instituciones similares y estudios de campo

7. ¿Considera usted que las herramientas de planeación utilizadas son la adecuadas para el logro de una gestión eficiente?

Respuesta:

No

8. ¿Que tipo de herramientas de control posee la alcaldía para la administración del mercado?

Respuesta:

Metas, Autorizaciones y comprobantes

9. ¿Cuáles de las herramientas de control se aplican actualmente para la administración del mercado municipal?

Respuesta:

Metas, autorizaciones y comprobantes

10. ¿Qué criterios se toman en cuenta para la elaboración de dichas herramientas?

Respuesta:

Experiencia, estudios de campo y creación de nuevos procesos

11. ¿Según su criterio, que genera deficiencia en la administración del mercado municipal?

Respuesta:

Diseño inadecuado de las herramientas de planeación y control, incumplimiento de las ordenanzas que regulen la administración del mercado, falta de promoción del mercado y personal poco capacitado para la administración del mercado

12. ¿Que recomendaciones daría para la elaboración de herramientas de planeacion y control y así fortalecer la gestión de la alcaldía en función del mercado municipal?

Respuesta:

Nombrar un equipo responsable de la formulación, que se apliquen a la realidad del mercado, que al elaborarse se puedan cumplir.

13. ¿Se encuentran arrendados todos los puestos del mercado?

Respuesta:

No

14. ¿Cuál considera usted el motivo por el cual no han sido arrendados?

Respuesta:

No tener definido su funcionamiento y la mala administración

15. ¿Qué propone usted par lograr un arrendamiento total mercado?
Respuesta:
Mejorar la infraestructura, realizar más publicidad sobre productos y mejorar los controles

Entrevista realizada al primer regidor o concejal del comité de adjudicación de puestos

DATOS GENERALES:

El objetivo de esta entrevista es ampliar la información relacionada con las herramientas de planeación y control que contribuirán a dar un diagnóstico sobre su actual situación de estas

Cargo que desempeña en el Comité:
Respuesta:

Tiempo de ejercer su función:
Respuesta:
3 meses

Nivel de estudios:
Respuesta:
Estudios universitarios

CONTENIDO DE LA GUÍA DE ENTREVISTA

1. ¿Elabora planes la administración municipal para la realización de una buena gestión en el mercado municipal?

Respuesta:
Si

2. ¿En que medida se aplican los planes en la administración del mercado municipal?

Respuesta:
20%

3. ¿Qué tipo de de herramientas de planeación que posee la alcaldía en función de administrar el mercado municipal?

Respuesta:
Políticas, estrategias, reglas, procedimientos, programas, presupuestos, y plan estratégico

4. ¿Cuáles herramientas de planeación se aplican actualmente para la administración del mercado municipal?

Respuesta:
Procedimientos, programas y presupuestos

5. ¿Quiénes son los responsables de la elaboración de dichas herramientas?

Respuesta:
El concejo municipal

6. ¿Qué criterios se toman en cuenta para la elaboración de dichas herramientas?

Respuesta:
Experiencia, herramientas de instituciones similares y estudios de campo

7. ¿Considera usted que las herramientas de planeación utilizadas son la adecuadas para el logro de una gestión eficiente?

Respuesta:
no

8. ¿Que tipo de herramientas de control posee la alcaldía para la administración del mercado?

Respuesta:
Formularios, comprobantes y sistema computarizado.

9. ¿Cuáles de las herramientas de control se aplican actualmente para la administración del mercado municipal?

Respuesta:
Formularios y comprobantes

10. ¿Qué criterios se toman en cuenta para la elaboración de dichas herramientas?

Respuesta:
Experiencia, estudios de campo y creación de nuevos procesos

11. ¿Según su criterio, que genera deficiencia en la administración del mercado municipal?

Respuesta:
Diseño inadecuado de las herramientas de planeación y control, incumplimiento de las ordenanzas que regulen la administración del mercado, falta de promoción del mercado y personal poco capacitado para la administración del mercado

12. ¿Que recomendaciones daría para la elaboración de herramientas de planeacion y control y así fortalecer la gestión de la alcaldía en función del mercado municipal?

Respuesta:

Procedimientos y reglamentos

13. ¿Se encuentran arrendados todos los puestos del mercado?
Respuesta:
No

14. ¿Cuál considera usted el motivo por el cual no han sido arrendados?
Respuesta:
Falta de promoción y una adecuada política de asignación

15. ¿Qué propone usted par lograr un arrendamiento total mercado?
Respuesta:
Ordenamiento y aplicación de reglamento

Entrevista realizada al síndico, miembro del comité de adjudicación de puestos

DATOS GENERALES:

Cargo que desempeña en el Comité:
Respuesta:
Sindico

Tiempo de ejercer su función:
Respuesta:
4 meses

Nivel de estudios:
Respuesta:
Estudios universitarios

CONTENIDO DE LA GUÍA DE ENTREVISTA

1. ¿Elabora planes la administración municipal para la realización de una buena gestión en el mercado municipal?

Respuesta:
Si

2. ¿En que medida se aplican los planes en la administración del mercado municipal?

Respuesta:
40%

3. ¿Qué tipo de de herramientas de planeación que posee la alcaldía en función de administrar el mercado municipal?

Respuesta:

Objetivos, políticas, procedimientos y presupuestos

4. ¿Cuáles herramientas de planeacion se aplican actualmente para la administración del mercado municipal?

Respuesta:

Objetivos, políticas, procedimientos y presupuestos

5. ¿Quiénes son los responsables de la elaboración de dichas herramientas?

Respuesta:

Unidad política municipal

6. ¿Qué criterios se toman en cuenta para la elaboración de dichas herramientas?

Respuesta:

Experiencia, herramientas de instituciones similares y estudios de campo

7. ¿Considera usted que las herramientas de planeación utilizadas son la adecuadas para el logro de una gestión eficiente?

Respuesta:

no

8. ¿Que tipo de herramientas de control posee la alcaldía para la administración del mercado?

Respuesta:

Autorizaciones y comprobantes

9. ¿Cuáles de las herramientas de control se aplican actualmente para la administración del mercado municipal?

Respuesta:

Autorizaciones y comprobantes

10. ¿Qué criterios se toman en cuenta para la elaboración de dichas herramientas?

Respuesta:

Experiencia, estudios de campo y creación de nuevos procesos

11. ¿Según su criterio, que genera deficiencia en la administración del mercado municipal?

Respuesta:

Diseño inadecuado de las herramientas de planeación y control, incumplimiento de las ordenanzas que regulen la administración del mercado, falta de promoción del mercado y personal poco capacitado para la administración del mercado

12. ¿Que recomendaciones daría para la elaboración de herramientas de planeacion y control y así fortalecer la gestión de la alcaldía en función del mercado municipal?

Respuesta:

Que la comisión funja su rol para crear políticas que fortalezcan la administración del mercado

13. ¿Se encuentran arrendados todos los puestos del mercado?

Respuesta:

No

14. ¿Cuál considera usted el motivo por el cual no han sido arrendados?

Respuesta:

Se están reestructurando los contratos y elaboración de nuevos procedimientos

15. ¿Qué propone usted par lograr un arrendamiento total mercado?

Respuesta:

Fortalecer el comercio del mercado, mejorar precios, productos más frescos y promoción del mercado

ANEXO 8

ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DEL MERCADO

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DEL MERCADO

El estudio que se realizó pretende determinar la situación actual de la administración y la aplicación de herramientas de Control y Planeación del mercado del municipio de San Luís Talpa.

Objetivo:

Recolectar información que contribuya a la elaboración de un diagnóstico sobre la aplicación de las herramientas de planeación y control en la gestión de la alcaldía municipal en función del mercado de la ciudad de San Luís Talpa, departamento de La Paz.

1. Describa brevemente las principales funciones que desempeña como administrador del mercado municipal

Respuesta:

- Verificación constante del uso de los locales, como de todas las instalaciones
- Cobros diarios, semanales, quincenales y mensuales
- Actualizaciones de mora;
- Descargos diarios
- Verificaciones de las funciones del personal asignado
- Notificaciones de las necesidades del mercado, entre otras

2. ¿Cuenta la administración del mercado con planes?

Respuesta:

Si

3. ¿Podría mencionar las áreas involucradas en los planes?

Respuesta:

Manteniendo, orden y aseo, infraestructura, financiero y recurso humano

4. ¿Participa usted en la elaboración de planes para la administración del mercado?

Respuesta:

Si

5. ¿Tiene el mercado objetivos definidos de su funcionamiento?

Respuesta:

Si

6. Mencione algunos objetivos del mercado

Respuesta:

Administrar con responsabilidad y ética el mercado de San Luís Talpa, otros

7. ¿Tiene el mercado políticas definidas para su funcionamiento?

Respuesta:

Si

8. ¿Podría mencionar algunas políticas?

Respuesta:

Como una institución orientada a la prestación de servicios, el mercado se compromete a velar porque se cumplan los derechos y obligaciones de los arrendatarios, fortaleciendo la igualdad y la democracia dentro de las instalaciones

9. ¿Cuenta el mercado con estrategias?

Respuesta:

Si

10. ¿Podría mencionar algunas estrategias?

Respuesta:

Elaboración de estados de cuenta, elaboraciones de convenios de pagos, control y registros de especies entre otras

11. ¿Cuenta el mercado con procedimientos para cada área?

Respuesta:

Si

12. Podría mencionar algunos procedimientos

Respuesta:

No contesto

13. ¿Cuenta la administración con reglas dirigidas al personal administrativo y arrendatarios que garanticen el buen funcionamiento del mercado?

Respuesta:

Si

14. Podría mencionar algunas reglas

Respuesta:

Las notificaciones en cuanto al giro del negocio y todas las demás estipuladas en el reglamento

15. ¿Cuenta el mercado con un presupuesto general?

Respuesta:

Si

16. ¿Considera usted adecuadas las herramientas de planeación que la alcaldía proporciona a la administración del mercado?

Respuesta:

No hay

17. Podría sugerir algunas herramientas de planeación

Respuesta:

Diálogos y elaboración de políticas, así como también contingencias no solo para la administración sino también para los arrendantes de manera que sean más competentes

18. ¿Se realizan actividades dentro del mercado, que requieran la aplicación de herramientas de control?

Respuesta:

Si

19. ¿Qué herramientas de control utiliza para verificar que los resultados están de acuerdo con lo planeado?

Respuesta:

Metas, autorizaciones y sistema computarizado

20. Tiene el mercado metas definidas de su funcionamiento?

Respuesta:

Si

21. Mencione algunas metas del mercado

Respuesta:

Recaudación de impuestos, en ellos incluye la mora y el buen mantenimiento de las instalaciones para garantizar el bienestar y la seguridad

22. Mencione algunas autorizaciones que extiende el mercado a los diferentes usuarios y personal

Respuesta:

Uso de agua en locales vacíos, para aquellos que no la poseen, revisiones de modificaciones de locales, uso racional de la energía común.

23. ¿Cuenta el mercado con un sistema actualizado de arrendatarios?

Respuesta:

Si

24. Mencione algunos comprobantes que utiliza el mercado para su control interno

Respuesta:

Libros, tiquetes, estados de cuenta, contratos, convenios de pago, actas, y tarjetas

25. ¿Con que frecuencia se evalúan los planes del mercado municipal?

Respuesta: los planes se evalúan cada mes

26. ¿Cuales son los principales factores de evaluación del mercado?

Respuesta: Calidad y servicio, capacidad, aseo, iluminación, accesibilidad y ventilación

27. Considera usted que el mercado cuenta con los recursos necesarios para ofrecer un buen servicio a la comunidad?

Respuesta: No

28. ¿Que tipo de recursos sugiere para mejorar su servicio que brinda el mercado?

Respuesta:

Instalaciones, recurso humano, mobiliario, financiero, vigilancia, publicidad y software actualizado

29. ¿Se encuentran arrendados todos los puestos del mercado municipal?

Respuesta

No

30. ¿Cuál considera usted el motivo por el cual no han sido arrendados?

Respuesta:

Mala ubicación de los locales para el comercio y la falta de autorización del señor alcalde para entregar los solicitados por los interesados.

31. ¿Que propone usted para lograr un arrendamiento total del mercado?

Respuesta:

Autorización para entregar los que son solicitados, además reubicar las ventas según el reglamento, así como también buscar a personas negociantes que quieran explotar los locales del mercado

ANEXO 9

PROCEDIMIENTOS DEL MERCADO MUNICIPAL DE SAN LUIS TALPA

PROCEDIMIENTOS DEL MERCADO MUNICIPAL DE SAN LUIS TALPA

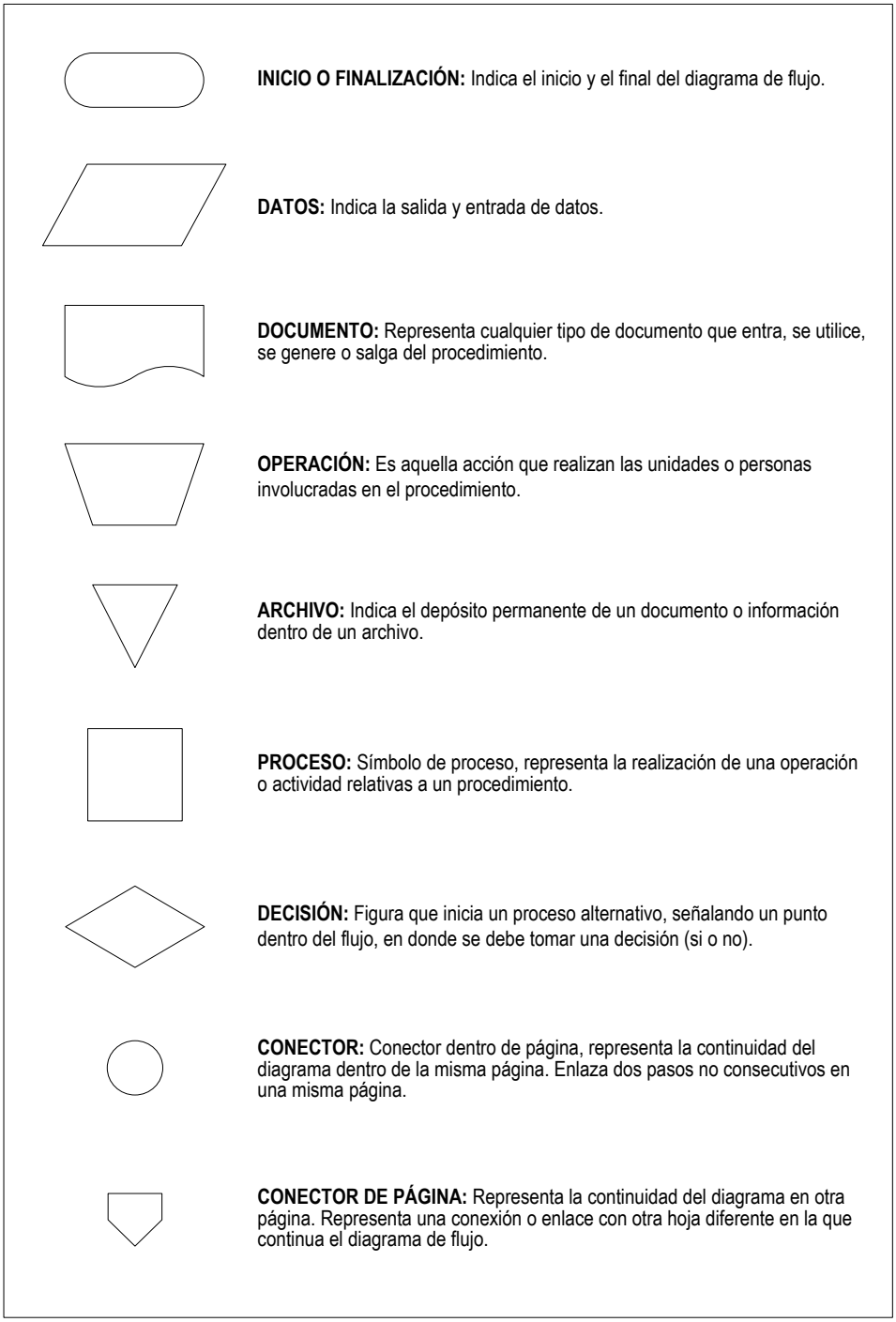
a). PROCEDIMIENTO PARA LA ADJUDICACIÓN DE PUESTOS DEL MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Entrega de formato de solicitud a la persona interesada de adquirir un puesto en el mercado. (Formulario 1)	**Administrador del mercado**
2	Entregar al administrador, la solicitud completamente llena en sus partes y con las respectivas copias de los documentos solicitados (DUI, NIT y solvencias).	**Solicitante**
3	Recibe y revisa que la solicitud se encuentra completamente llena y lleve documentos solicitados.	**Administrador del mercado**
4	Entrega comprobante de recibido a la persona solicitante del puesto. (Formulario 2)	**Administrador del mercado**
5	Saca copia de la solicitud, para su control de aspirantes a un puesto.	**Administrador del mercado**
6	Entrega de solicitud del aspirante en un termino de 24 horas después de recibido, juntamente con todos los documentos anexos a la persona de la municipalidad encargada de recepción y miembro del comité de adjudicación de puestos.	**Administrador del mercado**
7	Recibe y revisa solicitud con documentación de solicitante de puesto.	**Persona Encargada (Comité de adjudicación de puestos)**
8	Programación de reunión con el comité de adjudicación de puestos para la resolución de la solicitud, en un término de 15 días.	**Persona Encargada (del comité de adjudicación de puestos)**

9	Resolución de la solicitud del puesto, en caso que se le adjudique, autorizar con firma la solicitud, caso contrario, enviar nota al solicitante donde se expliquen las razones de la no autorización.	**Comité de adjudicación de puestos**
10	Comunicación al administrador del mercado la autorización de la adjudicación del puesto solicitado.	**Persona Encargada (del comité de adjudicación de puestos)**
11	Notificación al solicitante de la resolución del Comité de adjudicación de puestos.	**Administrador del mercado**
12	Elaboración del contrato de arrendamiento con las especificaciones del puesto solicitado.	**Administrador del mercado**
13	Firma del contrato de arrendamiento.	**Administrador del mercado y Arrendatario**
14	Entrega de $114.29 al administrador del mercado en concepto de garantía sin reembolso, por el puesto adquirido.	**Arrendatario**
15	Recibo de la garantía y entrega de comprobante de pago. (Formulario 3)	**Administrador del mercado**
16	Entrega copia de contrato, reglamento e información general del mercado al nuevo arrendatario.	**Administrador del mercado**
17	Gestión de credencial y elaboración de expediente para el nuevo arrendatario del mercado. (Formulario 4)	**Administrador del mercado**
18	Entrega de credencial al arrendatario, facultándolo a ocupar un puesto determinado en el mercado.	**Administrador del mercado**
19	Recibe credencial como arrendatario de mercado.	**Arrendatario**
20	Toma posesión del puesto para venta de producto o servicio.	**Arrendatario**

21	Verificación de la ocupación del puesto y la ubicación del producto según el contrato.	**Administrador del mercado**
22	Se elabora acta de verificación de la ocupación del arrendatario, para control de record y cobro del mismo.	**Administrador del mercado**
23	Elaborar expediente y anexar con de acta de verificación.	**Administrador del mercado**
24	Se archiva el expediente del arrendatario.	**Administrador del mercado**

SIMBOLOGÍA DE FLUJOGRAMAS



INICIO O FINALIZACIÓN: Indica el inicio y el final del diagrama de flujo.

DATOS: Indica la salida y entrada de datos.

DOCUMENTO: Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.

OPERACIÓN: Es aquella acción que realizan las unidades o personas involucradas en el procedimiento.

ARCHIVO: Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.

PROCESO: Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento.

DECISIÓN: Figura que inicia un proceso alternativo, señalando un punto dentro del flujo, en donde se debe tomar una decisión (si o no).

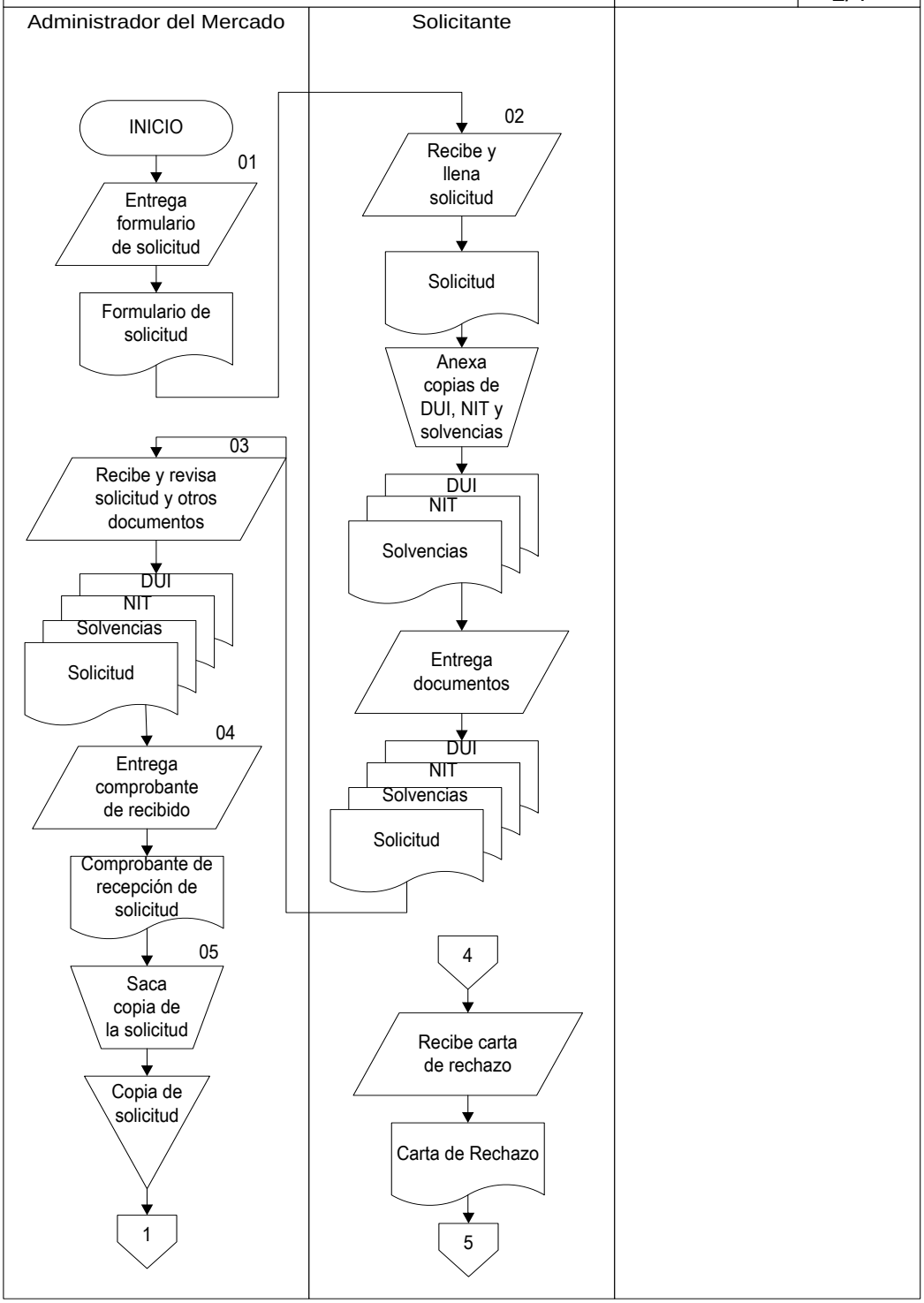
CONECTOR: Conector dentro de página, representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.

CONECTOR DE PÁGINA: Representa la continuidad del diagrama en otra página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo.

FUENTE: American National Standard Institute (ANSI)

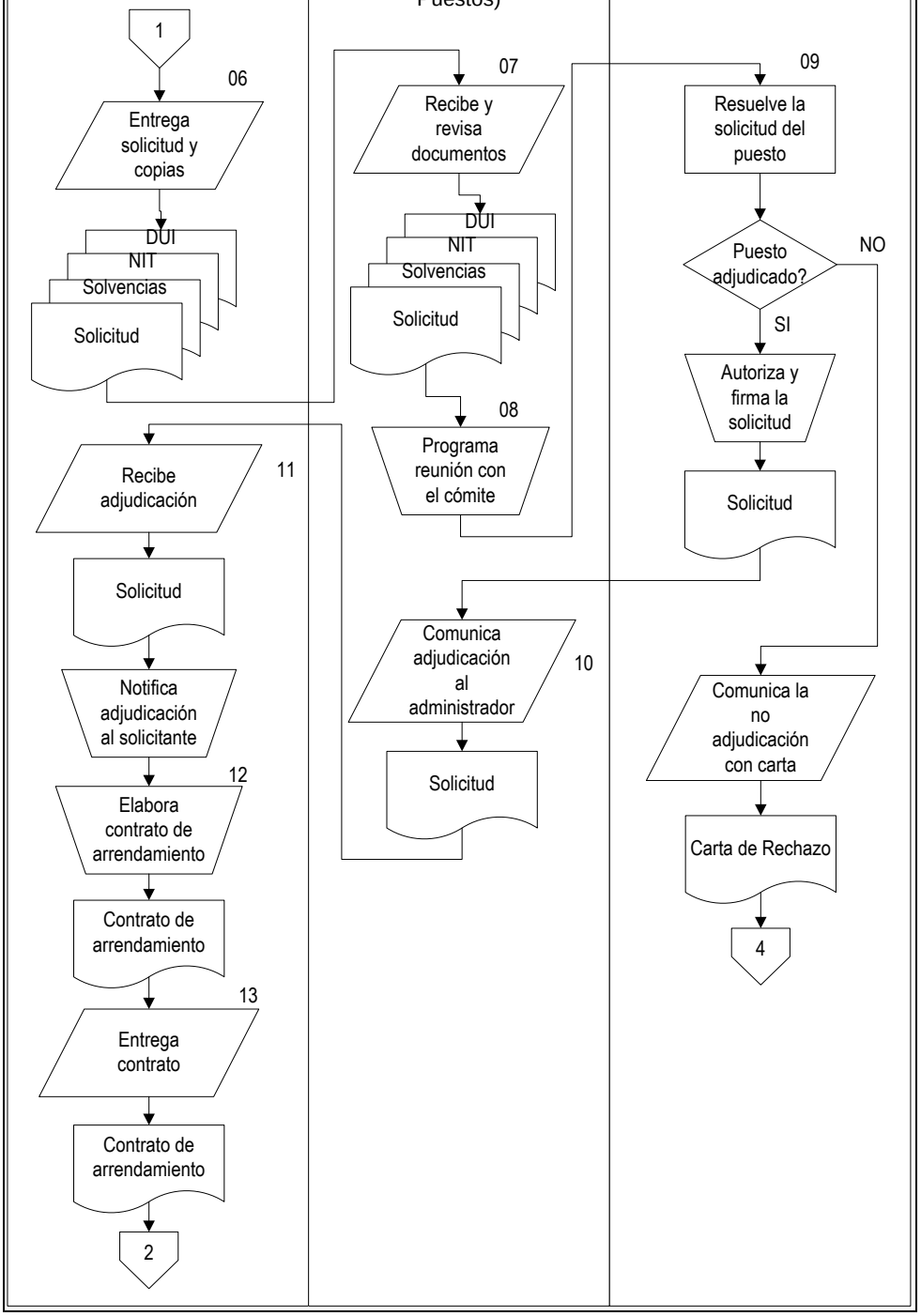
ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

Procedimiento: **ADJUDICACIÓN DE PUESTOS DEL MERCADO**	Fecha:	Página: 1/4



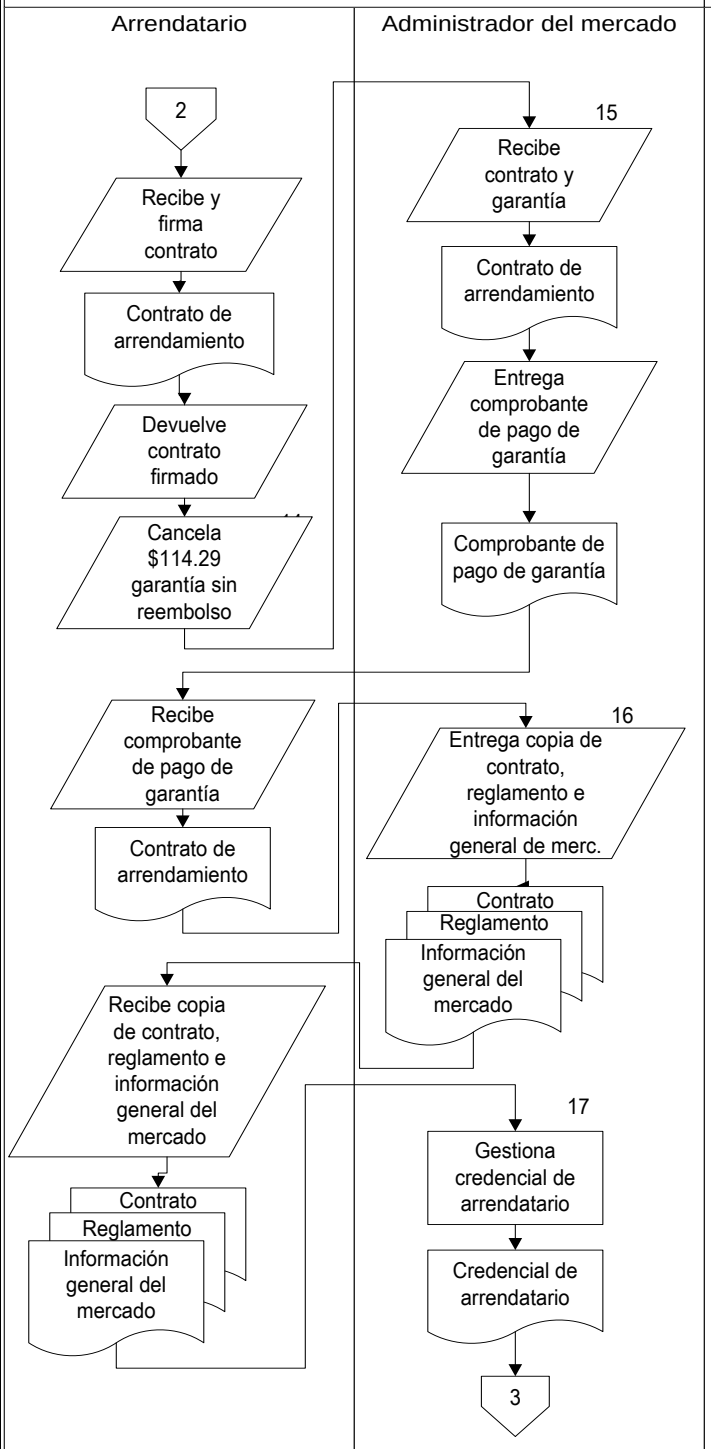
ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

Procedimiento: **ADJUDICACIÓN DE PUESTOS DEL MERCADO**	Fecha:	Página: 2/4



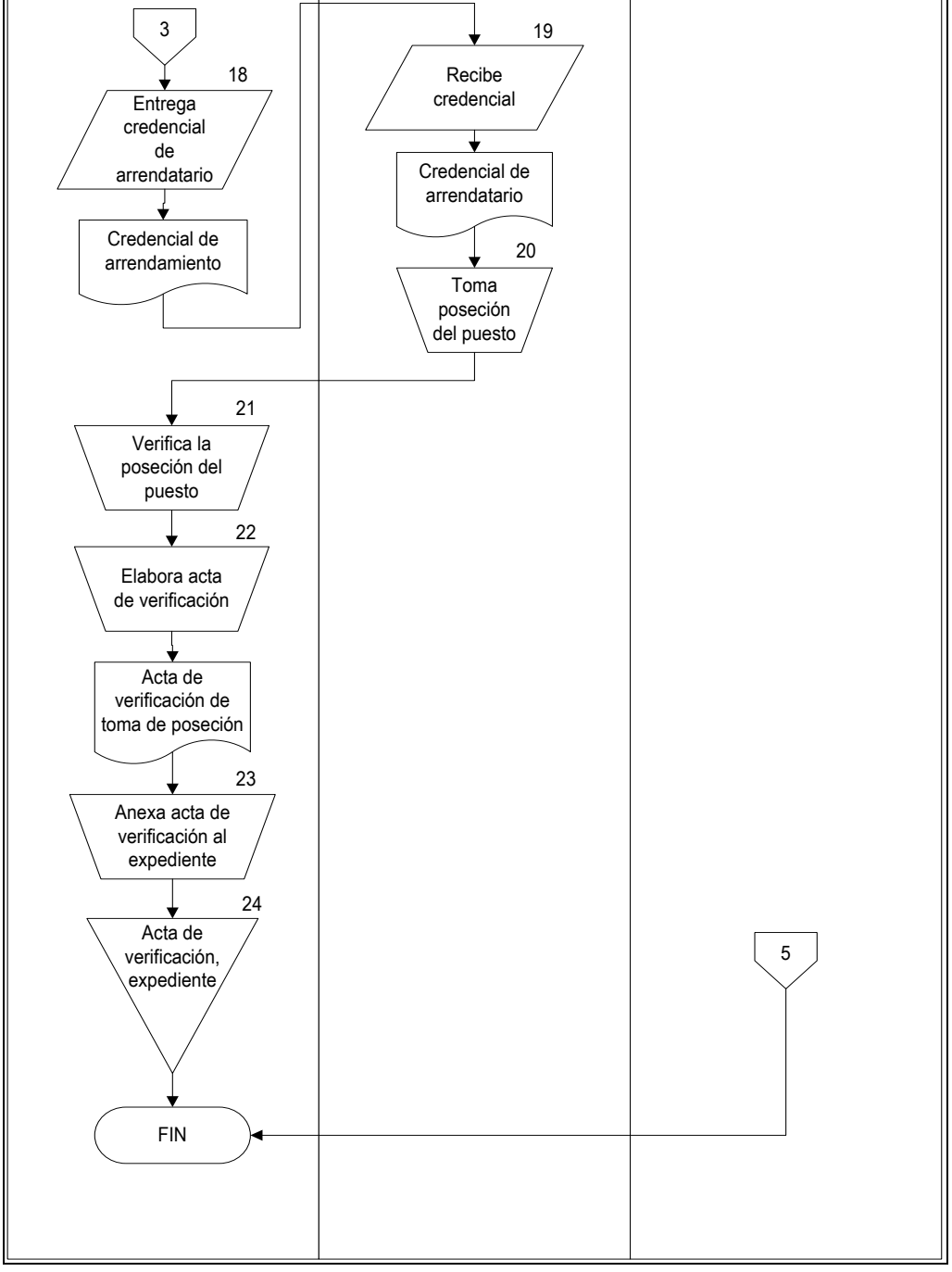
ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

Procedimiento: **ADJUDICACIÓN DE PUESTOS DEL MERCADO**	Fecha:	Página: 3/4



ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

Procedimiento: **ADJUDICACIÓN DE PUESTOS DEL MERCADO**	Fecha:	Página: 4/4

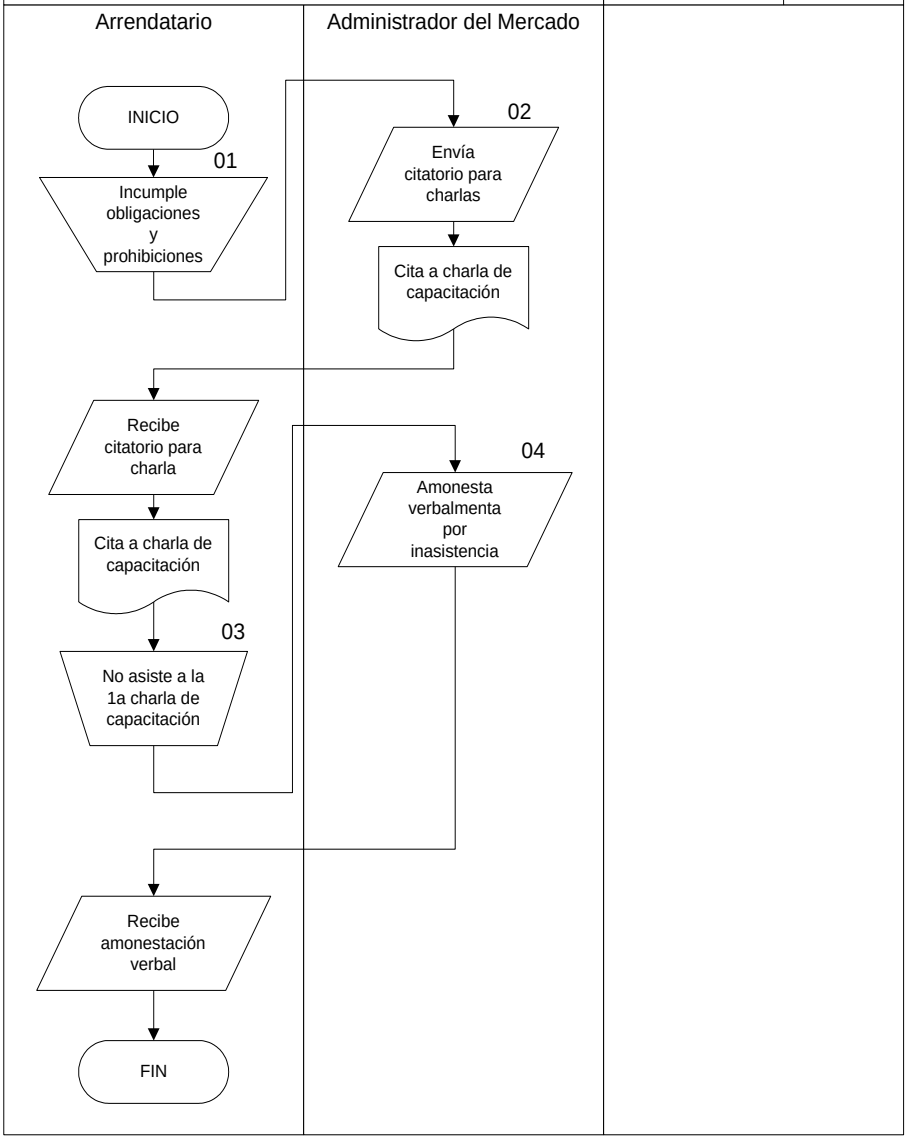


b). PROCEDIMIENTO PARA APLICAR SANCIÓN POR NO ASISTIR A LA PRIMERA CHARLA DE CAPACITACIÓN PARA ARRENDATARIOS

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Incumple obligaciones y las prohibiciones que establece el reglamento del mercado en sus artículos 9, 10.	**Arrendatario**
2	Envía citatorio a arrendatario para que asista a charlas de capacitación	**Administrador del mercado**
3	No asiste a 1ª charla de capacitación.	**Arrendatario**
4	Amonesta verbalmente arrendatario por su inasistencia.	**Administrador del mercado.**

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

Procedimiento: **SANCIÓN POR INASISTENCIA A CHARLA CAPACITACIÓN**	Fecha:	Página: 1/1

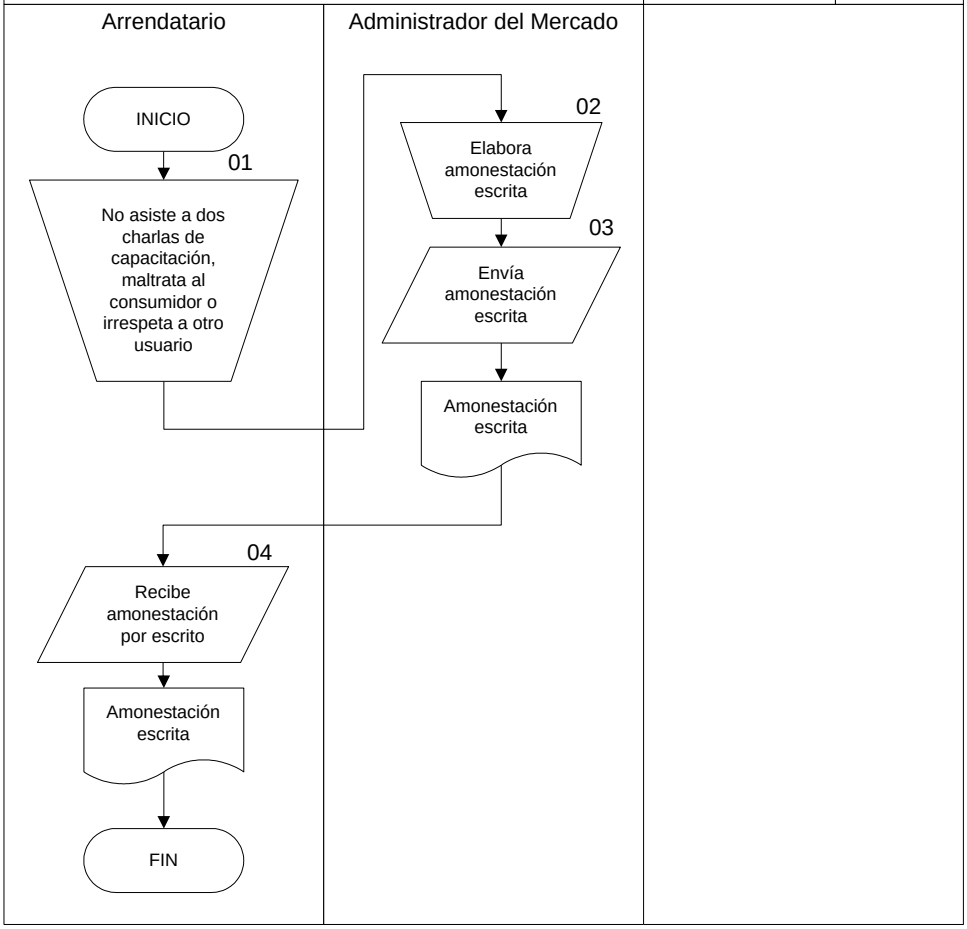


c). ROCEDIMIENTO PARA APLICAR SANCIÓN POR (1) NO ASISTIR A DOS CHARLAS DE CAPACITACIÓN PARA ARRENDATARIOS, (2) MALTRATAR AL CONSUMIDOR Ó (3) IRRESPETAR USUARIOS.

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	No asiste a dos charlas de capacitación, maltrata al consumidor (por primera vez) o irrespeta a los usuarios.	**Arrendatario**
2	Elabora amonestación escrita dirigida al arrendatario.	**Administrador del mercado**
3	Envía amonestación escrita al arrendatario.	**Administrador del mercado**
4	Recibe amonestación escrita.	**Arrendatario**

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

Procedimiento: **APLICAR SANCIÓN POR NO ASISTIR A CHARLAS, MALTRATO AL CONSUMIDOR O IRRESPETO A OTROS USUARIOS**	Fecha:	Página: 1/1

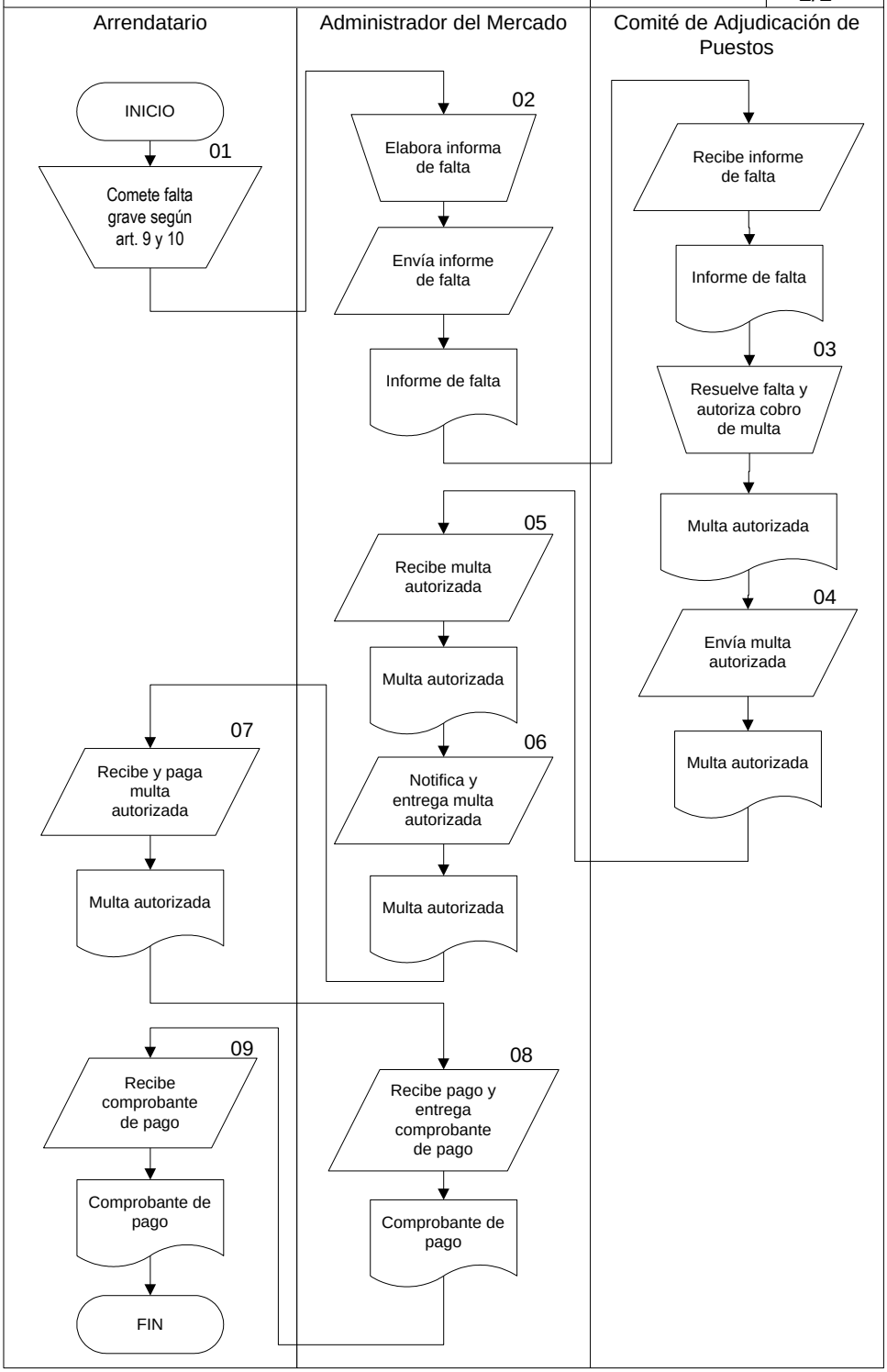


d). PROCEDIMIENTO PARA APLICAR SANCIÓN POR COMETER FALTA GRAVE CONTEMPLADA EN LOS ARTICULOS 9 Y 10 DEL REGLAMENTO.

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Comete falta grave contemplada en los artículos 9 y 10 del reglamento.	**Arrendatario**
2	Elabora y envía informe de falta del arrendatario, al comité de adjudicación de puestos para su análisis.	**Administrador del mercado**
3	Resuelve sobre la falta del arrendatario y autoriza el cobro de multa (desde $57.14 hasta $285.71) de acuerdo a la gravedad del caso en término de 3 días.	**Comité de adjudicación de puestos**
4	Envía multa autorizada al administrador del mercado.	**Comité de adjudicación de puestos**
5	Recibe multa autorizada del Comité de Adjudicación de puestos	**Administrador del mercado**
6	Notifica y entrega multa autorizada al arrendatario.	**Administrador del mercado**
7	Paga multa al administrador del mercado.	**Arrendatario**
8	Recibo de pago y entrega de comprobante por pago de multa.	**Administrador del mercado**
9	Recibe comprobante de pago por multa	**Arrendatario**

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

Procedimiento: **APLICAR SANCIÓN POR COMETER FALTA GRAVE SEGÚN ART. 9 Y 10 DEL REGLAMENTO**	Fecha:	Página: 1/1

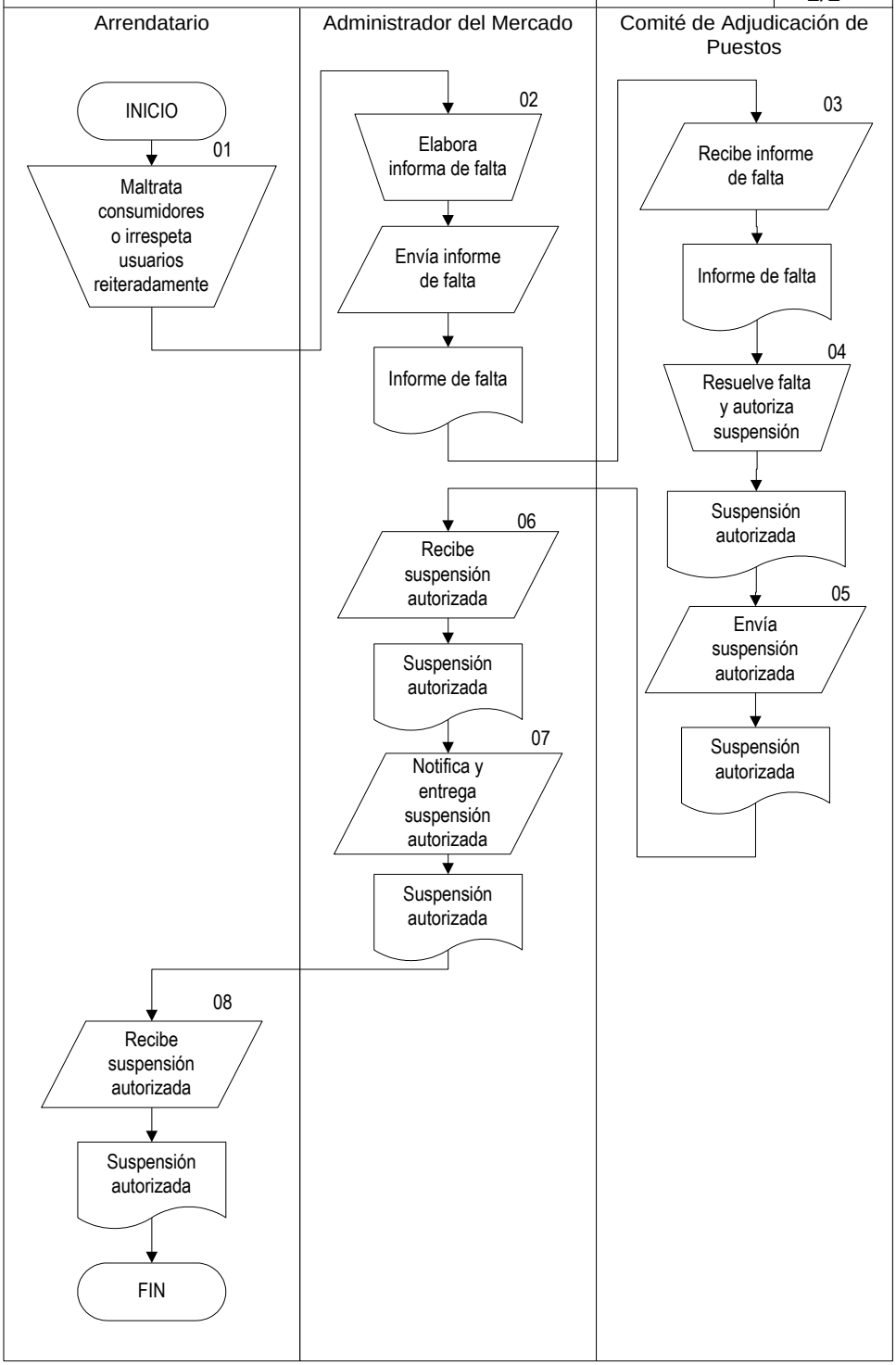


e). PROCEDIMIENTO PARA APLICAR SANCIÓN POR MALTRATAR A CONSUMIDORES E IRRESPETAR USUARIOS REITERADAMENTE.

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Maltrata a consumidores e irrespeta a usuarios reiteradamente.	**Arrendatario**
2	Elabora informe de falta y envía el informe al comité de adjudicación de puestos.	**Administrador del mercado**
3	Recibe informe de falta enviado por el administrador del mercado	**Comité de adjudicación de puestos**
4	Resuelve falta y autoriza una suspensión por períodos de 15 días.	**Comité de adjudicación de puestos**
5	Envía la suspensión autorizada al administrador del mercado.	**Comité de adjudicación de puestos**
6	Recibe suspensión autorizada del Comité de adjudicación de puestos.	**Administrador del mercado**
7	Notifica y entrega suspensión autorizada al arrendatario.	**Administrador del mercado**
8	Recibe notificación de la suspensión temporal.	**Arrendatario**

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

Procedimiento: **APLICAR SANCIÓN POR MALTRATAR A CONSUMIDORES E IRRESPETAR USUARIOS REITERADAMENTE**	Fecha:	Página: 1/1

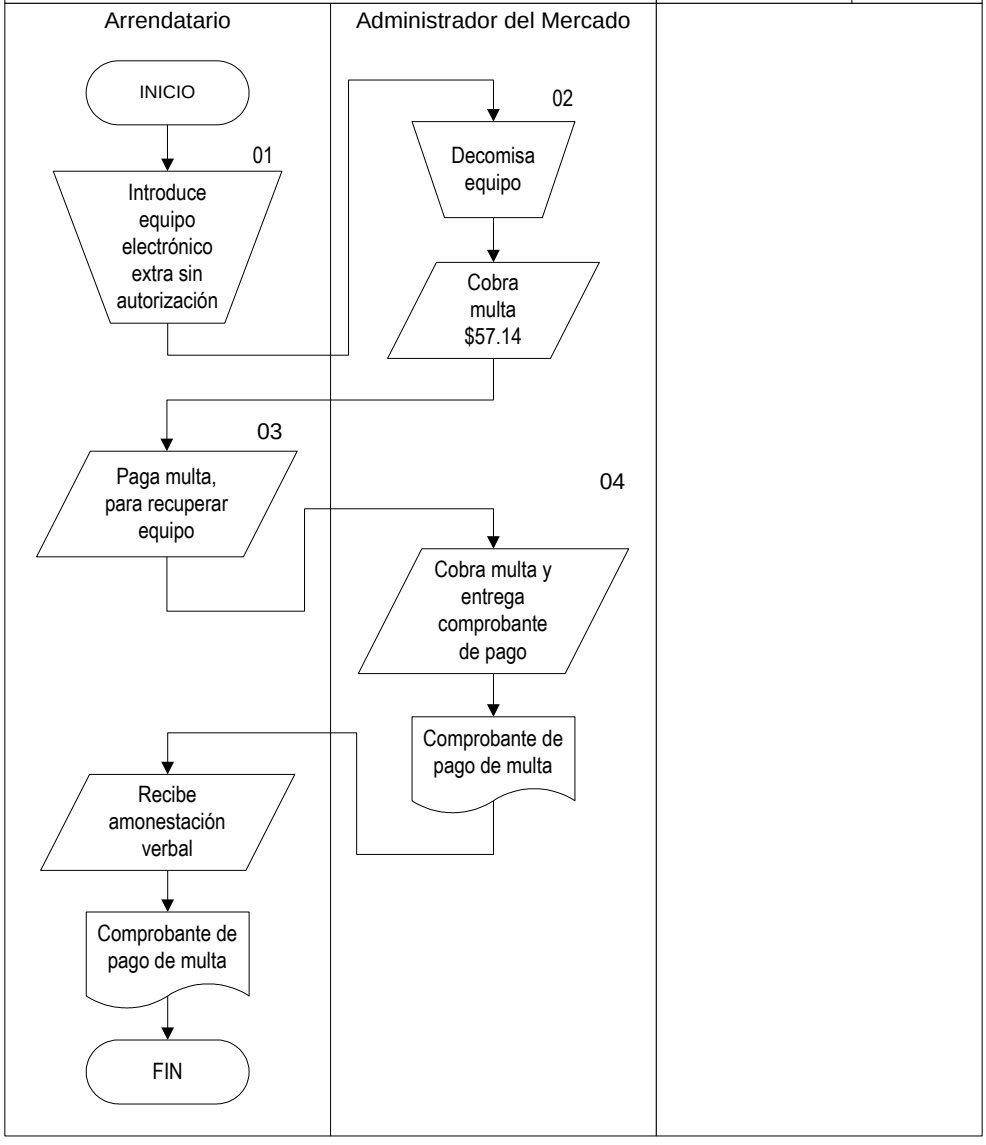


f). PROCEDIMIENTO PARA APLICAR SANCIÓN POR INTRODUCIR EQUIPO ELECTRÓNICO EXTRA AL CONTABILIZADO SIN AUTORIZACIÓN.

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Introduce equipo electrónico extra al contabilizado sin autorización.	**Arrendatario**
2	Decomisa equipo y cobra multa por $57.14	**Administrador del mercado**
3	Paga multa para recuperar equipo.	**Arrendatario**
4	Recibe pago y entrega de comprobante por pago de multa.	**Administrador del mercado**

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

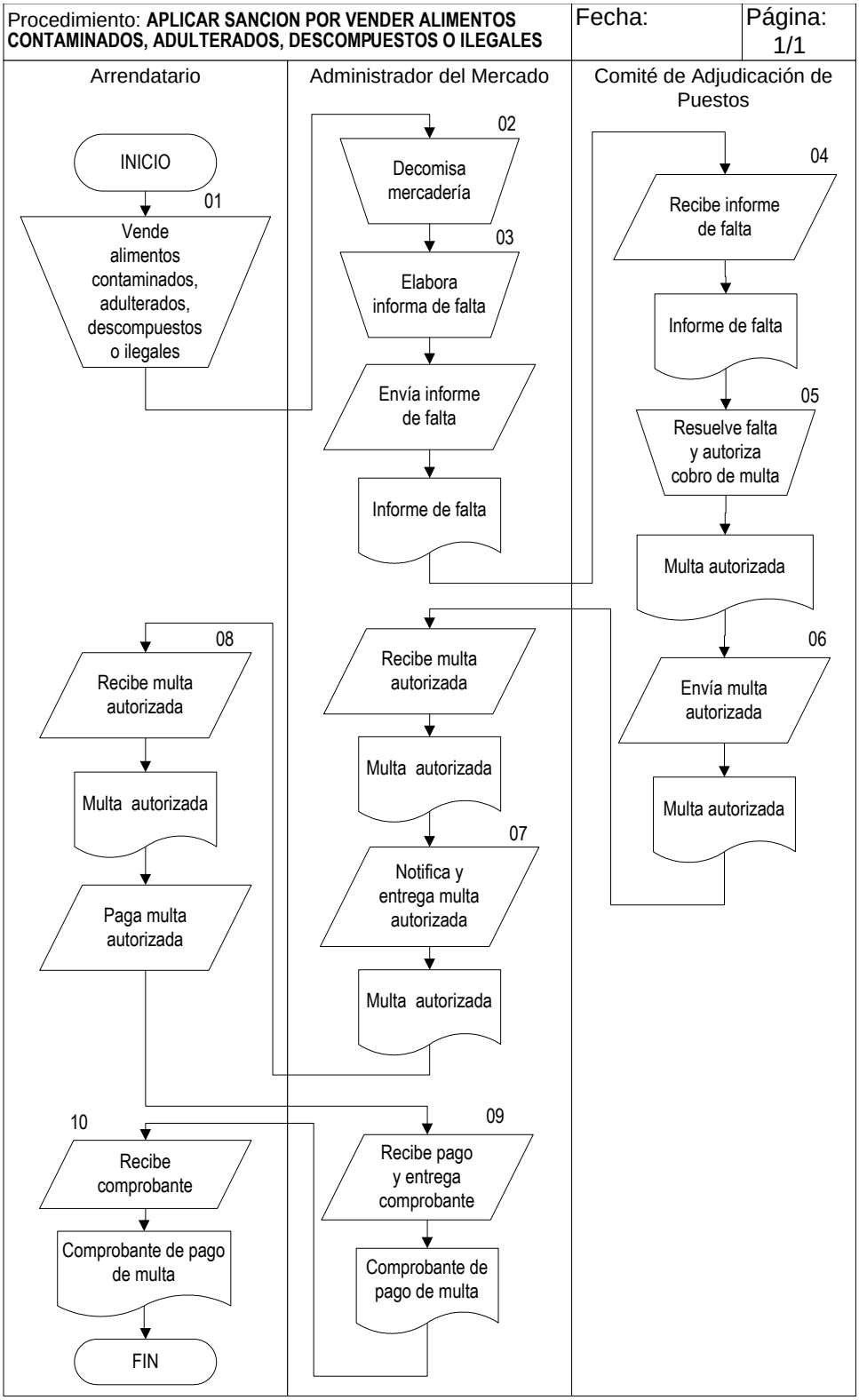
Procedimiento: **APLICAR SANCION POR INTRODUCIR EQUIPO ELECTRÓNICO EXTRA AL CONTABILIZADO SIN AUTORIZACIÓN**	Fecha:	Página: 1/1



g). PROCEDIMIENTO PARA APLICAR SANCIÓN POR VENDER ALIMENTOS CONTAMINADOS, ADULTERADOS, EN PROCESO DE DESCOMPOSICIÓN O PROCEDENCIA ILEGAL.

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Vende y/o conserva alimentos contaminados, adulterados, en proceso de descomposición o procedencia ilegal.	**Arrendatario**
2	Decomisa mercadería al arrendatario,	**Administrador del mercado**
3	Elabora y envía informe de la falta al comité de adjudicación de puestos.	**Administrador del mercado**
4	Recibe informe de la falta enviada por el administrador del mercado	**Comité de adjudicación de puestos**
5	Resuelve falta y autoriza el cobro de una multa por $114.28, al arrendatario.	**Comité de adjudicación de puestos**
6	Envía multa autoriza al administrador del mercado	**Comité de adjudicación de puestos**
7	Notifica y entrega multa autorizada al arrendatario.	**Administrador del mercado**
8	Recibe multa y la paga al administrador del mercado.	**Arrendatario**
9	Recibe pago y entrega de comprobante por pago de multa.	**Administrador del mercado**
10	Recibe comprobante de pago por multa.	**Arrendatario**

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL



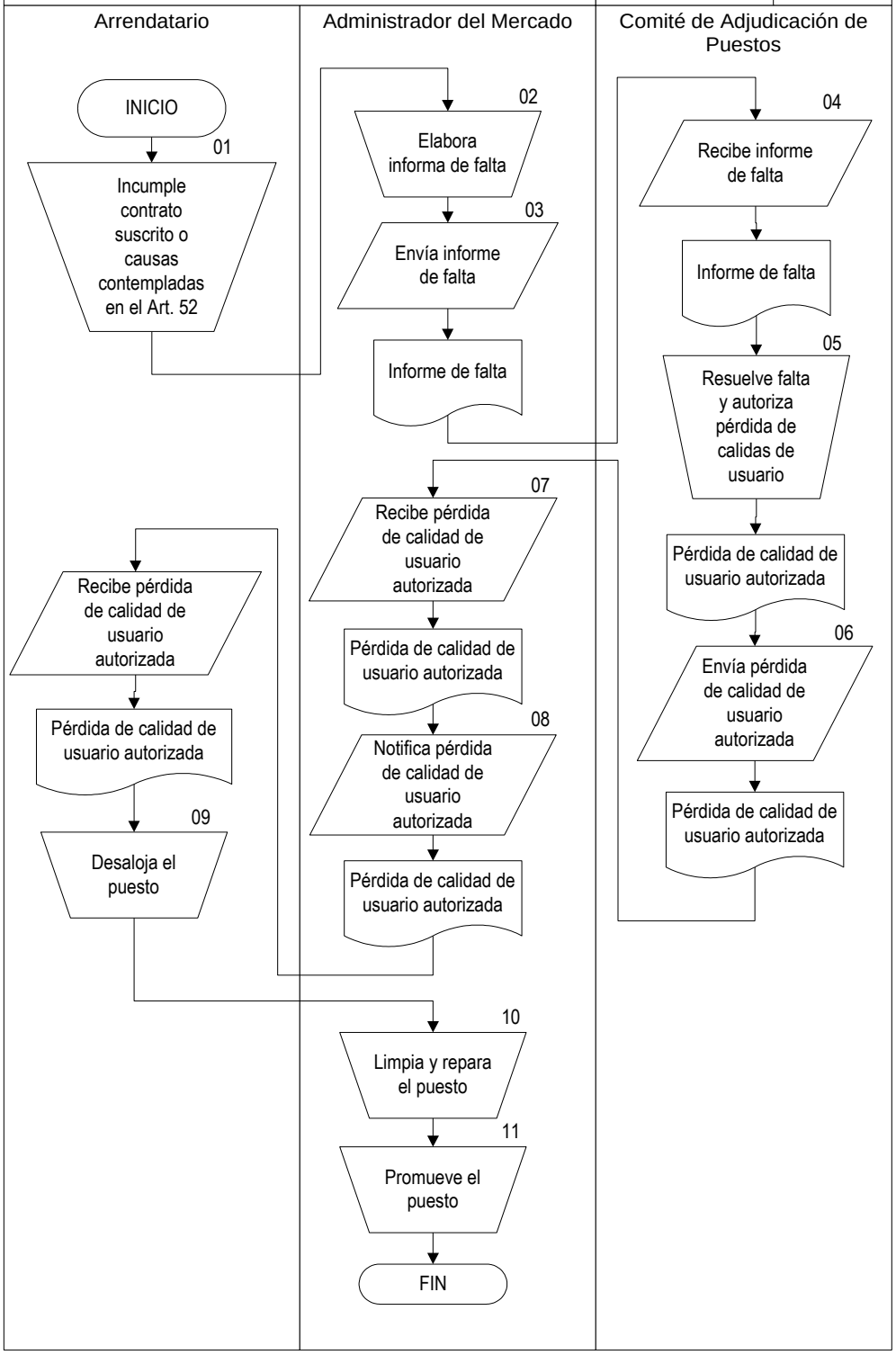
h). PROCEDIMIENTO PARA APLICAR SANCIÓN POR INCUMPLIMIENTO DEL CONTRATO SUSCRITO O LOS CAUSALES CONTEMPLADOS EN EL ART. 52 DEL REGLAMENTO.

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Incumple contrato suscrito o realiza cualquiera de las causales contempladas en el Art. 52 del reglamento.	**Arrendatario**
2	Elabora informe de la falta cometida por el arrendatario	**Administrador del mercado**
3	Envía informe al comité de adjudicación de puestos.	**Administrador del mercado**
4	Recibe informe enviado por el administrador del mercado	**Comité de adjudicación de puestos**
5	Autoriza pérdida de calidad de usuario.	**Comité de adjudicación de puestos**
6	Envía autorización al administrador del mercado.	**Comité de adjudicación de puestos**
7	Recibe autorización de pérdida de calidad de usuario	**Administrador del mercado**

8	Notifica y entrega autorización al arrendatario.	**Administrador del mercado**
9	Desaloja el puesto.	**Administrador del mercado y arrendatario**
10	Limpia y repara puesto para su disponibilidad	**Administrador del mercado**
11	Promueve el puesto.	**Administrador del mercado**

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

Procedimiento: **APLICAR SANCION POR INCUMPLIMIENTO DE CONTRATO SUSCRITO O LOS CAUSALES SEGUN ART. 52**	Fecha:	Página: 1/1

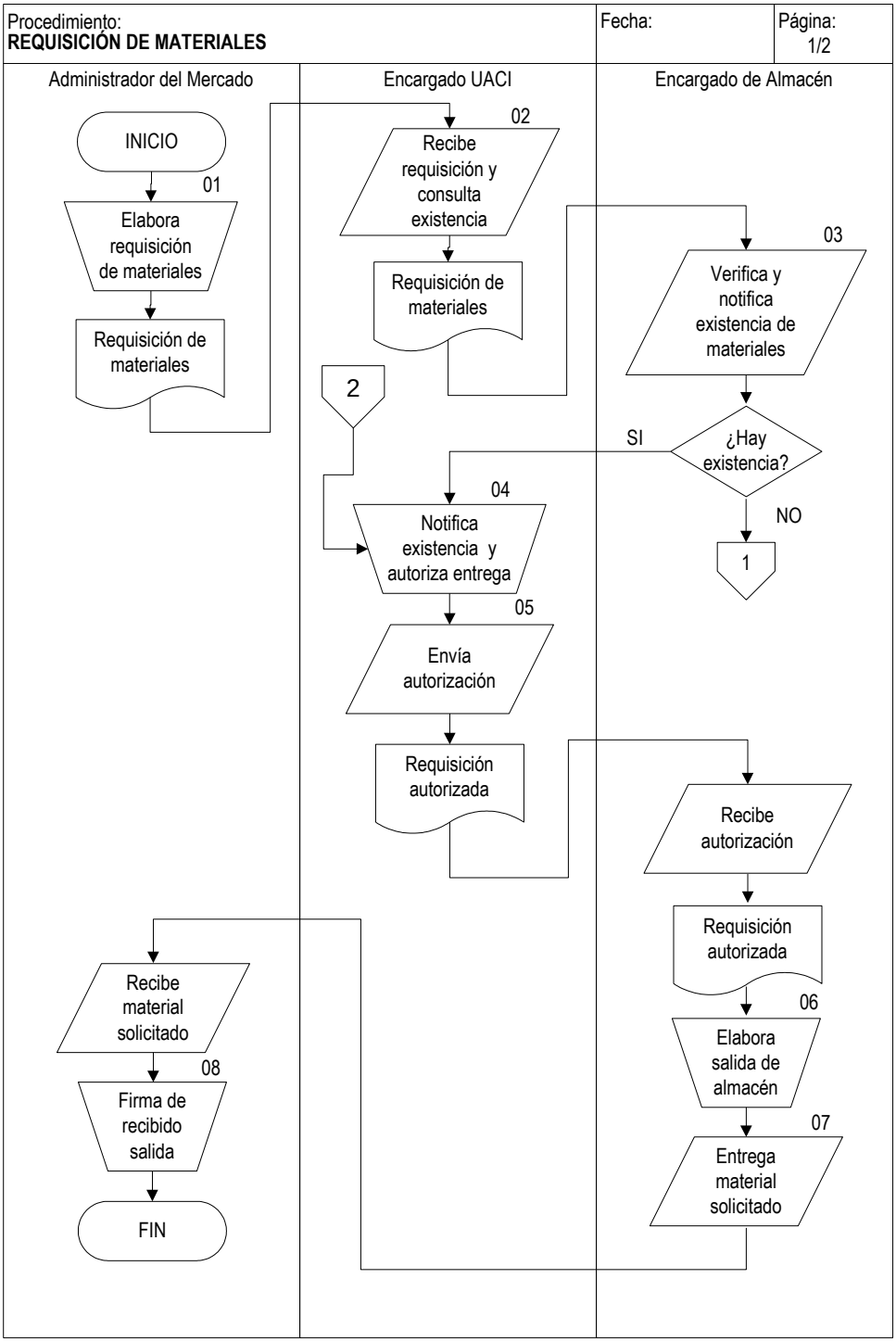


i). PROCEDIMIENTO PARA LA REQUISICIÓN DE MATERIALES DEL MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Elaborar y enviar requisición de materiales. (Formulario 5)	**Administrador del mercado**
2	Recibe y consulta existencia en almacén.	**Encargado UACI**
3	Verifica y notifica existencia al encargado de UACI.	**Encargado almacén**
4	Notifica al administrador existencia y autoriza entrega en un periodo máximo de dos días.	**Encargado UACI**
5	Envío y recepción autorización.	**Encargado de UACI y encargado de almacén**
6	Elabora salida de almacén. (Formulario 6)	**Encargado almacén**
7	Entrega y recibe material solicitado.	**Encargado almacén y administrador del mercado**
8	Firma de recibido salida de almacén.	**Administrador del mercado**
9	Verifica y notifica no existencia al encargado de UACI.	**Encargado almacén**
10	Solicita cotizaciones en los casos que la ley lo exige Máximo 3 días hábiles después de la fecha de solicitud.	**Encargado de UACI**
11	Remite requisición con cotización(es) y solicita autorización para compra.	**Encargado de UACI**

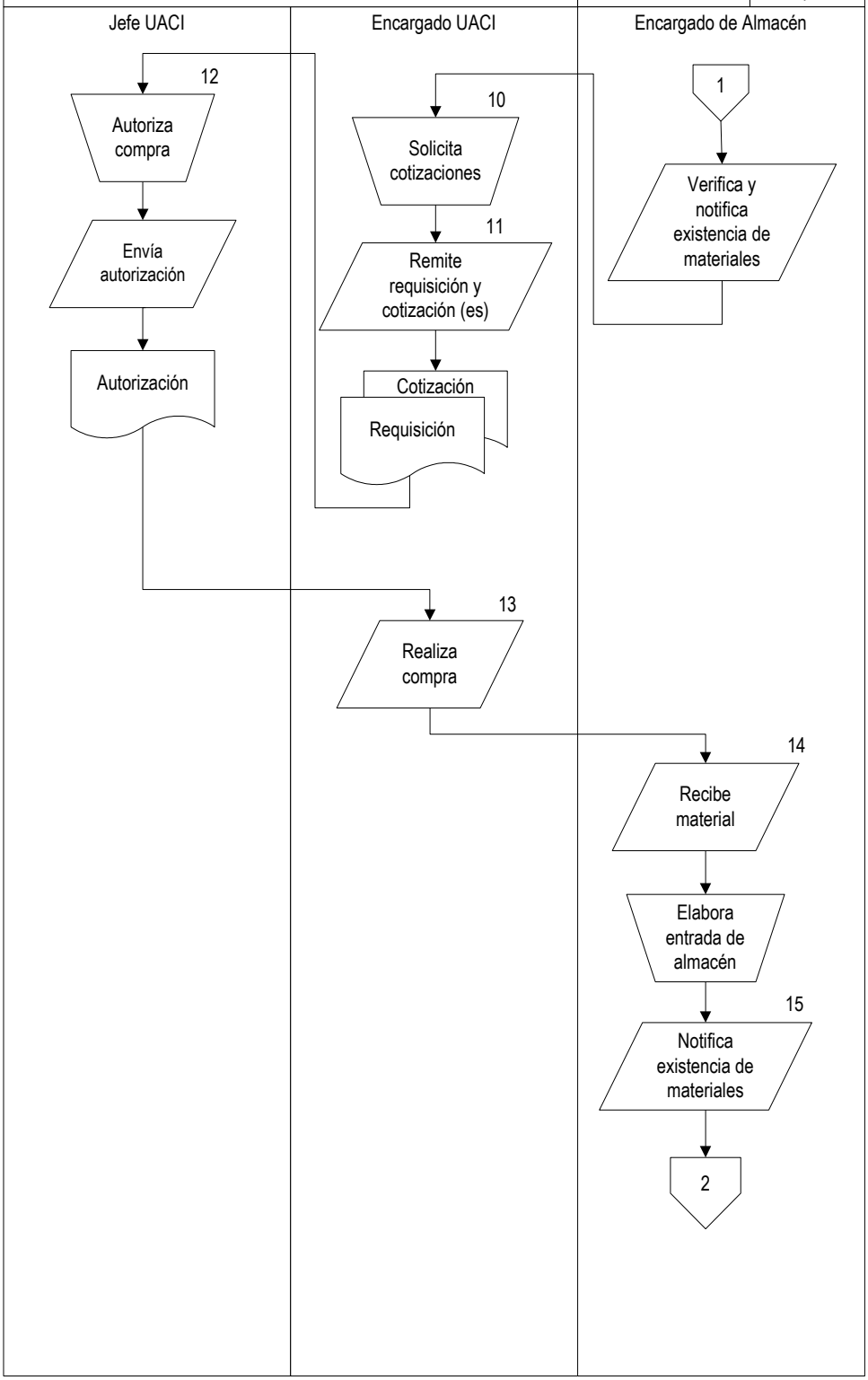
12	Autoriza compra.	**Jefe UACI**
13	Realiza compra. (Formulario 7)	**Encargado de UACI**
14	Recibe y elabora entrada de material a almacén. (Formulario 8)	**Encargado almacén**
15	Notifica existencia al encargado de UACI.	**Encargado almacén**
16	Notifica al administrador existencia y autoriza entrega en un periodo máximo de dos días.	**Encargado UACI**
17	Envío y recepción autorización.	**Encargado de UACI y encargado de almacén**
18	Elabora salida de almacén. (Formulario 6)	**Encargado almacén**
19	Entrega y recibe material solicitado.	**Encargado almacén y administrador del mercado**
20	Firma de recibido salida de almacén.	**Administrador del mercado**

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL



ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

Procedimiento: **REQUISICIÓN DE MATERIALES**	Fecha:	Página: 2/2

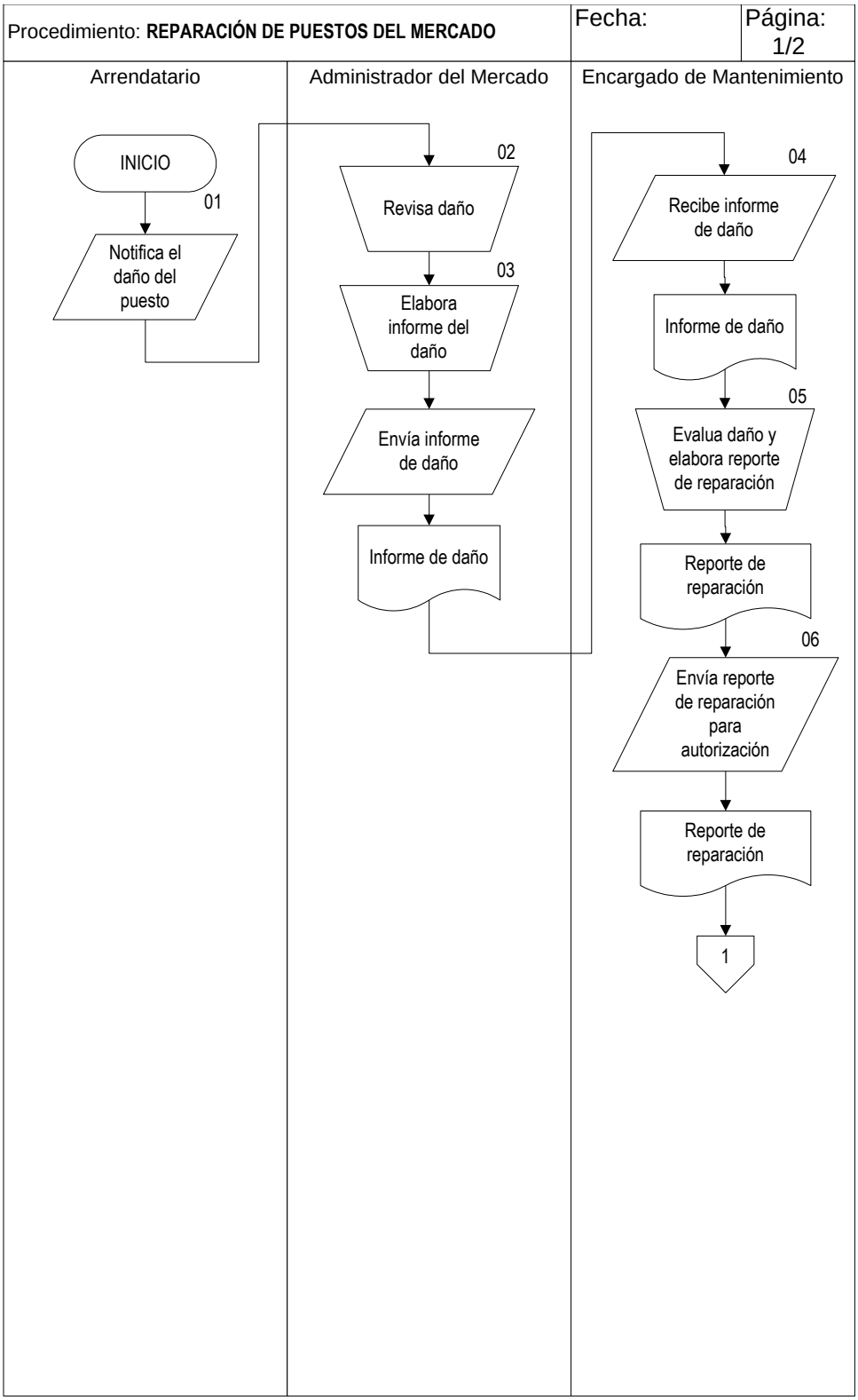


j). PROCEDIMIENTO PARA LA REPARACIÓN DE PUESTOS DEL MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

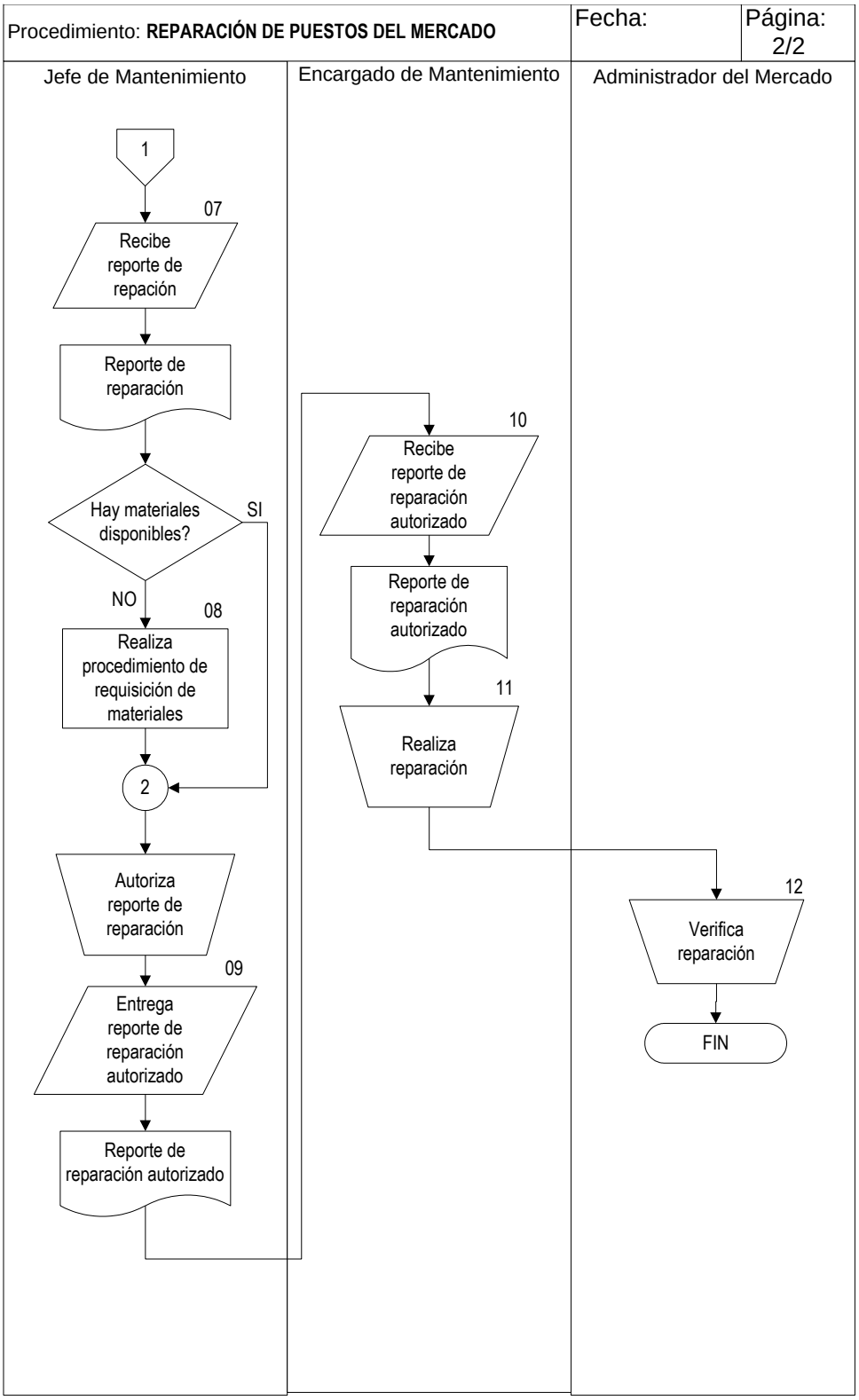
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Notifica daño del puesto.	**Arrendatario**
2	Revisa daño.	**Administrador del mercado**
3	Elabora y envía reporte de daño al departamento de mantenimiento. (Formulario 9)	**Administrador del mercado**
4	Recibe reporte del daño.	**Encargado de mantenimiento**
5	Evalúa el daño y realiza un reporte de reparación. (Formulario 10)	**Encargado de mantenimiento**
6	Envía reporte de reparación para ser autorizado por el Jefe de mantenimiento.	**Encargado de mantenimiento**
7	Recibe reporte de reparación.	**Jefe de mantenimiento**
8	Realiza procedimiento de requisición de materiales si se requiere y autoriza reporte de reparación.	**Jefe de mantenimiento**
9	Entrega reporte de reparación autorizado.	**Jefe de mantenimiento**
10	Recibe reporte de reparación autorizado.	**Encargado de**

		mantenimiento
11	Realiza reparación.	**Encargado de mantenimiento**
12	Verifica reparación.	**Administrador del mercado**

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL



ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

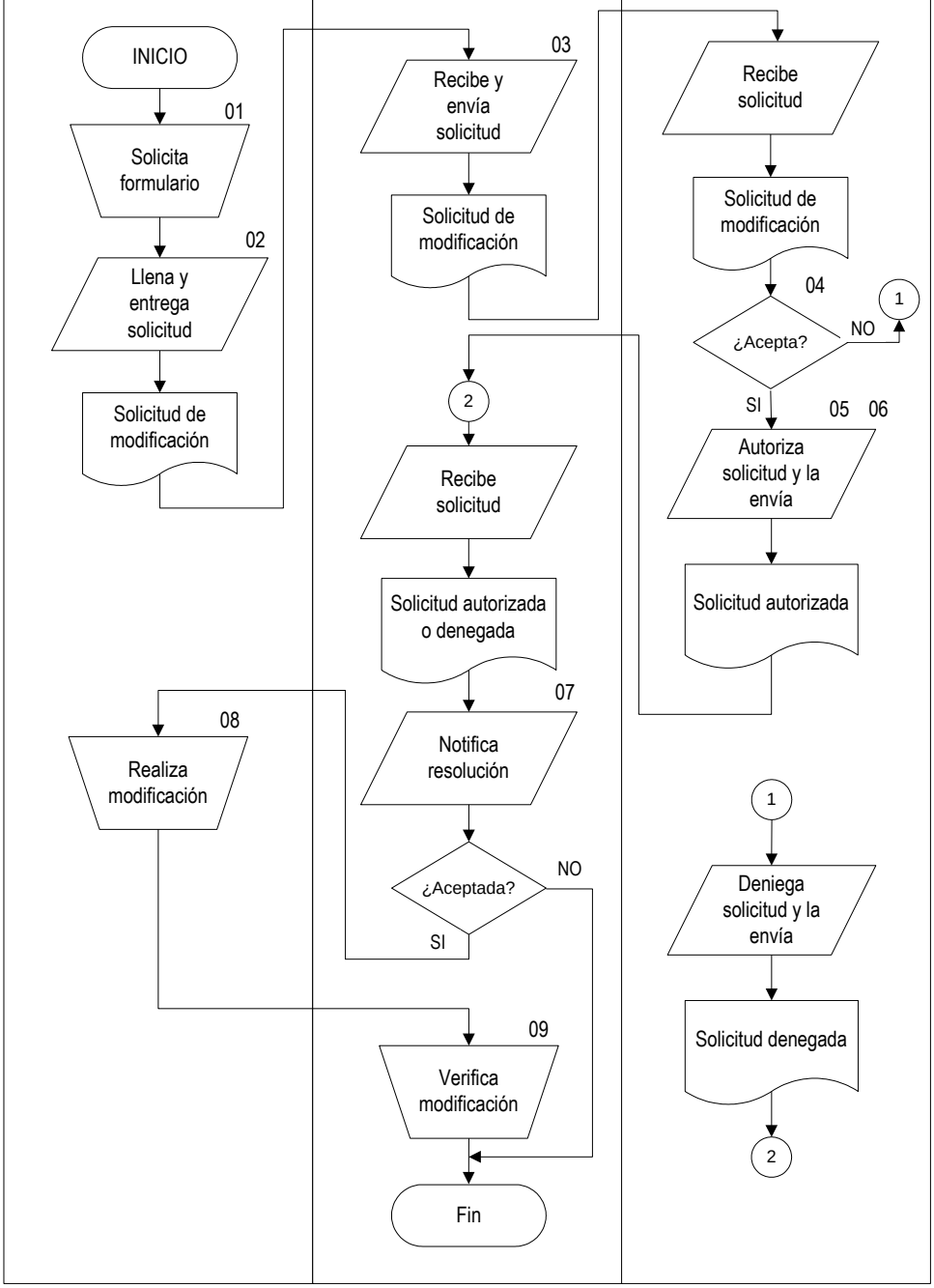


k). PROCEDIMIENTO PARA LA MODIFICACIÓN DE PUESTOS DEL MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Solicitar formato de modificación. (Formulario 11)	**Arrendatario**
2	Llenar y entregar formulario.	**Arrendatario**
3	Entrega formulario lleno a comité para su evaluación.	**Administrador del mercado**
4	Evalúa solicitud.	**Comité de adjudicación de puestos**
5	Autoriza o deniega modificación.	**Comité de adjudicación de puestos**
6	Entrega de resolución.	**Comité de adjudicación de puestos**
7	Notifica resolución.	**Administrador del mercado**
8	Realiza modificación.	**Arrendatario**
9	Verifica modificación.	**Administrador del mercado**

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL

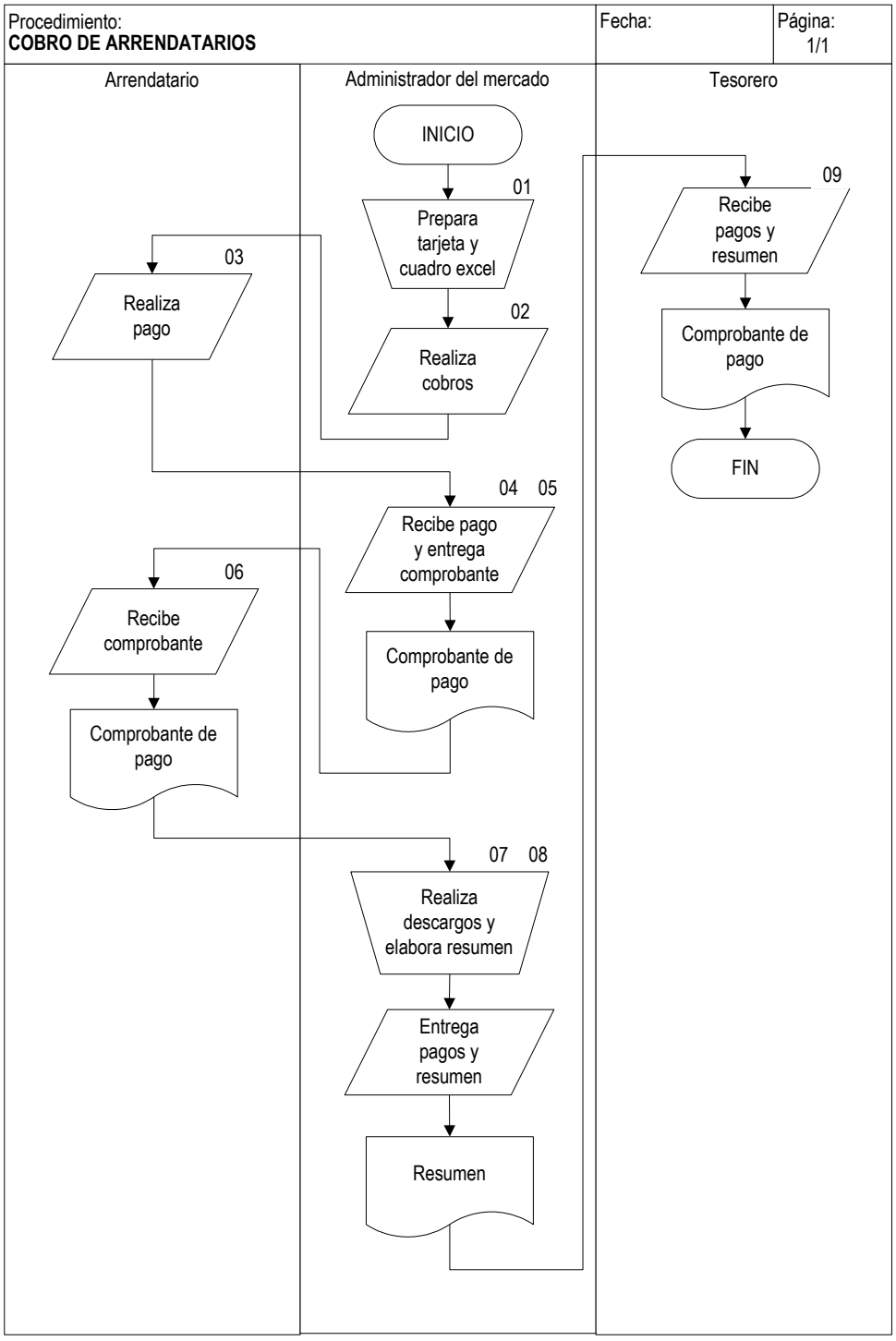
Procedimiento: **MODIFICACIÓN DE PUESTOS**	Fecha:	Página: 1/1



I). PROCEDIMIENTO DE COBRO DE ARRENDAMIENTOS DE PUESTOS DEL MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Preparación de tarjetas de control para arrendatarios transitorios y cuadro de Excel para no transitorios. (Formulario 12)	**Administrador del mercado**
2	Desplazarse a los puestos para realizar dichos cobros según sea el tipo de convenio	**Administrador del mercado**
3	Cancela pago respectivo	**Arrendatario**
4	Recibe dinero de arrendatario	**Administrador del mercado**
5	Entrega especies como comprobante de pago	**Administrador del mercado**
6	Hacer descargos respectivos en los libros legales	**Administrador del mercado**
7	Elaboración de resumen al final del día	**Administrador del mercado**
8	Entrega a tesorería de la alcaldía del dinero recaudado y el resumen	**Administrador del mercado**
9	Recibe dinero y resumen de pagos	**Tesorero**

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA
MERCADO MUNICIPAL



ANEXO 10

DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE CONTROL

A. DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE CONTROL

1. METAS

a. Organización

- Formación del comité de organización, que colabore a mantener un orden eficiente en las instalaciones del mercado.

- Se espera la utilización del 100% del mercado para la venta de productos, es decir aplicar las estrategias propuestas para ocupar los puestos que se encuentran como bodegas o vacíos.

b. Mantenimiento

- Alargar la vida útil de la infraestructura del mercado hasta en un 25% más de lo normal, mediante la aplicación de programas preventivos y correctivos oportunos.

c. Capacitación

- Capacitar al administrador con cursos de: liderazgo, uso de herramientas administrativas, publicidad básica y adiestramiento en la aplicación del reglamento del mercado.

- Capacitar al personal de limpieza y seguridad para que realice sus funciones de la mejor manera posible.

- Capacitar a los arrendatarios para que brinden un servicio de calidad a los diferentes usuarios del mercado.

d. Publicidad

- Dar a conocer el servicio del mercado a todos los habitantes del municipio, por medio de la aplicación de diferentes métodos publicitarios.
- Lograr el incremento de las ventas de los arrendatarios en un 50%

e. Limpieza

- Ofrecer un ambiente libre de suciedad en un 95%, dentro de las instalaciones del mercado.
- Evitar en un 90%, las enfermedades gastrointestinales, mediante la realización constante de limpieza.
- Lograr en un 95%, la práctica de hábitos de higiene en todos los arrendatarios del mercado.

f. Seguridad

- Entre las metas que se proponen en cuanto a seguridad, es la de no registrar actos delictivos en el transcurso del año. Se espera que el informe demuestre la eficiencia del programa de seguridad.

INFORME ANUAL ESTADÍSTICO DE ACTOS DELICTIVOS EN LAS INSTALACIONES DEL MERCADO

OCURRENCIAS REPORTADAS	visitante	Clientes	Arrendatarios	Personal	Fecha y hora	Total
Asesinatos						
Violaciones						
Robo						
Apropiación ilegal						
Agresióna agravada						
Hurto de vehiculo						
Daño al puesto						
Daño a la mercadería						
Uso de droga dentro del mercado						
Posesión de armas sin permiso						
Hostigamiento sexual						
Exposiciones deshonestas						
Agresión simple						
Hurtos						
Total						

Informa: _____ Firma _____

San Luís Talpa a los _____ días del mes de _____ de 20_____

2. FORMULARIOS PROPUESTOS COMO HERRAMIENTAS DE CONTROL PARA EL MERCADO DE SAN LUIS TALPA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA

SOLICITUD DE ADJUDICACION DE PUESTO DEL MERCADO

FOTO

DATOS DEL SOLICITANTE			
NOMBRES		**APELLIDOS**	
1ER. NOMBRE	2DO. NOMBRE	1ER. APELLIDO	2DO. APELLIDO
NUMERO DE DUI		**NUMERO DE NIT**	
DIRECCIÓN COMPLETA			
PUESTO Y ÁREA SOLICITADA		**PRODUCTO A VENDER**	
RAZON(ES) DEL PORQUE SOLICITA UN PUESTO EN EL MERCADO			

EN CASO SE APROBARA LA ADJUDICACIÓN DEL PUESTO SU USO FUERA?: (MARQUE CON UNA "X")

INMEDIATO		EN 15 DÍAS		EN UN MES		SIN DEFINIR	

EN CASO QUE SE APROBARA LA ADJUDICACIÓN DE PUESTO ¿ESTARIA DISPUESTO A SOMETERSE A LAS OBLIGACIONES QUE EL REGLAMENTO DEL MERCADO EXIGE?

SI		NO		DEPENDE	

PERSONAS QUE DEPENDEN ECONOMICAMENTE DEL SOLICITANTE		
NOMBRE	**FECHA DE NACIMIENTO**	**PARENTESCO**

REFERENCIAS FAMILIARES		
NOMBRE	**TELÉFONO**	**PARENTESCO**
REFERENCIAS PERSONALES		
NOMBRE	**TELÉFONO**	**DIRECCIÓN**

SAN LUIS TALPA, _____ DE _____ DE 20_____

FIRMA DEL SOLICITANTE _____

ANEXAR LA SIGUIENTE DOCUMENTACIÓN

* FOTOCOPIA DE DUI

* FOTOCOPIA DE NIT

* SOLVENCIA DE LA PNC

PARA USO EXCLUSIVO DEL COMITÉ DE ADJUDICACIÓN DE PUESTOS

DENEGADO _____ APROBADO _____

OBSERVACIONES:

MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUÍS TALPA

EXPEDIENTE DE ARRENDATARIOS MERCADO

FOTO

DATOS DEL ARRENDATARIO			
NOMBRES		**APELLIDOS**	
1ER. NOMBRE	2DO. NOMBRE	1ER. APELLIDO	2DO. APELLIDO
DIRECCIÓN			
TELÉFONO	**CELULAR**	**DUI**	**FECHA NACIMIENTO**

	Nº PUESTO	**PRODUCTO(S)**	**ÁREA**
PUESTO 1			
PUESTO 2			
PUESTO 3			
PUESTO 4			
PUESTO 5			

PERÍODO DE COBRO	DIARIO ☐	SEMANAL ☐	MENSUAL ☐

CROQUIS DOMICILIO

SAN LUIS TALPA, _____ DE _____ DE 20_____

OBSERVACIONES:

MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

REQUISICIÓN DE MATERIALES

Persona que realiza la solicitud: _____

Departamento: _____ Nº Requisición _____

Fecha solicitud: / / Fecha de entrega: / /

Cantidad	Código	Descripción

Observaciones: _____

_____

_____

Solicitado por: Recibido por: Autorizado por:

_____ _____ _____

MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

REPORTE DE REPARACIÓN

Persona que solicita: _____ Departamento: _____

Fecha de inicio: _____/_____/_____ Fecha de finalización: _____/_____/_____

Detalle de Reparación:

Código	Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
			Total	$

Observaciones: _____

_____

_____

Entregado por: _____ Recibido por: _____

MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

SOLICITUD REPARACIÓN DE PUESTO

ARRENDATARIO (A):

ÁREA	PRODUCTO	Nº DE PUESTO

DETALLE DE LA REPARACIÓN

Recibido por:_____ Autorizado por: _____

SAN LUIS TALPA, _____ DE _____ DE 20 _____

INFORME DE LA QUERELLA

1. Nombre querellante
Sexo : F_____ M_____
Telefono
2. Puesto utilizado
3.Delito cometido
4. Fecha y hora de la colición del delito
5. Medio utilizado para cometer el delito
6. Descripción de los hechos
7. Nombre y persona que cometió el delito
8. Nombre de la persona que reciber la querella
9. firma
10. accion tomada a corto plazo

3. AUTORIZACIONES

Se autoriza a los arrendatarios, por medio de firmas de contrato y a la vez otorgando credenciales, después del pago de garantía sin reembolso, según lo indica el reglamento del mercado.

CREDENCIAL DE ARRENDATARIO DEL MERCADO MUNICIPAL DE SAN LUIS TALPA DEPARTAMENTO DE LA PAZ

FOTO

Nombre:

Puesto Nº:

Giro:

DUI:

F.

Alcalde Municipal

Fecha de Emisión:
Fecha de vencimiento:

El administrador al ser contratado e iniciar sus funciones recibe una credencial que le autoriza su puesto en el mercado

CREDENCIAL DE ADMINISTRADOR DEL MERCADO MUNICIPAL DE SAN LUIS TALPA DEPARTAMENTO DE LA PAZ

FOTO

Nombre:
DUI

Fecha de Emisión:
Fecha de vencimiento:

Solicitamos a las autoridades civiles y militares, brindar la colaboración necesaria para el desempeño de sus funciones

F

Alcalde Municipal

Tels. 2325-8100 Fax 2325-8102

4. COMPROBANTES

Ficha de pago, contiene seis meses de las cuales una copia es del administrador para archivo interno y otra para control del arrendatario

ALCALDÍA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO

AÑO 2010

AUTORIZACIÓN:

ARRENDATARIO (A):

ÁREA: | **Nº PUESTO:** | **CUOTA DIARIA: $** | DIARIO ☐ | SEMANAL ☐ | MENSUAL ☐

MES	DÍA																													TOTAL	COBRO	SALDO
ENE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
FEB	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28						
MAR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
ABR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
MAY	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
JUN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
TOTAL PRIMER SEMESTRE																																		

OBSERVACIONES:

ALCALDÍA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO

AÑO 2010

AUTORIZACIÓN:

ARRENDATARIO (A):

ÁREA: | **Nº PUESTO:** | **CUOTA DIARIA: $** | DIARIO ☐ | SEMANAL ☐ | MENSUAL ☐

MES	DÍA																													TOTAL	COBRO	SALDO
JUL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
AGO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
SEP	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
OCT	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
NOV	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
DIC	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
TOTAL SEGUNDO SEMESTRE																																		

OBSERVACIONES:

ALCALDÍA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

COMPROBANTE ENTREGA SOLICITUD

Se hace constar que _____

ha entregado la solicitud Nº_____con toda la documentación requerida para solicitar en el mercado municipal

el puesto Nº _____, la cual será analizada por el comité de adjudicación de puestos y cuya resolución saldrá en un

período máximo de _____ días hábiles.

_____

Administrador del Mercado

SAN LUIS TALPA, _____ DE _____ DE 20 _____

ALCALDÍA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

COMPROBANTE DE PAGO

Recibí de _____

la cantidad de _____ 00/100 ($_____)

en concepto de pago de garantía sin reembolso por el puesto Nº _____ del área de _____

_____

Administrador del Mercado

SAN LUIS TALPA, _____ DE _____ DE 20 _____

ANEXO 11

MAPA DE LA CIUDAD DE SAN LUIS TALPA

SAN LUIS TALPA