



**UNIVERSIDAD
SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO**

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

**Trabajo de Investigación que se presenta como requisito para el título
de:**

Ingeniería en Finanzas y Relaciones Comerciales

Tema:

**“DISEÑAR E IMPLEMENTAR EL SERVICIO DE LOCKERS Y SU
IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LOS CONSUMIDORES DEL
MERCADO Nº 1 DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”.**

AUTORAS:

**MARÍA VALENTINA CEDEÑO BARREIRO
LADY CAROLINA MACÍAS ALMEIDA**

TUTORA

ING. GRACE RODRÍGUEZ LOOR

Portoviejo –Manabí - Ecuador

2015

Portoviejo, 29 de Enero del 2015

ING. GRACE RODRÍGUEZ LOOR, CATEDRÁTICA DE LA CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES DE LA UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO.

CERTIFICA

Que las Egresadas, Cedeño Barreiro María Valentina y, Macías Almeida Lady Carolina han realizado su Trabajo de Titulación Titulado: “DISEÑAR E IMPLEMENTAR EL SERVICIO DE LOCKERS Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LOS CONSUMIDORES DEL MERCADO N° 1 DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”. Previo a la obtención del Título de Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales, bajo su dirección y supervisión, la misma que se encuentra concluida en su totalidad.

ING. GRACE RODRÍGUEZ LOOR
TUTORA DE TESIS

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Los miembros del tribunal examinador aprueban el informe de investigación sobre DISEÑAR E IMPLEMENTAR EL SERVICIO DE LOCKERS Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LOS CONSUMIDORES DEL MERCADO N° 1 DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO de las estudiantes Cedeño Barreiro María Valentina y Macías Almeida Lady Carolina, de la carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales

Portoviejo, febrero de 2015

**EC. JULIO SILVA RUIZ
DIRECTOR DE LA CARRERA**

**ING. GRACE RODRÍGUEZ
TUTORA**

**EC. FRANCISCO VERDUGA
MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**EC. FRANKLIN GARCIA
MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

DECLARACIÓN DE LOS AUTORES

Declaramos que toda la información desarrollada, analizada y aplicada en la presente investigación, cuyo tema es:

“DISEÑAR E IMPLEMENTAR EL SERVICIO DE LOCKERS Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LOS CONSUMIDORES DEL MERCADO N° 1 DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO” son de exclusiva responsabilidad de las autoras:

**MARÍA VALENTINA
CEDEÑO BARREIRO**

**LADY CAROLINA
MACÍAS ALMEIDA**

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios por brindarme la sabiduría para el desarrollo de este proyecto.

A mi familia especialmente mis padres Densis y Stalin que me han apoyado en todo momento con su comprensión, amor y guiando por buen camino.

A mi hermana Danna por la confianza que me brinda a diario a pesar de todas las peleas.

A mi jefe Ec. Wilson Chávez por brindarme su apoyo, guiarme con sus conocimientos y aconsejarme en todo momento para mi crecimiento diario.

A mis abuelos, amigos y el resto de personas que estuvieron conmigo a diario brindándome su apoyo.

MARÍA VALENTINA CEDEÑO BARREIRO

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a dos personas fundamentales en mi vida y quienes han dado todo por mi bienestar, mis padres Luis y Cilia, sus enseñanzas, su amor, su compañía y sus consejos han sido la base de lo que soy ahora.

Agradezco la confianza que han tenido en mí, ya que en cada oportunidad nunca dudaron de mi inteligencia ¡Gracias Papas Los Amo!

A mis hermanos y cuñado Karina, Lois y Miguel y mi hermosa, sonriente y consentida sobrina Dayanna quienes con una conversación envuelta de sabios consejos me guían en todo momento.

A mis lindas tías, mis madres de crianza, quienes durante toda mi vida me han llenado de muchísimo amor y comprensión, aquellas bellas personas que me han inculcado los valores que poseo.

A mis queridos abuelitos Euro y Pepita, mis segundos padres, mi más grande agradecimiento a ellos, quienes nunca dudaron un segundo en amarme y consentirme, en cuidarme como a una hija e inculcarme los más bellos sentimientos.

A Dios, mis amigos y demás personas que estuvieron conmigo mostrando su apoyo incondicional.

LADY CAROLINA MACÍAS ALMEIDA

AGRADECIMIENTO

Nuestro más sincero reconocimiento a la Ing. Grace Rodríguez por la constante dedicación, extraordinario apoyo y la brillante dirección brindada a este trabajo, ya que sin ellos no habríamos podido culminar exitosamente nuestra tesis. Asimismo, agradecemos a la Universidad San Gregorio de Portoviejo, profesores y compañeros estudiantes por los conocimientos impartidos y la ayuda brindada en momentos difíciles.

MARÍA VALENTINA CEDEÑO BARREIRO
LADY CAROLINA MACÍAS ALMEIDA



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

“Diseñar e Implementar el Servicio de Lockers y su Impacto Socioeconómico en los consumidores del Mercado N° 1 de la Ciudad de Portoviejo”

AUTORES:

María Valentina
Cedeño Barreiro

Lady Carolina
Macías Almeida

RESÚMEN EJECUTIVO

La investigación realizada aporta significativamente a la satisfacción de una problemática diagnosticada en el mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo, es por ello que la implementación del servicio de lockers o alquiler de casilleros refrigerados y no refrigerados, de diferentes dimensiones y a precios accesibles, cubre dicha necesidad. Es importante mencionar que existen factores como la inseguridad, la salud, la informalidad comercial, la asistencia administrativa municipal respecto a la aplicación de las ordenanzas vigentes, que fueron objeto de estudio en la investigación y que lleva a concientizar para que el nuevo servicio se lo realice de manera formal, con todos los aplicativos de ley, siendo así un ejemplo para los comerciantes del mercado. Todo ello con la finalidad de brindar un servicio cómodo, accesible y confiable, donde colocar fundas de productos adquiridos mientras los consumidores recorren el lugar, adicional se evitan el riesgo de ser víctimas de la delincuencia y sufrir estragos en su salud.

Palabras Claves

Servicio, lockers, consumidores, mercado, comerciantes, salud, negocio, comercial, necesidad.



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

“Diseñar e Implementar el Servicio de Lockers y su Impacto Socioeconómico en los consumidores del Mercado N° 1 de la Ciudad de Portoviejo”

AUTORES:

María Valentina
Cedeño Barreiro

Lady Carolina
Macías Almeida

ABSTRACT

Research conducted significantly contributes to the satisfaction of a problem diagnosed in the market No. 1 in the city of Portoviejo, is why the service implementation lockers or rental of refrigerated lockers and uncooled, of different sizes and at affordable prices, covers the need. It is noteworthy that there are factors such as insecurity, health, business informality, municipal administrative assistance regarding the application of the ordinances, which were studied in the research and leads to awareness for the new service would made formally, with all applications of law and being an example for market traders. All with the aim of providing a convenient, affordable and reliable service, where to place covers products purchased as consumers roam the place, additional risk of being victims of crime and suffer havoc on your health are avoided.

Keywords

Service, lockers, consumers, market traders, health, business, commercial, necessity.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO	i
CERTIFICADO DE APROBACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE LOS AUTORES	iii
DEDICATORIA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESÚMEN EJECUTIVO	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE CUADROS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: ASPECTOS PRELIMINARES	3
1. Tema	3
1.1. Problema	3
1.2. Antecedentes	3
1.3. Planteamiento del problema	3
1.3.1. Contextualización histórico social del problema	7
1.4. Delimitación del problema	8
1.5. Objetivos	9
1.5.1. Objetivo General	9
1.5.2. Objetivos Específicos	9
1.6. Justificación	9
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes Investigativos	11
2.2. Fundamentación Teórica	13
2.3. Fundamentación Conceptual	14
2.4. Fundamentación Legal	16
2.5. Hipótesis	17
2.5.1. Hipótesis lógica	17
2.5.2. Hipótesis Nula	17
2.5.3. Hipótesis Estadística	17
2.6. Identificación de las variables	17
2.6.1. Variable independiente	17
2.6.2. Variable dependiente	17
2.7. Operacionalización de las variables	18
2.7.1. Variable independiente	18
2.7.2. Variable dependiente	20
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	21
3.1. Tipos de Investigación	21
3.2. Modalidades de la investigación	21

3.3.	Métodos y Técnicas	22
3.3.1.	Métodos	22
3.3.2.	Técnicas	23
3.4.	Población y Muestra	23
3.4.1.	Población	23
3.4.2.	Muestra	23
3.4.2.1.	Tipos de muestra	23
3.4.2.2.	Tamaño de muestra	23
3.5.	Recursos	24
3.5.1.	Humanos	24
3.5.2.	Materiales	24
3.5.3.	Tecnológico	24
3.5.4.	Económico	25
3.6.	Fuentes y procesamiento de la información	25
3.7.	Presupuesto de gastos	25
3.8.	Cronograma	26
CAPITULO IV: Inexistencia del Servicio de Lockers en el Mercado N° 1 de la Ciudad de Portoviejo		27
4.1.	Necesidades de los Consumidores	27
4.2.	Comercio Informal	32
4.2.1.	Causas del Comercio Informal	32
4.2.2.	Consecuencias del Comercio Informal	35
4.2.3.	Políticas Públicas para Controlar el Comercio Informal	36
4.3.	Ordenanzas Municipales	37
CAPITULO V: Escaso Nivel del Impacto Socioeconómico en los Consumidores		39
5.1.	Demanda de los Consumidores	39
5.2.	Seguridad de los Locales Comerciales y los Consumidores	40
5.2.1.	Políticas de Seguridad	42
5.2.2.	Sectores Comerciales Más Activos	46
5.2.3.	Demanda de los Locales Pequeños	46
5.3.	Políticas de la salud para los comerciantes y los consumidores	47
5.3.1.	Riesgos De La Salud De Los Consumidores	49
5.3.2.	Asistencia Administrativa	49
5.3.3.	Políticas de Protección a la Salud	50
CONCLUSIONES		52
CAPITULO VI: PROPUESTA		53
6.1.	Identificación	53
6.2.	Justificación	53
6.3.	Objetivos	53
6.3.1.	Objetivo General	53
6.3.2.	Objetivos Específicos	54

6.4.	Beneficiarios	54
6.4.1.	Directos	54
6.4.2.	Indirectos	54
6.5.	Descripción de la Propuesta	54
6.5.1.	Segmentación del Mercado	54
6.5.2.	Características del Producto	55
6.5.2.1.	Casilleros No Refrigerados	56
6.5.2.2.	Casilleros Refrigerados	56
6.5.2.3.	Precio	57
6.5.2.4.	Plaza (Distribución)	57
6.5.2.5.	Promoción	57
6.5.3.	Proceso del Servicio de Lockers	58
6.5.3.1.	Detalle del Proceso de Alquiler de Casilleros	58
6.5.3.2.	Diagrama de Flujos	61
6.5.4.	Requisitos Legales de Constitución	62
6.5.5.	Normas de Operación	63
6.5.5.1.	Protección de La Salud	63
6.5.5.2.	Protección del Consumidor	63
6.5.5.3.	Protección del Producto Local	64
6.5.5.4.	Estándares	64
6.5.5.5.	Control de Calidad	64
6.5.6.	Estructura Organizacional	65
6.5.6.1.	Diagrama Funcional	65
6.6.	Metodología	66
6.7.	Sostenibilidad y Sustentabilidad	67
6.8.	Cronograma	67
6.9.	Presupuesto	68
6.9.1.	Costos Estimados de Inversión Inicial	68
6.9.2.	Costos de Operación	71
6.9.2.1.	Gastos Recurrentes	71
6.9.2.2.	Determinación de los Costos de Operación	74
6.9.3.	Determinación de Ingresos	75
6.9.3.1.	Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento	77
6.10.	Evaluación del Proyecto	78
6.10.1.	Análisis Costo Beneficio	78
6.10.2.	Valor Actual Neto	78
6.10.2.1.	Criterios de Decisión	79
6.10.3.	Tasa Interna de Retorno	80
6.10.5.	Detalle de Financiamiento	81
6.10.6.	Estados Financieros Proyectados	83
	BIBLIOGRAFÍA	84
	ANEXOS	85

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	Crecimiento Poblacional (2001 - 2010)	4
Cuadro N° 2	Crecimiento Poblacional (por sexo)	5
Cuadro N° 3	Habitantes por edades	6
Cuadro N° 4	Crecimiento Poblacional (2010 - 2014)	27
Cuadro N° 5	Servicios	29
Cuadro N° 6	Alquiler	30
Cuadro N° 7	Precios	31
Cuadro N° 8	Productos de Mayor Demanda de la ciudad de Portoviejo	33
Cuadro N° 9	Comerciantes	35
Cuadro N° 10	Proyección de la Demanda	39
Cuadro N° 11	Razones de Compra	40
Cuadro N° 12	Seguridad	41
Cuadro N° 13	Ordenanzas Municipales	44
Cuadro N° 14	Artículos de las Ordenanzas Proyección de la Demanda-	45
Cuadro N° 15	Locales Pequeños	47
Cuadro N° 16	Protección de la Salud	48
Cuadro N° 17	Versión Inicial del Proyecto	69
Cuadro N° 18	Presupuesto Anual de Costos del Proyecto	70
Cuadro N° 19	Calculo de la Depreciación	73
Cuadro N° 20	Flujo de Egreso Anual	75
Cuadro N° 21	Proyección de Ingreso Anual	76
Cuadro N° 22	Flujo de Caja Proyectado	77
Cuadro N° 23	Calculo del VAN	79
Cuadro N° 24	Calculo del TIR	81
Cuadro N° 25	Tabla de Amortización	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Servicios	29
Gráfico N° 2	Alquiler	30
Gráfico N° 3	Precios	31
Gráfico N° 4	Razones de Compra	41
Gráfico N° 5	Seguridad	42
Gráfico N° 6	Ordenanzas Municipales	44
Gráfico N° 7	Artículos de las Ordenanzas	45
Gráfico N° 8	Protección de la Salud	48

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es realizada con la finalidad de cubrir la necesidad detectada respecto al servicio de lockers para lo cual se desarrollaron los siguientes capítulos.

El capítulo I indica que el trabajo de investigación consiste en la implementación de un servicio de lockers en el Mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo por el cual se ofrece a los consumidores del lugar un servicio de alquiler de casilleros que cubra factores como la delincuencia, la salud y el incremento de ventas a los comerciantes, promoviendo con ello el desarrollo del mercado.

El capítulo II explica sobre la necesidad insatisfecha que radica en el Mercado N° 1 en donde los consumidores suelen prestar con frecuencia espacios en los locales comerciales para dejar sus compras aunque no hayan adquirido ningún producto en el mismo. Pese a ello se determina el impacto socioeconómico que se genera debido a la inexistencia de un servicio similar haciendo factible la realización del trabajo.

El capítulo III trata la metodología utilizada en la investigación en donde la encuesta permitió recopilar información directamente de la opinión de los consumidores en base a un cuestionario específico, además se utilizó la investigación bibliográfica para el desarrollo de la temática.

El capítulo IV relata sobre el comercio informal y sus causas, en donde claramente se evidencia que las ordenanzas municipales no están siendo aplicadas adecuadamente y que la desorganización radica en la cultura de los comerciantes y la desatención de la administración Municipal.

El capítulo V trata sobre la demanda de los comerciantes y las políticas que deben ser aplicables en cuanto a salud y seguridad, además del accionar administrativo Municipal para el cumplimiento de dichas políticas.

El capítulo VI trata sobre la propuesta de la investigación en donde se demuestra la factibilidad de implementar el servicio de lockers o alquiler de casilleros en el Mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo, además de argumentar del plan de negocio que incluye el detalle financiero y administrativo a obtener para la ejecución de la misma.

CAPÍTULO I.

1. Aspectos Preliminares

1.1. Tema

Diseñar e implementar el servicio de lockers y su impacto socioeconómico en los consumidores del mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

1.2. Problema

Inexistencia del servicio de lockers para usuarios y consumidores del mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

1.3. Antecedentes del Problema

1.3.1. Planteamiento del Problema

Guardar los artículos personales de los clientes de cualquier tienda o supermercado a nivel mundial ya no es un problema desde hace muchos años. Las grandes cadenas de supermercados como lo son Walt-Mart, Home Depot, Target, Tesco, entre otras, ofrecen a sus clientes la comodidad de guardar sus pertenencias en cómodos casilleros (con medidas aproximadas de 1.80 x .36 x .37) en el momento que ingresan al lugar, otorgándoles tan solo una llave enumerada por cada casillero que utilicen. La adquisición de este servicio radica en la inseguridad, la incomodidad y la limitación que sufrían los clientes al no poder acceder a un mayor número de productos. Adicional fue una medida de seguridad que aplicaron los supermercados debido a los actos delictivos por los que atravesaban gracias al ingreso de bolsos, fundas u otros artículos personales o adquiridos en otras tiendas.

En Ecuador los grandes supermercados y tiendas como lo son: Supermaxi, Tía, Akí, Mi Comisariato, Fybeca, Todo Hogar, Súper Éxito, entre otros, cuentan con la disponibilidad del servicio de lockers para guardar objetos personales (en ocasiones adquiridos en otras tiendas) de sus

clientes. Este servicio no solamente es utilizado por las grandes cadenas sino también por empresas más pequeñas que ofrecen productos y servicios similares. La aplicación de esta medida de control (considerada así por las grandes cadenas) tiene su origen en los diferentes problemas que enfrenta el medio, por ejemplo la inseguridad, la incomodidad o la afectación en el comercio.

El crecimiento poblacional que ha tenido el país es otro punto a considerar, en donde la provincia de Manabí presenta un notable crecimiento, según cifras mostradas por el INEC:

CUADRO N° 1
CRECIMIENTO (2001 – 2010)

PROVINCIA DE MANABÍ

	2001	2010	Crecimiento
HOMBRES	596.502	689.299	92.797
MUJERES	589.523	680.481	90.958
TOTAL	1.186.025	1.369.780	183.755

Fuente: INEC

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Según datos obtenidos en el censo poblacional del año 2001 la provincia de Manabí contaba con una población de 1.186.025 habitantes, lo que muestra el crecimiento indicado ya que para el censo realizado en el año 2010 la población ascendió a 1.369.780 habitantes, dando como resultado un crecimiento de 183.755 habitantes. El crecimiento poblacional que percibió la provincia permite el desarrollo de nuevas necesidades y de la inclusión de ideas de negocio que puedan cubrir dichas insuficiencias.

Para la investigación el aumento poblacional brinda la oportunidad de implementar el servicio de casilleros en el Mercado N° 1, es decir, debido a la gran cantidad de personas que ahora acuden al mercado es factible introducir el servicio, brindando a los consumidores la facilidad de adquirir productos de una manera cómoda y segura, cubriendo de esta forma una necesidad.

Dentro de la provincia el crecimiento poblacional también afecto considerablemente al cantón Portoviejo, según datos generales obtenidos por el INEC:

CUADRO N° 2

CRECIMIENTO POBLACIONAL			
CANTÓN PORTOVIEJO			
	2001	2010	Crecimiento
HOMBRES	121.407	137.969	16.562
MUJERES	117.023	142.060	25.037
TOTAL	238.430	280.029	41.599

Fuente: INEC

Elaborado por: Autoras de la Investigación

La ciudad de Portoviejo según datos obtenidos por el INEC ha percibido un ascenso poblacional representativo desde el 2001 hasta el censo del 2010, sin embargo es importante considerar que el aumento se lo ve reflejado en las mujeres, lo que es un punto positivo para la investigación, ya que son las madres de familia quienes en la actualidad acuden con mayor frecuencia al Mercado N° 1 a realizar sus comprar. El aumento femenino de la población hace que la idea de negocio sea altamente factible, ya que las mujeres debido al ahorro de tiempo, protección de su salud y facilidad de adquirir más productos, utilizarían el servicio para salvaguardar sus compras.

Un factor importante y de gran importancia para la investigación es conocer el número de habitantes portovejenses por edades, publicados por el INEC:

CUADRO N° 3

HABITANTES POR EDADES

CANTÓN PORTOVIEJO

Grandes grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	42992	41072	84064
De 15 a 64 años	87049	91053	178102
De 65 años y más	7928	9935	17863
Total	137969	142060	280029

Fuente: INEC

Elaboración: Autoras de la Investigación

Portoviejo es una ciudad que tiene concentrada sus cifras en sus habitantes de 15 a 64 años, por lo que es para la investigación un punto fuerte debido a que estas personas serían los posibles consumidores del mercado.

Todos estos factores de relevancia al tema han dado lugar a que este tipo de servicio no sea brindado por confort sino por cubrir una necesidad.

Actualmente al mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo es el principal centro de abastos de alimentos y productos de primera necesidad para la población de Portoviejo y sus parroquias, observándose la falta de un sitio con casilleros que brinden la seguridad y confianza necesaria para que las personas guarden las compras realizadas.

Es por ello que los usuarios deben cargar con todas las fundas llenas de los productos adquiridos, causando molestias y preocupaciones debido a que no se cuenta con un sitio seguro y agradable para guardar sus compras y así poder evitar pérdidas y robos.

Cabe indicar que los inconvenientes causados son el resultado de la falta de observación e investigación por parte de las autoridades y empresarios respecto de las necesidades insatisfechas para con los usuarios del mercado.

1.3.2. Contextualización Histórico Social del Problema

La principal fuente de abastecimiento de insumos alimenticios para muchos comercios y hogares es el Mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo, llamado así porque este es el primer mercado que existe en la ciudad.

Anteriormente el mercado se encontraba ubicado en las calles Pedro Gual y 9 de Octubre, centro de la ciudad donde hoy se están ubicados un sinnúmero de locales comerciales. Desde ese entonces la población sufría cierta incomodidad en el momento de realizar sus compras debido a que debían cargar con pesadas y numerosas fundas y canastas por todo el lugar, además de correr el riesgo de no ser víctima de algún acto delictivo.

Debido al incremento comercial y poblacional de los compradores, el Municipio le asignó un nuevo lugar, siendo las calles Alajuela, entre Córdova y Julio Jaramillo, donde funciona hasta la actualidad.

Es importante señalar que la nueva ubicación del Mercado N° 1 mantuvo consigo ciertas deficiencias. Entre ellas se destacan el desorden de los comerciantes informales debido al asentamiento en las calles causó una gran molestia para los usuarios del mercado, ya que es casi imposible estacionar sus vehículos para guardar las fundas cerca de los locales comerciales donde compran sus insumos. Si bien es cierto, algunos centros de abastos poseen el servicio de lockers tan solo para los compradores, por otro lado algunas tiendas se comprometen a cuidar las pertenencias de los

usuarios a cambio de un valor mínimo corriendo el riesgo de la pérdida de algún artículo.

Anteriormente tan solo el jefe del hogar era quien acudía a adquirir los alimentos, en la actualidad son las mujeres quienes protagonizan dicha tarea.

Al existir un mayor número de usuarios es necesaria la creación de un lugar que permita a las personas guardar sus fundas con la seguridad y comodidad necesaria permitiéndoles un recorrido por el mercado más duradero y con la garantía de comprar más productos.

En el mercado N° 1 se ofertan diversos productos, entre ellos, carnes, verduras, legumbres, pescados, abarrotos en general, así como también comidas preparadas en diversos restaurantes, oferta que satisface la demanda de los habitantes de Portoviejo y sus parroquias urbanas.

1.4. Delimitación del Problema

Campo: Comercial.

Área: Implementación del servicio de lockers en el mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

Aspecto: Socioeconómico.

Problema: Inexistencia del servicio de lockers para usuarios y consumidores del mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

Tema: Diseñar e implementar el servicio de lockers y su impacto socioeconómico en los consumidores del mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

Delimitación Espacial: La investigación se desarrollará en el Mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

Delimitación Temporal: En el periodo Septiembre 2014 - Febrero 2015 se desarrollará la presente investigación.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar el impacto de servicio de lockers en el nivel socioeconómico de los usuarios del mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

1.5.2. Objetivos Específicos

1. Investigar las necesidades del mercado N° 1 de la ciudad en relación a la demanda de los consumidores.
2. Analizar las ordenanzas respecto al ordenamiento sobre los comercios informales en comparación a la seguridad de las mismas.
3. Comparar el manejo administrativo y las ordenanzas municipales en relación a las políticas de la salud.

1.6. Justificación

El Mercado N° 1 es el principal centro de abastecimiento alimenticio de la ciudad de Portoviejo, en donde usuarios de las diferentes parroquias tanto urbanas como rurales acuden a realizar sus compras, teniendo en su gran mayoría que cargar con las fundas mientras recorren todo el lugar, corriendo el riesgo de ser víctimas de robos o sufrir la pérdida de algún artículo.

La presente investigación es de suma importancia ya que les permitirá a los usuarios contar con casilleros de acuerdo a sus necesidades, en donde podrán guardar sus compras de una manera más cómoda, rápida, segura y con la garantía de poder adquirir todos los productos necesarios para el hogar.

Los compradores del mercado N° 1 no cuentan con un espacio físico en donde puedan depositar sus pertenencias de forma segura y realizar sus actividades de una manera más liviana, es por ello que se desea brindar el servicio de lockers con diferentes tipos de casilleros y a precios accesibles.

La puesta en marcha del servicio de lockers beneficiará a los comercios del mercado N° 1 y a la población de las diferentes parroquias de la ciudad ya que si se cuenta con casilleros para que los consumidores coloquen sus pertenencias, podrán adquirir una mayor cantidad de productos, en el tiempo deseado y sin riesgos de sufrir pérdidas o ser objeto de la delincuencia.

Es por ello que el proyecto se plantea con la finalidad de proveer un servicio de lockers que cuente con diversos tipos de casilleros, al alcance de los usuarios, ofreciendo bajos costos con garantía de seguridad y limpieza necesaria, haciendo de su recorrido por el mercado un paseo cómodo y placentero.

CAPÍTULO II.

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes Investigativos

En la Universidad de Chile, en el año 2010, se investigó el tema “Plan de negocios para la expansión de una empresa comercializadora de lockers”, por el autor Gabriel Antonio Callfupan Molina, en donde se obtuvo la siguiente conclusión:

“La investigación de mercado desarrollada dejó en evidencia los nichos de mercado que son atractivos de ser abordados por la compañía, estos son los supermercados medianos y pequeños (entre 3 y 20 cajas) y los centros de educación superior cuyas carreras transporten continuamente materiales”.: (Molina, 2010)

En la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, en Colombia, en el año 2012, se investigó el tema “Propuesta para la instalación de lockers o casilleros en el área de la facultad o ciencia agrarias y del ambiente de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña”, por los autores Evelyn Melisa Trillos Babosa y Lucenith Castilla Guerrero, en donde se obtuvieron las siguientes conclusiones:

“Al ser implementado el servicio de los casilleros en la universidad se disminuye la pérdida de las herramientas de trabajo de los estudiantes” y “Vistos los beneficios que aportaría a la universidad y a los estudiantes la instalación de los lockers, es necesario fomentar esta idea y con la ayuda de los directivos de la universidad llevarla a feliz término”.: (Babosa & Castilla Guerrero, 2012)

En la Universidad Politécnica Salesiana, en Quito, en el año 2014, se investigó el tema “Plan de negocios para casilleros de alquiler a usuarios de

Centro Comercial Malecón 2000 en la Ciudad de Guayaquil”, por los autores Erika Gissella Bravo Silva y Chyntia del Jesús Hidalgo Miranda, en donde se obtuvo la siguiente conclusión:

“Analizando el mercado su puede concluir que este proyecto, no tiene competencia directa, en este sector no hay un servicio igual y la tendencia sobre la idea es innovadora y contribuirá positivamente en la estadía que tengan los usuarios/clientes del Malecón Simón Bolívar”.: (Bravo Silva & Hidalgo Miranda, 2014)

En la Universidad Técnica de Manabí, en Portoviejo, en el año 2007-2008, se investigó el tema “Contaminación ambiental en el mercado n° 1 de Portoviejo y sus efectos en la salud de los habitantes del área de influencia, 2007-2008”, por la autora Lic. Rosa Laura Macías Zambrano, en donde se obtuvo la siguiente conclusión:

“El municipio local, administrador directo del mercado n° 1, a pesar de las suficientes ordenanzas ambientales existentes, por diferentes motivos no las hace cumplir en el sector estudiado en lo que lo enmarca como el principal responsable de deterioro existente del mismo”. (Zambrano, 2008)

En la Universidad Técnica de Manabí, en Portoviejo, en el año 2010, se investigó el tema “Insalubridad del mercado barrial N° 1 de la ciudad de Portoviejo y su impacto en el entorno social, periodo 2010”, por las autoras Maira Zulay Azúa Fernández y Carmen Nikilay Azúa Fernández, en donde se obtuvo la siguiente conclusión:

“Existe insalubridad en el mercado barrial n° 1 de Portoviejo y su impacto es negativo para el entorno social, ya que las condiciones antihigiénicas en que se encuentra el centro de abastos son evidentes, afectando directamente a quienes habitan en los alrededores del mismo”.: (Azúa Fernández & Azúa Fernández, 2010)

En la Universidad San Gregorio de Portoviejo, en el año 2011, se investigó el tema “El programa FONDEPYME del MIPRO y su incidencia en el desarrollo socioeconómico en las pequeñas y medianas empresas en la provincia de Manabí 2010 – 2011”, por los autores Gustavo Mejía Loor y Luis Moreira Luna, en donde se obtuvo la siguiente conclusión: “Las micro empresas locales, pese a ciertos cambios cualitativos y cuantitativos, no ha podido adquirir autonomía y desarrollo, y modificar su antigua estructura”.

“Las Pymes en Manabi poseen un enorme potencial para general producción, empleo e ingresos si se les brinda el apoyo necesario”.: (Mejia Loor & Moreira Luna, 2011)

En la Universidad San Gregorio de Portoviejo, en el año 2012, se investigó el tema “Estudio de pre factibilidad para la instalación de un Supermercado y su impacto socioeconómico en el Cantón Santa Ana”, por las autoras Sofía Valeria Limongi Almeida y María Lorena Ganchozo Espinoza, en donde se obtuvo las siguientes conclusiones:

“Por cultura general existe el 45.00% que acude al mercado popular pues ahí se compran verduras, frutas y carnes sobre todo los fines de semana, y un 55.00% que diariamente acuden a tiendas por estar ubicado dentro de su barrio o cerca de sus casas” y “Las personas que acuden a tiendas de barrios lo hacen tres veces por semana en su mayoría, es decir que estas personas serian una parte de los consumidores que harían sus compras semanales en el Supermercado”. : (Limongi Almeida & Ganchozo Espinoza, 2012)

2.2. Fundamentación Teórica

“Un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente”. : (Sanchez & Vasquez, 2014)

“Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo”.: (Sanchez & Vasquez, 2014)

“Un servicio como un cambio en la condición de una persona o de un bien perteneciente a una actividad económica, el cual se origina por la actividad realizada por otra actividad económica”.: (Sanchez & Vasquez, 2014)

Se considera que los servicios son actividades intangibles que implican el esfuerzo humano o mecánico que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo permitiendo la participación del cliente, estos pueden ser ofrecidos en renta o a la venta, pudiendo ser objeto principal de una transacción satisfaciendo un deseo o una necesidad.

2.3. Marco Conceptual

1. **Servicio.** Actividades intangibles que conllevan a cubrir las necesidades de las personas, a pesar de no ser la producción de un bien generan satisfacción en el cliente final de la misma forma que un producto material.
2. **Lockers.** Casilleros son espacios físicos utilizados para guardar objetos en tiendas o lugares públicos. Estos espacios se presentan en diferentes tamaños según los objetos que se vayan a colocar en su interior, adicional se colocara el tipo de seguridad según sea el caso.
3. **Consumidores.** Es una persona o entidad que demanda bienes o servicios como resultado de diversas necesidades, mismas que deben ser cubiertas por los productores o proveedores de bienes y servicios.

4. **Mercados.** Mecanismo de interacción entre la oferta y demanda de bienes y servicios. Los mercados son el espacio físico o virtual que permiten realizar transacciones para la generación de lucro o rentabilidad de la empresa.
5. **Usuarios.** El usuario o también llamado comprador o consumidor es aquel que acuden al mercado ya sean tiendas, almacenes y demás a adquirir bienes o servicios. Estos se clasifican en activos e inactivos, es decir de compra frecuente u ocasional según las necesidades que presentan o el nivel de demanda que tengan en algún producto o servicio en particular.
6. **Supermercados.** Son aquellas tiendas que conforman una cadena o una franquicia, que puede tener más puntos de ventas en la misma ciudad, provincia, país, o en el extranjero. Este tipo de tiendas naturalmente ofrecen productos a bajos precios y con valores agregados a diferencias de las pequeñas tiendas.
7. **Productos.** En el intercambio o trueque el demandante recibe del ofertante un bien o producto tangible que cubrirá la necesidad expuesta, este producto debe cubrir las necesidades de las personas mas no la preferencias de los fabricantes.
8. **Seguridad.** Cotidianamente se puede referir a la ausencia de riesgo o a la confianza en algo o en alguien. En términos generales, seguridad se define como "estado de bienestar que percibe y disfruta el ser humano". (Wikipedia, 2014)
9. **Comercio.** Es una actividad que permite el intercambio de bienes y servicio con la finalidad de generar rentabilidad para las personas que se dedican a esa actividad. El comercio da pauta a dinamizar y desarrollar la economía de un país, permitiéndole liquidez y libre circulación de la moneda.

10. **Necesidades.** Es todo aquello que resulta indispensable para el ser humano, su desarrollo y sostenimiento en un estado de salud aceptable. Estas nacen y se incrementan según el estilo de vida de las personas (economía, cultura, entorno social, entre otros) gustos, preferencias y sobre todo ingresos.
11. **Socioeconómico.** Nivel económico que se presenta dentro de la población y que se mide según el ingreso de cada persona o grupo de personas. Esta también mide las condiciones de vida de los ciudadanos: salud, alimentación, vivienda, vestimenta, y otros factores que influyen en la calidad de vida de cada uno de los habitantes.
12. **Estado.** El estado es una entidad u organización social, política, económica, voluntaria, conformada por un conjunto de instituciones que colaboran en su accionar teniendo el poder de una nación o país, con la finalidad de administrar y cubrir las necesidades sociales económicas de sus habitantes.

2.4. Fundamentación Legal

La presente investigación está regulada por la constitución de la República del Ecuador, Art. 304 que trata sobre los objetivos de la política comercial, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Art. 4 (Derechos del consumidor), Art. 5 (Obligaciones del consumidor), Art. 55 (Prácticas abusivas, literales 4 y 5). Por otro lado es de suma importancia considerar la normativa aplicada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Portoviejo mediante el “Proyecto de ordenanzas de incentivos para el desarrollo de nuevas inversiones productivas en el cantón Portoviejo” en donde se especifica los incentivos tributarios para los inversionistas.

2.5. Hipótesis

2.5.1. Hipótesis Lógica

Los servicios de lockers impactan significativamente en el nivel socioeconómico de los usuarios del mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

2.5.2. Hipótesis Nula

Los servicios de lockers no impactan significativamente en el nivel socioeconómico de los usuarios del mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

2.5.3. Hipótesis Estadística

VI = A

VD = B

H1 = Hipótesis lógica

H0 = Hipótesis Nula

H1 = $A > B$

H0 = $A \leq B$

2.6. Identificación De Las Variables

2.6.1. Variable Independiente

Implementación del servicio de lockers en el mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

2.6.2. Variable Dependiente

Socioeconómico.

2.7. Operacionalización de las Variables

2.7.1. Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICO	TECNICA O INSTRUMENTOS
Es un espacio físico utilizado por los consumidores salvaguardar sus pertenencias. Dicho servicio es brindado por grandes supermercados y tiendas pequeñas para darle un valor agregado a su negocio.	Necesidades del consumidor para sus pertenencias. Dicho servicio es brindado por grandes supermercados y tiendas pequeñas para darle un valor agregado a su negocio.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento poblacional. 2. Salud e inseguridad del mercado n°1. 3. Aumento de demanda de productos de primera necesidad. 	¿Conoce usted las necesidades de los mercados?	Encuesta
	Comercio Informal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Causas del comercio informal. 2. Consecuencias del comercio informal. 3. Políticas públicas para controlar el comercio informal. 	¿Conoce usted las causas del comercio informal?	Encuesta

Ordenanzas Municipales	1. Técnicas de mejoramiento del mercado.	¿Conoce usted las políticas de las ordenanzas municipales por los servidores públicos?	Bibliográfica
	2. Gestión municipal por los servidores públicos.		
	3. Normas jurídicas (infracciones).		

2.7.2. Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BASICO	TECNICA O INSTRUMENTOS
Es la mezcla de cambios económicos y sociales de una población que genera el desarrollo de su nivel de vida permanente, a través de la optimización de recursos humanos y financieros.	Demanda de los consumidores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Demanda de productos. 2. Poder adquisitivos. 3. Gustos y preferencias. 	¿Conoce usted la demanda de productos y servicios del mercado?	Encuesta
	Seguridad de los locales comerciales y consumidores.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas de seguridad. 2. Sectores comerciales más activos. 3. Demanda en los locales pequeños. 	¿Cuáles son los locales comerciales de mayor actividad en el mercado?	Encuesta
	Políticas de la salud para los comerciantes y los consumidores.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Riesgos de la salud. 2. Asistencia administrativa. 3. Políticas de atención a la salud. 	¿Cuáles son las políticas respecto a la salud?	Bibliográfica

CAPÍTULO III.

3. Metodología

3.1. Tipos de Investigación

La investigación exploratoria es utilizada para determinar la problemática encontrada en el mercado, es decir, la carencia de un sitio en donde se puedan dejar pertenencias por un tiempo determinado.

La investigación descriptiva ayuda a comparar la problemática, es decir la carencia del servicio de lockers, con otras de diferentes culturas, es decir, que a nivel internacional y nacional se observa que las cadenas de supermercados más importantes brindan este servicio con éxito, sin embargo es un servicio que está dentro del paquete, pero este no se encuentra fundado en los mercados barriales.

La investigación sintética permite la recolección de información de fuentes externas, en donde indican que el servicio no posee mercado directo, además que es una idea innovadora y con bajos costos.

La investigación propositiva se la obtuvo luego de la observación de todas las deficiencias que tiene el mercado barrial, en donde se determina que la aplicación del servicio de lockers es la mejor alternativa de mejora para cubrir dicha necesidad.

3.2. Modalidades de la Investigación

Investigación de Campo. Este tipo de investigación se obtiene la relación directa con el objeto para construir por sí mismo la realidad estudiada, es

decir, la carencia de casilleros en un mercado barrial. Tiene el propósito de recopilar información empírica sobre la realidad del fenómeno a estudiar y son útiles para estudiar a fondo en un ambiente determinado, ejemplo: la encuesta.

Investigación Bibliográfica. Constituye una excelente introducción a todos los tipos de investigación, ya que proporciona conocimiento de investigaciones ya existentes. Comparado a la realidad es la información obtenida de servicios de lockers aplicados en mercados a nivel nacional e internacional.

3.3. Métodos Y Técnicas

3.3.1. Métodos

Método Inductivo. Permite realizar un estudio de las pruebas en donde se mide la probabilidad de los argumentos, es decir, según datos a obtener en la investigación deductiva se hace referencia al grado de probabilidad sobre la aplicación de un servicio de lockers en un mercado barrial. De este modo, se hace uso de la noción de fuerza inductiva, en donde la conclusión según las premisas puede ser verdadera o falsa.

Método Cuantitativo. Permite medir de manera cuantitativa diversos factores en la investigación, por ejemplo: el número de personas a encuestar, la cantidad de casilleros a colocar en un espacio físico, la magnitud de los mismos, etc.

Método Estadístico. Ayuda a transformar datos obtenidos luego de una investigación de campo, en tablas y cuadros resumidos para mayor entendimiento de la información.

3.3.2. Técnicas

Encuesta. Dentro de la investigación es utilizada para la recopilación de datos por medio de un cuestionario previamente diseñado (preguntas cerradas) sin modificar el entorno ni controlar el proceso que se está observando.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

El número de habitantes a considerar en nuestra investigación es de: 118.538 personas de una muestra de 25 a 60 años.

3.4.2. Muestra

3.4.2.1. Tipo de Muestra

Aleatorio

3.4.2.2. Tamaño de la Muestra

	<u>25 a 60 años</u>	
Población Portoviejo 280.029	De 25 a 29 años	23 121
	De 30 a 34 años	21 157
	De 35 a 39 años	19 129
	De 40 a 44 años	16 877
	De 45 a 49 años	15 222
	De 50 a 54 años	12 586
	De 55 a 60 años	10 446
TOTAL		118 538

$n = ?$	$Q = 0,5$
$P = 0,5$	$N = 35\ 561$
$Z = 1,96$	$Z = 1,96$

$$n = \frac{N * Z^2 P * e}{Z^2 * (N - 1) + Z^2 * P * e}$$

$$n = \frac{118.538 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(118.538 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{113843.8952}{296.3425 + 09604}$$

$$n = \frac{113843.8952}{297.3029} = 383$$

3.5. Recursos

3.5.1. Humanos

1. Autores de la investigación
2. Tutor
3. Autoridades Municipales
4. Consumidores y usuarios

3.5.2. Materiales

1. Hojas A4
2. Lápiz
3. Corrector
4. Esferos

3.5.3. Tecnológicos

1. Laptop
2. Internet

3. Memoria
4. Impresora

3.5.4. Económicos

\$600,00

3.6. Fuentes y Procesamiento de la Información

Para la siguiente presentación se utilizara el paquete de office en donde Word servirá para procesar textos, Excel se utilizara para la elaboración de tablas y graficas estadísticas, Visio ayudará para la elaboración de diagramas de flujo y PowerPoint ayudara a elaborar y desarrollar el propósito de sustentación.

3.7. Presupuesto de Gasto

RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Internet	50 horas	\$1.00	\$50.00
Hojas A4	5 resmas	\$3.50	\$17.50
Impresiones	400 hojas	\$0.05	\$20.00
Transporte	20 viajes	\$1.50	\$30.00
Imprevistos			\$300.00
TOTAL			\$417.50

CAPÍTULO IV.

4. Inexistencia del Servicio de Lockers en el Mercado N° 1 de la Ciudad de Portoviejo

4.1. Necesidades de los Consumidores

La necesidad de implementar el servicio de casilleros surge de factores como el crecimiento poblacional, el riesgo en la salud de los consumidores, la inseguridad del mercado n° 1 y el aumento de demanda de productos de primera necesidad que las familias adquieren.

La población en la ciudad Portoviejo ha aumentado considerablemente según proyecciones realizadas por el INEC, en donde estudios demuestran que hasta el año 2014 contamos con 304.227 habitantes.

CUADRO N° 4

CRECIMIENTO POBLACIONAL

2010	290.199
2011	293.850
2012	297.417
2013	300.878
2014	304.227

Fuentes: INEC

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Las cifras indican que el aumento de personas está directamente relacionado con el aumento de las necesidades debido a la falta de organización cultural y municipal, es por ello que se considera importante

implementar el servicio de alquiler de casilleros que permita a los consumidores del mercado n°1 acceder a los productos con seguridad y comodidad.

La inseguridad causada gracias a los frecuentes actos delictivos, además del riesgo en la salud por motivo del sobrepeso por las compras adquiridas, son algunos de los factores que inciden en la creación de la necesidad del mercado n°1.

Tales factores indican que los consumidores del centro de abastos prefieren cargar con sus fundas o canastos llenos de productos mientras realizan sus compras o prestar algún espacio físico limpio en donde puedan ubicarlos.

Para el caso de los asentamientos informales el Municipio de Portoviejo dictaminó mediante ordenanza técnicas para mejorar el orden comercial, en donde especifica que el uso de las aceras y calles peatonales son exclusivamente peatonales, lo que indica que el uso formal del comercio permite al consumidor utilizar el servicio de casilleros en un local adecuado y formalizado.

Debido al aumento de habitantes en la ciudad y al consumismo que genera la sociedad actual se ha observado que los consumidores del mercado adquieren cada vez más productos alimenticios para poder cubrir sus necesidades básicas. Debido a la cantidad de productos adquiridos por los usuarios surge la necesidad de ofrecer en el mercado n° 1 el servicio de alquiler de casilleros, en donde podrán salvaguardar sus productos mientras continúan en su recorrido por el lugar.

1. ¿Cuál de los siguiente servicios considera usted debe implementarse en el mercado n° 1? OE1

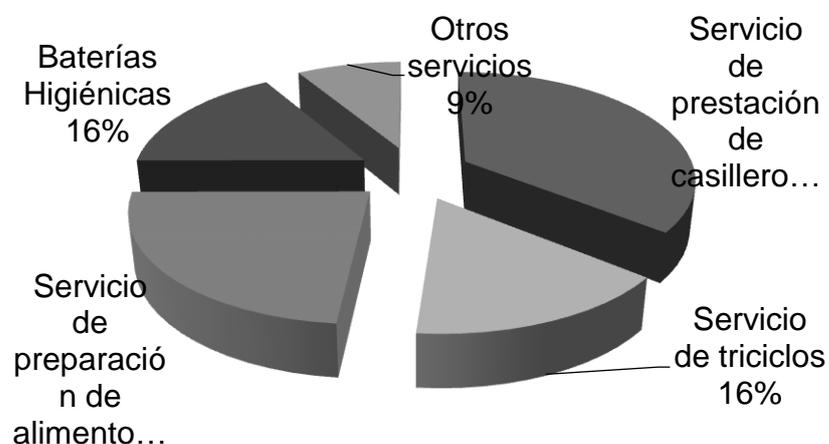
Cuadro N° 5
SERVICIOS

Servicio de prestación de casilleros	137	36
Servicio de triciclos	60	16
Servicio de preparación de alimentos	90	23
Baterías Higiénicas	63	16
Otros servicios	33	9
TOTAL	383	100%

Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Gráfico N° 1
SERVICIOS



Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

De las 383 personas encuestadas, 137 personas consideran importante la implementación de un servicio de casilleros ya que además de ser una idea innovadora brinda a los consumidores la comodidad y seguridad que buscan, 60 personas creen que el servicio de triciclos es una actividad

tradicional que no debe olvidarse, 90 personas indican que el servicio de alimentos es de mucha utilidad para las personas que laboran en el lugar, 63 personas consideran de suma importante la implementación de baterías higiénicas ya que de esta forma se reduciría la insalubridad en el mercado, mientras que 33 personas consideran que se deben implementar servicios tales como: parqueaderos, ayudantes de compras en los centros comerciales, otros. De acuerdo con el resultado de las encuestas, un 36% de la población opina que la propuesta es positiva ya que una vez implementada será de mucha ayuda para los usuarios por las facilidades que se brindará con el servicio de alquiler de casilleros.

2. Estaría dispuesto a pagar el alquiler de un servicio de lockers o casilleros en el mercado n° 1? En caso de que su respuesta sea Si seleccione el valor por hora. OE1

Cuadro N° 6

ALQUILER

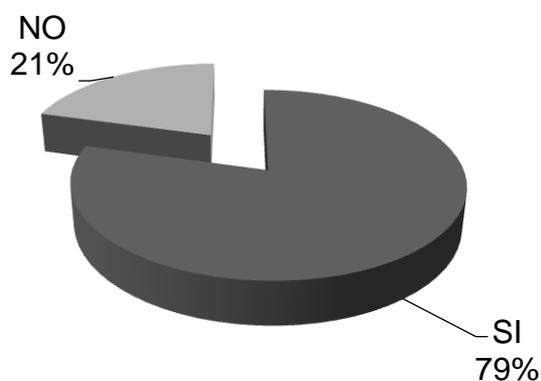
SI	304	79
NO	79	21
TOTAL	383	100%

Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Gráfico N° 2

ALQUILER



Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

De las 383 personas encuestadas, 304 personas estarían dispuestas a pagar por el servicio de alquiler de lockers o casilleros, mientras que 79 personas consideran no requerir del servicio además de no poseer los recursos para adquirirlo. El 79% de la población encuestada está en condiciones de pagar por el servicio de alquiler de casilleros, lo que resulta favorable y augura la factibilidad de la propuesta.

Cuadro N° 7

PRECIOS

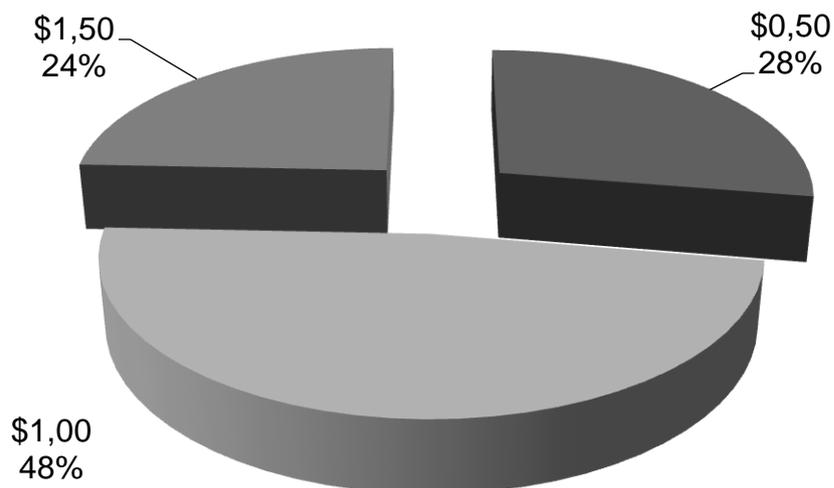
\$0,50	84	28
\$1,00	146	48
\$1,50	74	24
TOTAL	304	100%

Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Grafico N° 3

PRECIOS



Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

De las 304 personas que optaron por la respuesta positiva, 84 personas pagarían \$0,50 ctvs. ya que les parece el precio justo por el servicio, 146 personas estaría dispuestos a pagar \$1,00 ya que debido a sus múltiples ocupaciones tendrían que dejar sus compras guardadas por más de una hora, mientras que 74 personas pagarían \$1,50 ya que ellos utilizarían los casilleros refrigerados. La opinión de la población sobre el costo del alquiler de los casilleros es muy importante ya que es una variable que se debe considerar al momento de establecer los precios a fijar por cada casillero.

4.2. Comercio Informal

Si bien es cierto, el desorden informal del comercio en el mercado nº 1 de Portoviejo permite la factibilidad del servicio de alquiler de casilleros ya que los consumidores deberán utilizar los lockers como espacios para guardar sus fundas debido a que los asentamientos informales no cuentan con los mismos para salvaguardar las pertenencia de sus clientes mientras continúan su recorrido por el lugar.

4.2.1. Causas del Comercio Informal

El comercio informal es una actividad que afecta a la economía de la ciudad y al orden de los mercados especialmente el nº1. Este tipo de actividad permite que las personas se vean en la necesidad de demandar el servicio de lockers para la colocación de compras adquiridas. Es por ello que a continuación se explican las causas por las cuales los comerciantes prefieren acceder a la actividad informal:

- a) Elevados impuestos laborales que reducen los ingresos de los comerciantes.
- b) Mala legislación en seguridad social.
- c) Políticas macroeconómicas y reformas comerciales que afectan a los sectores más propensos a optar por la informalidad ya que sus rígidas aplicaciones afectan directamente a la productividad.

Se debe comprender que la informalidad también es el resultado de la poca cultura comercial que poseen los comerciantes de la ciudad de Portoviejo, en donde más de 1.500 comerciantes informales cierran las aceras y partes de las calles para colocar sus productos. Para estas personas es más fácil colocar un negocio y obtener rápidos rendimientos sin necesidad de formalizarlos en las instituciones de control, ya que así no se verá afectada su utilidad por la venta de los productos. Si bien es cierto que esta actividad es una mala práctica comercial incide en que los consumidores se acerquen a utilizar los casilleros para evitar cargar los productos y así poder comprar más en el menor tiempo posible y con la seguridad necesaria. Es importante indicar cuales son los productos que los consumidores adquieren con mayor frecuencia, de esta forma se podrá ajustar el servicio según las necesidades de los consumidores:

CUADRO N° 8

PRODUCTOS DE MAYOR DEMANDA DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO				
		Jugo natural		
Pan corriente trigo (bollo, redondo, cachos)	Carne de res con hueso	de frutas envasado (deli, sunny, pulp, etc.)	Queso de cocina (tierno)	Limón sutil
Arroz blanco	Azúcar refinada (blanca)	Plátano verde	Leche fresca cruda o no pasteurizada (vaca)	Refrescos (Limonada, Tampico, Kappo, etc.)
Colas y/o gaseosas (botellas, grandes medianas y personales)	Pulpa de res	Fideos (lazos, conchas, letras, etc.)	Leche maternizada (Fórmula)	Fréjol tierno (pelado o en vaina)

Leche entera funda	Carne corriente de res	Yogurt de frutas	Agua mineral con gas (botellas: grandes medianas y personales)	Banano (guineo)
Pechuga, alas y piernas de pollo	Papa chola	Pescados otras variedades (caritas, hojitas,..)	Zanahoria amarilla	Bebidas energizantes (redbull, V220, etc.)
Pollo, gallina entero sin plumas	Pechuga de pollo	Manzana	Leche entera cartón	Camarones
Queso de mesa	Atún en aceite vegetal	Naranja	Pimiento	Lenteja
Aceite vegetal de palma africana (la favorita, el cocinero, ales etc.)	Tomate riñón	Carne de cerdo con hueso	Lomo de res	Arveja tierna (pelada o en vaina)
Huevos de granja (incubadora)	Arroz flor	Tomate de árbol	Choclo tierno en mazorca	Chuleta de cerdo
Agua sin gas purificada (botellón, botellas, grandes medianas y personales)	Cebolla paiteña colorada	Piernas de pollo	Café soluble e instantáneo (corriente)	Cebolla blanca

Fuente: INEC

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Otro factor importante que incide en la informalidad del mercado es la falta de supervisión municipal. La mala administración (inexistencia de reglamentos para la aplicación de las ordenanzas) que el municipio de Portoviejo ha tenido en los últimos 10 años afecta directamente al comercio, tanto así que para llevar acabo la supervisión municipal cuentan tan solo con dos vigilantes de aseo y un doctor encargado de vigilar el óptimo estado de los productos y servicios. Para los formales a pesar de contar con los permisos necesarios para operar, estos no lo ejecutan de la manera adecuada ya que colocan su mercadería en las aceras, promoviendo con esto los actos de delincuencia. Para la realización del alquiler de casilleros es de suma importancia considerar los factores anteriormente mencionados, ya que con la operación adecuada del negocio, será llamativo para los consumidores contar con un local limpio, confiable y accesible.

4.2.2. Consecuencias del Comercio Informal

El comercio informal es un tema que aqueja a los comerciantes formales del mercado n° 1 obteniendo así consecuencias que afecta directamente en sus utilidades, es por ello que esta práctica es considerada injusta puesto que estos deben pagar los respetivos impuestos, alquiler de algún local y todo lo demás que la ley indique a diferencia de los comerciantes informales que no declaran impuestos, no poseen patente y arriendo de local. Es por ello que a continuación se detalla los datos de los comerciantes informales y formales del mercado n° 1:

CUADRO N° 9

COMERCIANTES

2014

INFORMALES	FORMALES
410	699

Fuente: Ing. Jorge Giler - Adm. Municipal

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Los datos obtenidos demuestran los altos niveles de informalidad que el mercado n° 1 posee, en comparación con los datos de los comerciantes formales. A pesar de existir un mayor número de formalidad los valores de los comerciantes que se encuentran laborando en las aceras y calles son elevados.

El mercado barrial es un sitio competitivo donde la transferencia de productos es constante en donde la práctica informal genera inconvenientes de pensamiento entre formales e informales, los primeros se consideran en desventaja, debido a que los informales no cumplen con lo establecido en la ley por lo que reciben toda la utilidad de sus productos, mientras que los segundos buscan el progreso económico por medio del comercio ambulante.

A pesar de ello se considera que lo óptimo para la puesta en marcha del alquiler de casilleros es acogerse con lo establecido en la ley, es decir, alquilar un local, inscribir en el RUC o Rise, adquirir una patente, entre otros, para así generar la confianza necesaria en los consumidores y promover el consumo del servicio.

4.2.3. Políticas Públicas para Controlar el Comercio Informal.

La constitución de la República del Ecuador en el artículo 253 indica que el estado procurará mejores condiciones crediticias, informativas, sociales y comercializadora a los sectores informales de bajos recursos.

Por otro lado según la ordenanza para regular la zona de regeneración urbana del centro de la ciudad de Portoviejo relata sobre las normas que los comerciantes de la ciudad deben seguir para mantener el orden público. Los comerciantes informales deben ubicarse en espacios que la ordenanza lo permita, respetando el paso de los peatones y vehículos. Además recalca

sobre la limpieza que cada espacio debe mantener, es decir que debe estar limpio y sin obstáculos para el peatón.

Dichas políticas públicas son aplicadas con la finalidad de tener conocimientos sólidos de que para la puesta en marcha del alquiler de casilleros es necesario respetar la normativa indicada por la ley y ordenanzas municipales.

4.3. Ordenanzas Municipales

La ordenanza municipal aplicada para los mercados y la correcta asignación de los comercios como lo es el local de alquiler de lockers o casilleros es: Ordenanza para Regular la zona de Regeneración Urbana del Centro de la Ciudad de Portoviejo, en donde según sus artículos más relevantes explicados a continuación garantizarán el bienestar del comerciante y la correcta urbanidad de la ciudad.

En el título II del ordenamiento, intervención urbanística y gestión, el capítulo I trata sobre el Uso del Suelo en Áreas Públicas, en donde especifica la correcta utilización de las aceras, calles peatonales y calzadas para uso exclusivo de circulación peatonal y vehicular.

En el título II del ordenamiento, intervención urbanística y gestión, el capítulo IV trata sobre el Comercio en las Aceras, en donde indica que es prohibido el asentamiento informal en soportales y aceras. La vigilancia de dichas actividades estará a cargo de la Policía de Justicia y Vigilancia del Municipio de Portoviejo.

En el título II del ordenamiento, intervención urbanística y gestión, el capítulo V art. 13 inciso 13.1.4. trata sobre el uso de los Servicios Públicos, en donde el arrendatario deberá cumplir con lo especificado: Ejecutar la actividad que fue autorizada, no causar molestias de ruido a sus vecinos, no acumular basura en horario de no recolección, colocar carteles o avisos autorizados, vender bebidas alcohólicas en locales no autorizados, realizar cambios de fachado sin la autorización municipal respectiva.

En el título III de las edificaciones, capítulo II de las instalaciones de servicio, el art. 20 indica que los aumentos por servicios a realizarse en las edificaciones deberán realizarse en los plazos establecidos según notificación emitida por la autoridad municipal. Cabe indicar que la normativa explícita será supervisada por la Comisión especial de Regeneración Urbana de la Zona Central del Municipio de Portoviejo.

CAPÍTULO V.

5. Escaso Nivel del Impacto Socioeconómico en los Consumidores.

5.1. Demanda de los Consumidores

Los resultados de la proyección de los consumidores a 3 años se pueden ver en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 10
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	PROYECCIÓN GEOMÉTRICA (CONSUMIDORES)	OBSERVACIONES
2014	35,561.00	CENSO INEC 2010
2015	35,939.26	Población proyectada
2016	36,303.83	
2017	36,653.80	Población final proyectada

Fuente: INEC (2010)

Elaboración: Autoras de la investigación

En el cantón Portoviejo la demanda de los consumidores ha aumentado considerablemente según datos base obtenidos del INEC, lo que nos permitió realizar la proyección de la demanda. Datos que indican que el incremento poblacional de la ciudad está directamente relacionado con la demanda de los consumidores, es decir, al haber un ascenso poblacional existirá un mayor número de personas que acuden al mercado a adquirir más productos mejorando la venta de los artículos de primera necesidad.

Gracias a su asistencia y a todas las compras realizadas por este gran número de consumidores aumenta la probabilidad de que la implementación

del servicio de lockers en el mercado n° 1 sea más factible y sostenible en el tiempo.

Según encuestas realizadas en el Mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo el alquiler de casilleros si es un servicio requerido por los consumidores, ya que contribuye a mantener la seguridad, la salud y el tiempo de los mismos. Adicionalmente los encuestados indicaron que es un servicio económicamente accesible para todo tipo de status social.

Dicha investigación realizada por medio de la encuesta coincide con la proyección de la demanda, ya que en ambos parámetros se verifica la factibilidad del proyecto de alquiler de casilleros.

5.2. Seguridad de los Locales Comerciales y los Consumidores

La seguridad de los locales comerciales y los consumidores del Mercado n° 1 de Portoviejo se encuentra bajo la supervisión de los Policías Municipales que mediante recorrido rotativo y atenciones de denuncias realizadas por los consumidores intentan reducir el número de delitos.

3. Del siguiente listado seleccione la razón más importante por la cual dejaría sus compras en casilleros. OE1

Cuadro N° 11

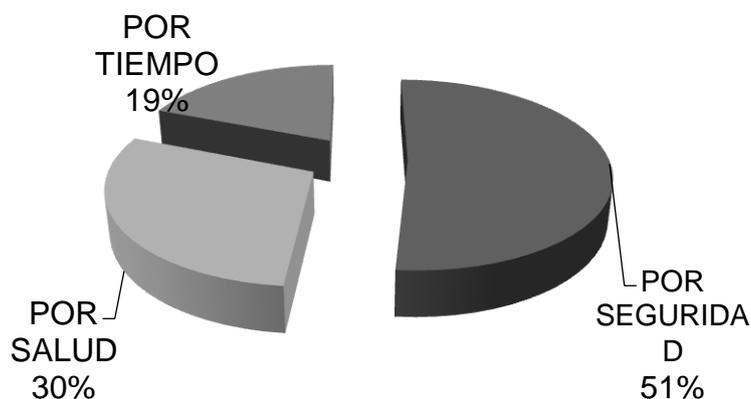
RAZONES DE COMPRA

POR		
SEGURIDAD	197	51
POR SALUD	113	30
POR TIEMPO	73	19
TOTAL	383	100%

Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Gráfico N° 4
RAZONES DE COMPRA



Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

De las 383 personas encuestadas, 197 dejaría sus compras en los casilleros por seguridad ya que consideran que el mercado es un lugar en donde ocurren muchos actos de delincuencia, 113 personas lo harían por salud debido a la edad y las enfermedades que padecen, mientras que 73 personas no realizarían por el tiempo que disponen y sus múltiples actividades. El aspecto más importante por los que las personas utilizarían los casilleros o lockers es la seguridad, considerando que este servicio les permitirá a los usuarios movilizarse con facilidad y rapidez al momento de realizar sus compras en el mercado N° 1.

6. ¿Considera usted que el mercado N° 1 es seguro para los usuarios? OE3

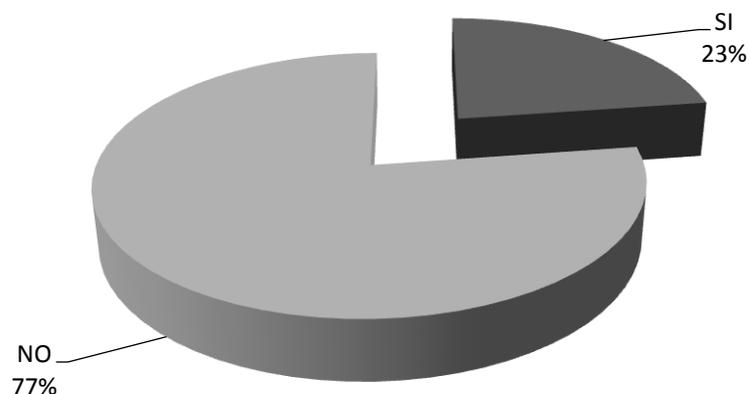
Cuadro N° 12
SEGURIDAD

SI	87	23
NO	296	77
TOTAL	383	100

Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Gráfico N° 5
SEGURIDAD



Fuente: Consumidores del mercado
Elaborado por: Autoras de la Investigación

De las 383 personas encuestadas, 87 personas aseguran no haber sido víctima de la delincuencia mientras realizan sus compras mientras que 296 indican que el mercado es completamente inseguro y que a diario se generan un sinnúmero de actos delictivos. El mercado se lo cataloga como un lugar inseguro debido a la delincuencia realizada a diario ya que se debe fomentar más seguridad incluyendo policías municipales para asegurar

5.2.1. Políticas de Seguridad

Los locales comerciales y los consumidores del mercado N° 1 de Portoviejo requieren del control municipal y policial para asegurar que los actos delictivos no ocurran con frecuencia.

La Policía Nacional en conjunto con los comerciantes del mercado trabajan en conjunto para el cumplimiento de dicho objetivo, para lo cual los comerciantes son capacitados en temas de seguridad, de esta forma denuncian cualquier delito en contra de sí mismos y de los consumidores. Adicionalmente se informó a los comerciantes del mercado que la Policía

realiza patrullaje preventivo, en donde cuentan no solo con patrullas sino también con motos policiales y la supervisión de las cámaras del ECU911.

Otra forma de garantizar la seguridad de los comerciantes y los consumidores es la aplicación de botones de seguridad y alarmas comunitarias.

El GAD municipal por medio de la Ordenanza para Regular la Zona de Regeneración Urbana del Centro de la Ciudad de Portoviejo indica los puntos a seguir para mejorar la seguridad de los mercados.

El art. 8 del Acceso Vehicular a las Edificaciones indica en un inciso 8.4 que se debe implementar un sistema de seguridad para los peatones en donde cada acceso vehicular que posean las edificaciones debe contar con señalización como: espejos, letreros, semáforos, luces indicadoras, etc.

El art. 15 De la Iluminación Pública y Privada indica la obligatoriedad de los propietarios respecto a la iluminación de sus soportales de acuerdo a su infraestructura, con el fin de colaborar con la seguridad y presentación nocturna.

El art. 16 de la Seguridad indica que el municipio podrá emitir convenios con los comerciantes, con el fin de poder realizar un trabajo en conjunto entre los mismos, la Policía Municipal y la Policía Nacional.

El art. 22 de la Adecuación Física de los Soportales, Aceras, Calzadas y Cerramientos indica en su inciso 22.2 el Plan de Regeneración Urbana que relata sobre los diseños tipo a aplicarse respecto de: aceras, calzadas, soportales, cerramiento, rampas de minusválidos, zonas de seguridad, redes de infraestructura, cajas de revisión y señalización horizontal y vertical.

El art. 28 de los Deberes y Atribuciones de la Administración relata en su inciso 28.10 supervisar que el área intervenida este en óptima condiciones de uso, especialmente en lo que respecta al mobiliario urbano, jardinería,

señalización, seguridad, limpieza, y toda otra acción de acuerdo a lo estipulado en el Plan de Regeneración Urbana.

4. ¿Considera usted que las ordenanzas municipales fomentan el ordenamiento de los comercios informales en relación a la seguridad de los compradores? OE2

Cuadro N° 13

ORDENANZAS MUNICIPALES

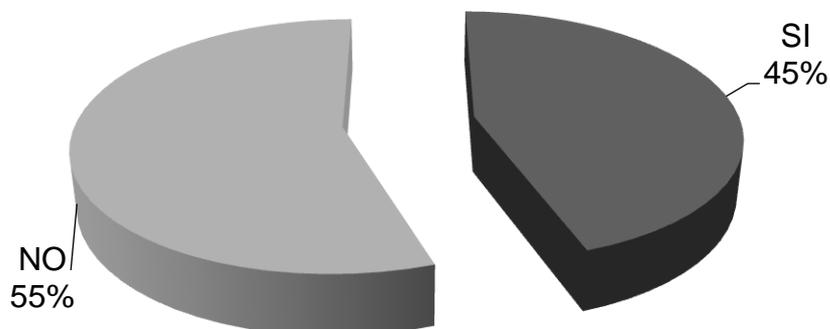
SI	171	45
NO	212	55
TOTAL	383	100%

Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Gráfico N° 6

ORDENANZAS MUNICIPALES



Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

De las 383 personas encuestadas, 171 personas indican que a pesar de desconocer las ordenanzas municipales si consideran que el cumplimiento respecto al fomento de la seguridad si es efectivo, mientras que 212 personas aseguran desconocer las ordenanzas municipales y dudan de su existencia. Es importante que el Municipio realice una campaña de

divulgación de las ordenanzas municipales para que la población conozca sus derechos y obligaciones vigentes además de las normas que rigen para los comercios informales.

5. Seleccione cuál de los siguientes artículos de las ordenanzas de seguridad se cumplen en el mercado n° 1. OE2

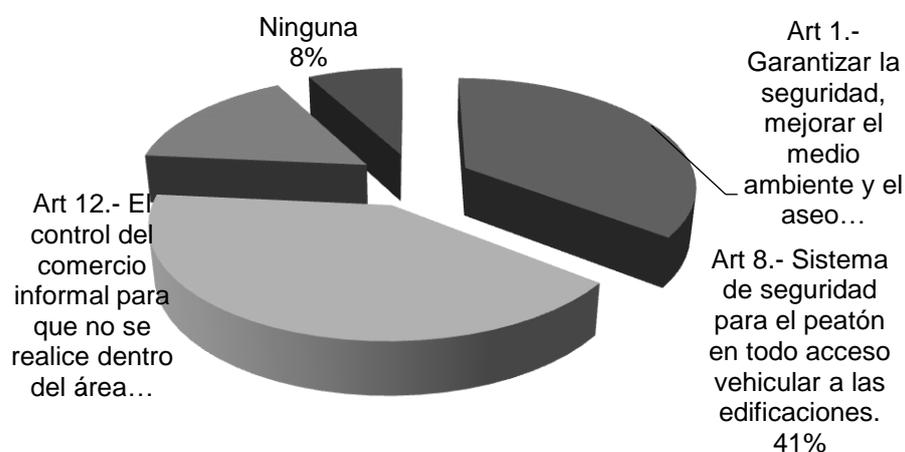
Cuadro N° 14
ARTÍCULOS DE LAS ORDENANZAS

Art 1.- Garantizar la seguridad, mejorar el medio ambiente y el aseo urbano.	136	35
Art 8.- Sistema de seguridad para el peatón en todo acceso vehicular a las edificaciones.	157	41
Art 12.- El control del comercio informal para que no se realice dentro del área intervenida.	60	16
Ninguna	30	8
TOTAL	383	100

Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Gráfico N° 7
ARTÍCULOS DE LAS ORDENANZAS



Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

De las 383 personas encuestadas, 136 personas consideran que las ordenanzas fomenta la seguridad y la protección al medio ambiente pero que se requiere de un control más estricto respecto al aseo del mercado, 157 personas indican que si existen las señalizaciones correspondientes al paso peatón en los accesos vehiculares a las edificaciones, 60 personas aseguran que en la actualidad el mercado ha mejorado respecto al orden del comercio informal mientras que 30 personas indican no observan cumplimiento alguno de dichas ordenanzas. A pesar de que la ciudadanía considera que las ordenanzas fomentan la seguridad y protección del medio ambiente en el mercado, es muy necesario que se concientice a los usuarios para que cumplan las normas vigentes.

5.2.2. Sectores Comerciales Más Activos

Los sectores comerciales más activos del mercado n° 1 de la ciudad de Portoviejo son: frutas, cárnico, legumbres y verduras. Al ser los productos que los consumidores adquieren con mayor frecuencia por ser de primera necesidad permiten determinar el tipo de lockers a diseñar por dimensiones según el requerimiento de las personas.

Para los consumidores que adquieren un gran número de tipos de carnes será necesario la implementación de lockers refrigerados para su mantenimiento.

En el caso de los consumidores que adquieren los artículos secos como son: frutas, legumbres y verduras, se requerirá la implementación de lockers no refrigerados de diferentes dimensiones que permita el ingreso total de las fundas adquiridas.

5.2.3. Demanda De Los Locales Pequeños

Los resultados de la proyección de la demanda de los locales comerciales pequeños informales y formales a 3 años se pueden ver en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 15
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA – LOCALES PEQUEÑOS

AÑO	PROYECCIÓN GEOMÉTRICA (PEQUEÑOS LOCALES)	
	INFORMALES	FORMALES
2014	410,00	699,00
2015	414,36	706,44
2016	418,56	713,60
2017	422,60	720,48

Fuente: Ing. Jorge Giler - Adm. Municipal

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Los locales pequeños ya sean informales o formales del mercado n° 1 de la ciudad de Portoviejo son quienes tienen la pauta comercial en el sector debido al gran número de operarios. Sin embargo es importante resaltar que la demanda generada por los pequeños locales apuntan a la informalidad debido a la falta de instrucción comercial, ya que según datos obtenidos por el Administrador Municipal la demanda de operaciones informales es lo que aqueja el comercio del mercado.

Para la implementación del servicio de lockers es importante tomar de referencia los datos de los comercios informales, ya que lo que se pretende es la implementación de un servicio que incentive el desarrollo del mercado, es por ello que la formalidad es uno de los pilares fundamentales del negocio.

5.3. Políticas de la Salud para los Comerciantes y los Consumidores

Las políticas implementadas para la protección de la salud de los usuarios que asisten y laboran en el mercado implican el peso óptimo que una persona debe cargar para no contraer molestias a futuro. La salud de los comerciantes y consumidores es primordial en la investigación ya que es

considerado como un factor de estudio que hace posible la implementación del servicio de lockers.

7. ¿Conoce usted las ordenanzas municipales respecto a la protección de la salud de los consumidores? OE3

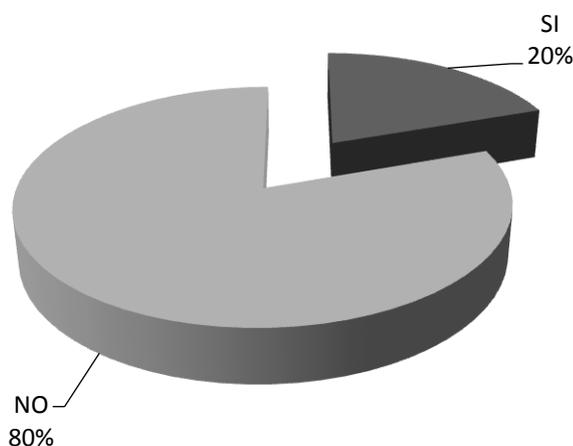
CUADRO N° 16
PROTECCIÓN DE LA SALUD

SI	75	20
NO	308	80
TOTAL	383	100%

Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

Gráfico N° 8



Fuente: Consumidores del mercado

Elaborado por: Autoras de la Investigación

De las 383 personas encuestadas, 75 personas indican tener conocimiento respecto a las normas de salud que el mercado debe seguir para proteger la salud del consumidor mientras que 308 personas desconocen ordenanza alguna sobre la salud de los mismos. Llegando al análisis se debe fomentar la cultura de los consumidores y promover la

aplicación de las ordenanzas municipales respecto la protección de la salud de los consumidores.

5.3.1. Riesgos de la Salud de los Consumidores

En la investigación realizada para la implementación del servicio de lockers es de suma importancia considerar los riesgos que repercuten la salud cargar fundas llenas de productos por todo el Mercado N °1.

Se considera que dicha actividad es realizada al menos una vez a la semana por lo que para la investigación es una gran oportunidad promover la protección a la salud con la implementación de este servicio.

Según criterios médicos una persona puede resistir seis horas de pie y de acuerdo a su talla los kilogramos, ejemplo: $1.80 - 100 = 80$ kilos. Si el consumidor excede el peso y el tiempo indicado puede generar en su cuerpo molestias tales como: dolor lumbar (la afectación dependerá del peso), de tobillos y pies.

5.3.2. Asistencia Administrativa

Las políticas aplicadas en la actualidad para controlar la asistencia administrativa del mercado n° 1 de la ciudad de Portoviejo fomentan el estricto control de los mecanismos administrativos sobre las empresas que prestan servicios en el mercado, además de la implementación de un representante competitivo que supervise a cabalidad el cumplimiento de lo pactado con dichas empresas y los comerciantes.

Es importante indicar que para disminuir el comercio informal se debe regular las tarifas y subsidios según lo establecido en la ley, promoviendo con ello la equidad y sostenibilidad de los comercios en el tiempo.

La administración para mejorar los servicios a los consumidores del mercado, realiza la ejecución de un proyecto de ampliación de alcantarillado y servicio de aseo en el mercado, asegurando con ello a los nuevos comerciantes que la inserción de su idea de negocio se la realizara bajo un esquema estricto de supervisión en cuanto al aseo de los comercio para prevenir la salud de todos.

Es importante mencionar que la administración realizará campañas respecto a la atención a la salud brindada a jóvenes y adultos, además del impulso en las políticas para ampliación y mejora de los servicios de salud.

5.3.3. Políticas de Protección a la Salud

La salud de los consumidores y comerciantes también depende de la limpieza que se tenga en el negocio. Es por ello que existen políticas que indican el aseo estricto de los mismos.

La ordenanza Sanitaria del Municipio de Portoviejo indica en el título III, capítulo I, artículo 3, literal II que los pisos, paredes, techos y drenajes deben estar contruidos adecuadamente para que estos puedan ser limpiados con facilidad.

La unión entre paredes y pisos debe ser cóncava para facilitar la limpieza.

En cuanto a los techos falsos y las instalaciones suspendidas deben estar colocados de tal forma que no permita la acumulación de suciedad, la condensación y la formación de mohos.

Es importante mencionar que la administración realizará campañas respecto a la atención a la salud brindada a jóvenes y adultos, además del impulso en las políticas para ampliación y mejora de los servicios de salud para los consumidores.

Conclusiones

1. Se concluye que la implementación del servicio de Lockers o casilleros en el Mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo permitirá cubrir factores como la demanda de los consumidores en relación a los productos de primera necesidad adquiridos los pequeños locales comerciales. Es necesario mencionar que la idea si cubre los factores mencionados, por lo que su incorporación en el mercado brindará a los consumidores las facilidades necesarias para hacer de su recorrido por el lugar un paseo seguro y placentero, con la tranquilidad de poder contar con un espacio donde salvaguardar sus fundas de compras por el tiempo que deseen y a un precio accesible.
2. Por otro lado es necesario concluir que posterior a la investigación realizada se observó que en el Mercado N° 1 prima el comercio informal, esto se debe al bajo nivel de cultura de los vendedores. Es importante mencionar que el mercado es un lugar donde prima la inseguridad como resultado de la informalidad de los comerciantes. Debido a ello el servicio de Lockers seguirá los procesos formales de apertura del negocio que la ley y las ordenanzas municipales establecen, para convertir la idea de negocio en un referente para el comercio informal.
3. Respecto a las ordenanzas municipales que protegen la salud de las personas se concluye que la falta de asistencia administrativa incide en que estas no sean aplicadas de forma efectiva, por lo que es importante promover las mismas entre la ciudadanía. Por otro lado se indica que la no aplicación de las mencionadas ordenanzas son el resultado de la inexistencia del respectivo reglamento o respaldo para su ejecución sancionatoria.

CAPÍTULO VI.

6. Propuesta

6.1. Identificación

Plan de implementación del servicio de lockers en el mercado n° 1 de la ciudad de Portoviejo.

6.2. Justificación

La implementación del servicio de lockers es una idea de negocio factible ya que no cuenta con competencia alguna, al no existir en el mercado así como en la ciudad un negocio similar.

El servicio de alquiler de casilleros permitirá al consumidor poder realizar sus compras de una manera cómoda, segura y con la garantía de contar con un lugar seguro para salvaguardar sus compras mientras continúan su recorrido por el lugar o realiza otra actividad. Además de los factores mencionados es importante señalar que la incorporación de este servicio en el mercado contribuye a prevenir la salud de los consumidores ya que estudios realizados por el IESS señalan que cargar demasiado peso en la manos es perjudicial para la columna vertebral; por otro lado se disminuye el riesgo de que los consumidores sean víctimas de la delincuencia por tener que cargar muchas fundas por las calles y aceras del mercado.

6.3. Objetivos

6.3.1. Objetivo General

Implementar el servicio de lockers en el mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

6.3.2. Objetivos Específicos

1. Satisfacer la necesidad insatisfecha de alquiler de casilleros en el mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.
2. Identificar la aceptación del uso de lockers por parte de la demanda.
3. Realizar un análisis económico - financiero sobre la factibilidad de la propuesta.

6.4. Beneficiarios

6.4.1. Directos

Los beneficiarios directos de la propuesta son los clientes que visitan el mercado n° 1 en el cual realizan las compras de alimentos, carnes, frutas, verduras y legumbres, y quienes serán los que utilicen los lockers como una alternativa para cuidar los productos adquiridos.

6.4.2. Indirectos

Los beneficiarios indirectos de la propuesta son los comerciantes del mercado n° 1, quienes recibirán mayores ventas por los consumidores ya que contarán con un espacio donde guardar sus compras.

6.5. Descripción de la Propuesta

La implementación del servicio de lockers consiste en brindar a los consumidores del Mercado N° 1 de Portoviejo casilleros alquilables en donde puedan colocar sus compras mientras continúan su recorrido por el lugar o ejecutan otra actividad. Para la implementación del servicio de lockers se propone lo siguiente:

6.5.1. Segmentación del Mercado

El alquiler de casilleros está dirigido a aquellas personas que acuden con frecuencia al mercado, segmentados de la siguiente manera:

Sexo: Masculino – Femenino

Edad: Adultos de 25 a 60 años

Nivel de Ingreso: Bajo (354 – 600) – Medio (601 – 1200) – Altos (1201 en adelante)

Clase Social: Media - Baja

Grado de Instrucción: Primaria – Secundaria – Superior

Gustos y Preferencia: Comodidad – Facilidad – Accesibilidad

El segmento de mercado al que está dirigido nuestro servicio es para el público en general donde intervienen adultos de 25 a 60 años, de sexo masculino y femenino con un nivel de ingreso establecido en tres rangos considerados como alto - medio – bajo; y clase social media – baja.

Son personas con un grado de instrucción primaria – secundaria – superior ya que acuden a un mercado a realizar sus compras sin diferencias sociales.

Con la incorporación del servicio en el mercado, los consumidores tendrán la facilidad y tranquilidad de poder acceder a un sinnúmero de artículos, con mayor agilidad, seguridad y tomándose el tiempo que ellos deseen. Adicionalmente, al contar con la facilidad de poder dejar sus compras en cómodos casilleros evitan percibir perjuicios en su salud debido al peso que causan las fundas de productos adquiridos.

Es importante mencionar que cuando las personas realizan sus compras lo hacen con el grupo familiar (papá, mamá, hijos, demás) o en algunos casos de manera individual. Con el servicio no será necesario que toda la familia acuda al mercado.

6.5.2. Características del Producto

El servicio de lockers contará con casilleros no refrigerados y refrigerados, que contendrán con las siguientes características:

6.5.2.1. Casilleros No Refrigerados

Los casilleros no refrigerados estarán elaborados de acero inoxidable, con chapa y llaves además de una ranura para ventilación. Las medidas de los casilleros variarán de acuerdo a las necesidades de los consumidores:

Alto: 60 cm

Ancho: 60 cm

Profundidad: 80 cm

Alto: 35 cm

Ancho: 35 cm

Profundidad: 80 cm

6.5.2.2. Casilleros Refrigerados

Los casilleros refrigerados serán vitrinas verticales colocadas a 25° C, estructurados por lo siguiente:

1. Parrillas
2. Motor
3. Foco
4. Regulados de voltaje
5. Lata
6. Fibra
7. Gas
8. Puerta de vidrio
9. Cauchos

Las medidas de los casilleros refrigerados serán fijas, debido a la cantidad de fundas a colocar:

Alto: 35 cm

Ancho: 35 cm

Profundidad: 40 cm

De acuerdo a las medidas de los lockers refrigerados y no refrigerados y por el lugar estimado se proyecta la incorporación de 64 casilleros no refrigerados (56 pequeños - 8 grandes) y 28 refrigerados.

6.5.2.3. Precio

El precio asignado en la utilización del servicio dependerá del tipo de casillero o casilleros por hora que el consumidor utilice, tomando en cuenta que en todo negocio los ingresos deben cubrir costos fijos y variables.

Se determinara el precio de acuerdo al tipo de casilleros ofertados, considerando que en la investigación (encuesta) los precios óptimos fueron los siguientes:

Refrigerados	\$1,50 por hora
No Refrigerados (pequeños)	\$1,00 por hora
No Refrigerados (grandes)	\$1,50 por hora

6.5.2.4. Plaza (Distribución)

El canal de distribución que se utilizará será directo, ya que al ofrecer el servicio de lockers el consumidor adquiere el alquiler sin necesidad de intermediarios, es decir, las personas se acercan personalmente a colocar sus fundas.

El negocio estará ubicado en la calle Alajuela y Primero de Enero, cerca de Comercial Gonzalo Zambrano como punto céntrico del Mercado N° 1, su ubicación es parte de una estrategia para las personas que realizan sus compras las mismas que tendrán mayor acceso al servicio.

6.5.2.5. Promoción

La publicidad a realizarse estará estrechamente relacionada con el segmento de mercado al que se está dirigiendo. Los posibles consumidores del servicio son personas que no utilizan internet o los nuevos mecanismos para dar a conocer un producto o servicio.

Es por ello que se utilizará publicidad en medios visuales para dar a conocer el servicio de lockers los mismos que contendrán la siguiente información:

1. Conocimiento sobre el servicio de lockers (concepto)

2. Aceptación del producto
3. Conciencia sobre el uso del servicio

Dentro de los medios visuales se escogió la colocación de posters en los locales comerciales ubicados en el mercado N° 1 más visitados por los consumidores. Además de la inserción de publicidad radial en horas de la mañana.

6.5.3. Proceso del Servicio de Lockers

6.5.3.1. Detalle del Proceso de Alquiler de Casilleros

1) Selección de tipos de casilleros

Dentro de la selección de los tipos de casilleros se cuenta con casilleros refrigerados y no refrigerados en diferentes dimensiones de acuerdo a las necesidades de los consumidores.

Requerimientos

No refrigerados: Acero inoxidable (chapa, llave y ranuras para ventilación)

Refrigerados: Vitrina vertical

1. Parrillas
2. Motor
3. Foco
4. Regulados de voltaje
5. Lata
6. Fibra
7. Gas
8. Puerta de vidrio
9. Cauchos

2) Inserción de fundas de casilleros

Los clientes deben ingresar al local y solicitar el servicio en el área de atención al cliente, área en la cual escogerán el casillero según su necesidad, es decir, la cantidad, tipo y dimensión de casilleros a utilizar para avanzar al siguiente punto del protocolo.

3) Cobro del servicio

Una vez que se conoce la cantidad, tipo y dimensión de casilleros que van a utilizar se informa el precio establecido, en donde mediante el sistema computarizado se ingresa los datos del cliente y también se establece la hora de inicio de utilización del servicio.

Requerimientos

1. Computador
2. Cinta de impresora
3. Rollo de impresor
4. Plumaz

4) Entrega de llave y comprobante de cancelación

Se procede a la entrega del documento una vez cancelado el valor del servicio, el documento indica la hora y el valor, de la misma manera se entrega adjunto la llave del o los casilleros alquilados, adicional se le indica al cliente que debe pagar un valor adicional en caso de exceder el horario límite del servicio.

Requerimientos

1. Rollo de impresora
2. Llaves de casilleros

5) Regreso del cliente

Ingreso del local para retirar las fundas de los casilleros alquilados.

6) Recepción y verificación de hora

Una vez el cliente ingrese al local debe mostrar el comprobante de cancelación para realizar la verificación del tiempo de uso de los casilleros.

7) Cobro de valores adicionales (de ser el caso)

El tiempo de uso de los casilleros es de una hora, si el cliente sobrepasa el tiempo acordado debe cancelar el adicional o fracción de hora correspondiente al valor de la hora.

Requerimientos

1. Rollo de impresora
2. Plumas

8) Recepción de llaves y egreso de compras.

Se procede a la recepción de la llave para colaborar con el retiro de las compras de los clientes.

9) Limpieza de los casilleros

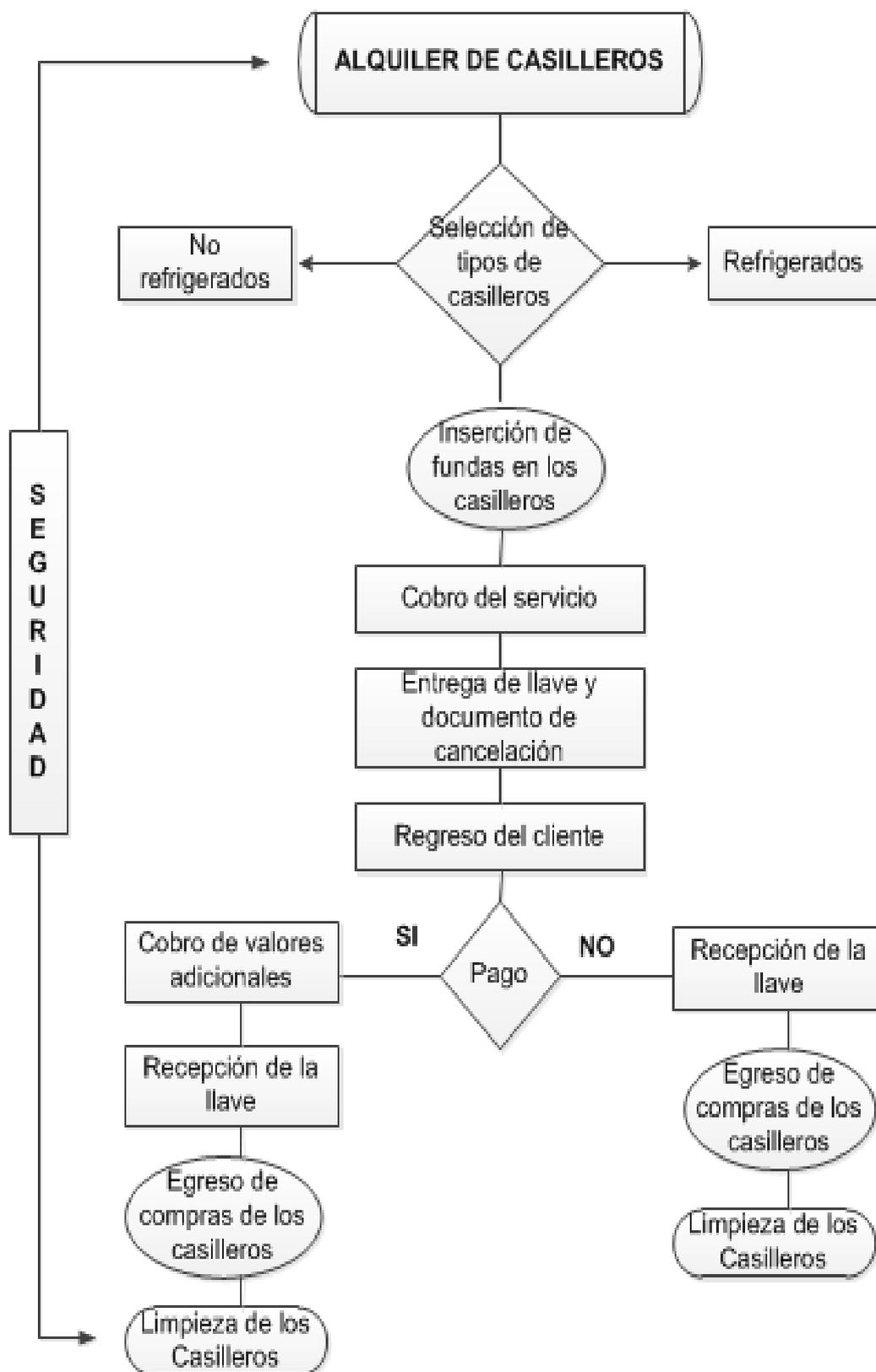
Es necesario limpiar los casilleros una vez que se han utilizado.

Requerimientos

1. Agua
2. Franelas
3. Desinfectantes
4. Entre otros

10) Seguridad

La seguridad interviene en todo el proceso de protocolo de servicio y esta la realizará todo el personal encargado del buen funcionamiento del negocio.

6.5.3.2. Diagrama de Flujos

6.5.3.3. Requisitos Legales de Constitución

1) Nombre de la empresa

Escogido el nombre de la empresa, se debe constatar en la Superintendencia de Compañías si no está utilizado por otra institución. Si el nombre está libre se debe registrar en un lapso 30 días, posterior a ello se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital.

2) Escritura de la Constitución de la Compañía

Documento elaborado por una notaría, luego se debe elevar a escritura pública para ser notariada.

3) Registro mercantil

Una vez aprobada la Constitución de la Compañía se debe dar paso a la autorización del departamento jurídico. Aprobada la documentación debe pasar al registro mercantil.

4) Superintendencia de Compañías

Inscripción en el libro de registro una vez aprobada la documentación en el registro mercantil.

5) Inscripción al RUC

Obtener el permiso de funcionamiento, posterior a la obtención del RUC.

6) Normas Sanitarias

El ARCSA o Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria es el organismo encargado de emitir el permiso de funcionamiento de todas las empresas nuevas que deseen iniciar sus operaciones, para lo cual deben seguir los siguientes pasos,

1. Descargar los formularios para solicitar el permiso de funcionamiento:
 - a) Formulario de Solicitud para el permiso de funcionamiento.
 - b) Formulario matriz para base de datos en Excel.
 - c) Formulario datos para la factura.

2. Llenado los formulario se debe enviar la información al correo que indica la página con todos los datos de relevancia de la empresa.
3. Posterior a la recepción de la documentación se debe esperar 72 horas.
4. Una vez aprobada la solicitud se remite el correo electrónico con una orden de pago, cancelado el valor se emite el permiso de funcionamiento al Director Técnico para la firma electrónica de la documentación.
5. Una vez colocada la firma se envía el Permiso de Funcionamiento al empresario vía correo electrónico del mismo.

6.5.4. Normas de Operación

6.5.4.1. Protección de la Salud

Para poder mantener la salud del personal encargado del buen funcionamiento del negocio es necesario establecer normas estrictas de protección, detallas a continuación:

1. El local como todos los casilleros debe estar en constantemente limpieza
2. Es necesario realizar supervisiones diarias de higiene, para prevenir el ingreso de moscos, moscas y demás insectos que afecten la salud del personal y los consumidores
3. Es indispensable el uso de guantes y mascarillas por parte del personal de limpieza

6.5.4.2. Protección del Consumidor

El consumidor, siendo la razón de todo negocio, debe contar con normas dentro de la empresa que protejan su noble intervención en la adquisición del servicio. Para ello se establecen las siguientes normas:

1. Derecho a la libre elección del tipo de casillero a utilizar, además de la elección de horario bajo estrictas especificaciones del negocio
2. Supervisión y limpieza constante de los casilleros que han sido utilizados
3. Cobro justo de los valores, según tiempo y tipo de casillero

4. En caso de existir alguna situación errónea por parte de algún empleado (error de cobro, mal cambio, error de tiempo, etc.), debe ser corregida a favor del consumidor luego de la respectiva verificación

6.5.4.3. Protección del Producto Local

Todo negocio sin importar su magnitud puede verse afectado por factores internos o externos que interrumpen su operación en el mercado, para ello debe contar con normas que protejan su buen funcionamiento:

1. Derecho de exclusividad
2. El servicio debe contar con un valor agregado que lo diferencia de la competencia o lo haga único en el mercado
3. Debe contar con la seguridad necesaria para evitar daños ya sean de terceros o por parte del personal
4. Limpieza constante

6.5.4.4. Estándares

1. Protocolo de atención al cliente
2. Proceso de seguridad y limpieza permanente
3. Proceso de apertura, manejo y cierre de caja
4. Estándares de protección de salud, protección del consumidor y producto local

6.5.4.5. Control de Calidad

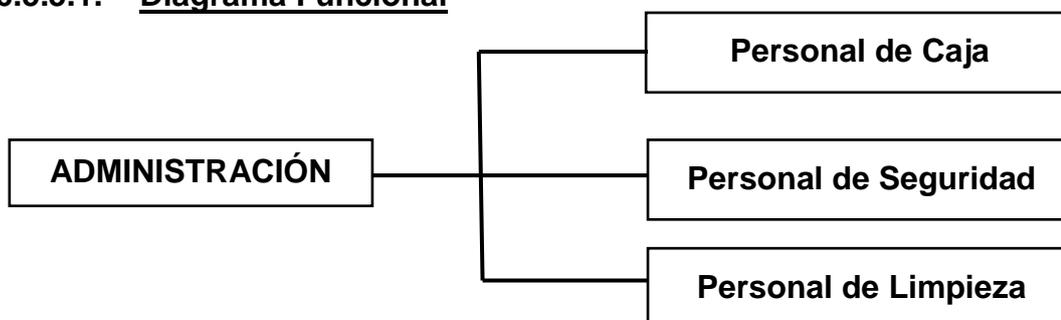
Es necesario realizar un seguimiento al estricto cumplimiento de los procesos en el negocio. Para ello se realizan inspecciones contantes en la correcta aplicación de los procesos operacionales y sobre el servicio al cliente que se brinda, desde el ingreso de los clientes al local hasta su salida.

En cuanto a la atención a los clientes se lo hará mediante consultas aleatorias y sorpresivas, para que ellos califiquen la atención recibida y expongan sus comentarios. Si por algún motivo, algún cliente desea colocar

alguna queja o sugerencia será tomada en consideración y aplicación de ser el caso.

6.5.5. Estructura Organizacional

6.5.5.1. Diagrama Funcional



Descripción Puesto: Administrador/a

Conocimientos Técnicos: Administración, Finanzas

Competencias: Control de personal, Control de caja (arqueo, apertura y cierre), Control de seguridad, Control de limpieza, Supervisión y control de suministros y materiales

Habilidades: Pensamiento estratégico, asumir un rol protagónico empresarial, poder de gestión, capacidad de trabajar bajo presión, capacidad para liderar, motivar y evaluar, ejercer liderazgo.

Destrezas: Trabajo en equipo, sensibilidad ante problemática, aptitud crítica con capacidad de defensa y argumentos propios

Sueldo: \$ 400

Descripción Puesto: Cajero/a

Conocimientos Técnicos: Auditoria, administración, finanzas

Competencias: Cobro de valores, entrega y recepción de comprobantes

Habilidades: Rapidez, capacidad de atender tareas múltiples, realizar cálculos aritméticos, capacidad para tratar de manera amable y efectiva al público en general

Destrezas: Manejo eficiente de la máquina registradora, conteo y cambio de dinero con exactitud

Sueldo: \$ 354

Descripción Puesto: Guardianía

Conocimientos Técnicos: Educación secundaria

Competencias: Revisar el área asignada al entrar a su turno, efectuar recorrido por su área de labores, colaborar con la seguridad de los clientes, no retirarse del área asignada hasta el turno entrante.

Habilidades: Relaciones humanas, destrezas físicas, seguridad y protección.

Destrezas: Defensa personal

Sueldo: \$ 354

Descripción Puesto: Limpieza

Conocimientos Técnicos: No específico

Competencias: Mantener limpio el local, solicitar el material adecuado con anticipación.

Habilidades: Trabajo bajo presión, pro-activo.

Destrezas: Aptitud al servicio.

Sueldo: \$ 354

6.6. Metodología

La metodología utilizada en la investigación para la implementación del servicio de lockers en el Mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo es la

encuesta en cual se obtuvo toda la información necesaria para elaborar la propuesta de acuerdo a las necesidades de los consumidores.

6.7. Sostenibilidad y Sustentabilidad

La implementación del servicio de lockers en el Mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo es una idea de negocio que contribuye al desarrollo del mercado haciéndolo atractivo para los inversionistas de la localidad.

Por otro lado, la limpieza que los comerciantes mantengan en sus locales comerciales es de suma importancia debido a que la insalubridad es un tema que afecta directamente al medio ambiente, por lo que se debe mantener el aseo de cada comercio, obteniendo como resultado un mercado más atrayente para los consumidores y a la vez un lugar que fomenta el cuidado del entorno.

El servicio de lockers en una idea de negocio de fácil acceso para las personas que acuden a comprar al mercado, además para su implementación no requiere de una inversión inicial fuerte, sino más bien de una estrategia de optimización de recursos.

6.8. Cronograma

	Enero			
	1	2	3	4
Identificación de la Propuesta				
Justificación				
Objetivos				
Beneficiarios				
Descripción de la Propuesta				
Metodología				
Sustentabilidad y Sostenibilidad				
Cronograma				
Presupuesto				

6.9. Presupuesto

6.9.1 Costos Estimados De Inversión Inicial

a) Infraestructura

Se ha definido alquilar un local en el Mercado N° 1 de un área de 16 metros cuadrados para la infraestructura física de la instalación de los casilleros el mismo que el costo de los casilleros se estima \$9,000.00 los no refrigerados, \$20,000.00 los refrigerados, \$2,000.00 en compra de muebles de oficina y \$3,000.00 en compra de equipos de oficina.

b) Servicios

El local debe contar con los elementos necesarios para trabajar correctamente; estas facilidades o equipamientos ayudarán a que los casilleros se oferten en un ambiente de salubridad adecuado.

El equipamiento mínimo a considerar debe ser el siguiente:

1. Instalación de agua potable.
2. Drenaje de aguas servidas.
3. Instalaciones eléctricas, tomacorrientes, iluminación.
4. Servicios sanitarios para el personal de apoyo.

El costo estimado de la inversión inicial es de \$38,887.74 en el cual se clasifica en la infraestructura física del mercado \$34,000.00 y en costos administrativos \$4,887.74.

En la siguiente tabla se detallan los costos estimados para la puesta en marcha de la propuesta:

CUADRO N°17

INVERSION INICIAL DEL PROYECTO	
Conceptos	Total
Costo compra de casilleros normales	\$ 9.000,00
Costo compra casilleros refrigerados	\$ 20.000,00
Muebles de Oficina	\$ 2.000,00
Equipos de Oficina	\$ 3.000,00
Total costo de infraestructura	\$ 34.000,00
Costos administrativos	
Servicios Personales	2.181,97
Servicios Materiales y Suministros	50,00
Arriendo de local	300,00
Energía Eléctrica	50,00
Agua Potable	10,00
Teléfono	10,00
Costos de mantenimiento	56,67
Amortización de Préstamo	944,44
Gastos financieros	622,15
Depreciación anual	566,67
Total costos directos	\$ 4.791,90
Imprevistos (2% adicional)	\$ 95,84
Costos Totales	\$ 4.887,74
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 38.887,74

Fuente: Autoras de la investigación

Elaboración: Autoras de la investigación

CUADRO N° 18

PRESUPUESTO ANUAL DE COSTOS DEL PROYECTO	
Conceptos	Total
Costo compra de casilleros normales	\$ 9.000,00
Costo compra casilleros refrigerados	\$ 20.000,00
Muebles de Oficina	\$ 2.000,00
Equipos de Oficina	\$ 3.000,00
Total costo de infraestructura	\$ 34.000,00
Servicios Personales	\$ 24.001,65
Servicios Materiales y Suministros	\$ 550,00
Arriendo de local	\$ 3.300,00
Energía Eléctrica	\$ 550,00
Agua Potable	\$ 110,00
Teléfono	\$ 110,00
Costos de mantenimiento	\$ 623,33
Depreciación anual	\$ 6.233,33
Amortización de Préstamo + gastos finan.	\$ 17.232,57
Total costos directos	\$ 52.710,89
Imprevistos (2% adicional)	\$ 1.054,22
Costos Totales	\$ 87.765,11

Fuente: Autoras de la investigación

Elaboración: Autoras de la investigación

6.9.2. Costos de Operación

6.9.2.1 Gastos Recurrentes

1) Salarios:

Para poner en marcha la propuesta se estima la contratación de 4 personas, que harán de funciones de Administrador, cajero, conserje y guardia de seguridad.

Los servicios personales y no personales típicos se desglosan a continuación:

Gastos de Servicios Personales

1. Sueldo base de personal administrativo.
2. Remuneración Básica Unificada de personal operativo.
3. Décimo cuarto sueldo
4. Décimo Tercer sueldo
5. Horas extra
6. Aporte Patronal al IESS

Servicios, materiales y productos para servicio de alquiler de casilleros

1. Electricidad
2. Agua
3. Teléfono
4. Otros servicios como correos
5. Arrendamiento y contratación de servicios
6. Mantenimiento y reparación de local, equipos y casilleros
7. Materiales y productos de limpieza
8. Materiales de oficina
9. Mobiliario y equipo de oficina
10. Otros servicios, materiales y productos

A continuación se detallan los costos más relevantes vinculados a este rubro.

2) Costos de Mantenimiento

Se ha proyectado un costo de mantenimiento equivalente al 2% del valor de la inversión en infraestructura. El costo anual estimado es de \$623.33 a finales del año 2015.

El costo del mantenimiento será financiado por los ingresos propios obtenidos por el alquiler de los casilleros como resultado de la prestación del servicio.

3) Costos de Electricidad

Se ha estimado los costos de energía eléctrica en función del número de equipos a adquirir, consumo promedio, horas de usos promedio diario y el costo por kw/h. El costo estimado es de \$550.00 anual.

4) Costos de Agua Potable

El costo por el consumo adicional de agua potable es relevante. Se ha estimado un gasto anual sería de \$110.00

5) Costos de materiales y suministros

Se estima un costo anual de \$550.00. Este costo deberá ser asumido con los ingresos propios del mercado.

6) Costos de Depreciación o Reposición

Para completar el proceso de cálculo de costos se estima la depreciación.

La depreciación constituye uno de los componentes de los costos directos y la amortización anual que se aplica como un gasto a los bienes por la baja de valor, cuando su vida útil es mayor a un año, debido al uso en el servicio, transcurso del tiempo y obsolescencia (de maquinaria, equipos).

El proyecto debe reponer la infraestructura, tomando en cuenta que la vida útil prevista es de mínimo 5 años, de acuerdo al uso de los casilleros y lo que establece el Servicio de Rentas Internas para los equipos de computación.

El horizonte de evaluación estimado para el proyecto es de 5 años (período 2015 - 2020). Se han definido los siguientes indicadores

CONCEPTO	VIDA UTIL (años)
Infraestructura	Hasta 5

El cálculo de depreciación anual se exporta en la siguiente tabla:

**CUADRO N° 19
CALCULO DE LA DEPRECIACION**

Año	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor Actual
			\$ 34.000,00
2015	\$ 6.233,33	\$ 6.233,33	\$ 27.766,67
2016	\$ 6.800,00	\$ 13.033,33	\$ 20.966,67
2017	\$ 6.800,00	\$ 19.833,33	\$ 14.166,67
2018	\$ 6.800,00	\$ 26.633,33	\$ 7.366,67
2019	\$ 6.800,00	\$ 33.433,33	\$ 566,67
2020	\$ 566,67	\$ 34.000,00	\$ 0,00

Fuente: Autoras de la investigación

Elaboración: Autoras de la investigación

La depreciación anual ha sido calculada mediante el método de línea recta. Los diferentes ítems de costos señalados anteriormente se valoran a precios internos de mercado y constante.

El monto de la depreciación anual estimada para los casilleros, equipos de computación y muebles de oficina es de \$34,000.00 a partir del segundo mes de uso. Se estima un valor residual de \$0.00 en el año 2020.

7) Desembolsos financieros

1. Amortizaciones
2. Intereses
3. Comisiones y otros gastos

6.9.2.2 Determinación de los Costos de Operación

1) Servicios Personales

El costo de la planilla anual se estima en \$24,001.65 correspondiendo a salario del personal, se incluyen los egresos respectivos en conceptos de beneficios sociales.

2) Gastos de Servicios, Materiales y Productos, energía eléctrica, agua potable, mantenimiento del servicio de alquiler de casilleros.

Se estiman \$5,243.33 correspondientes al costo de consumo de energía eléctrica, agua, servicio telefónico, materiales y útiles de oficina, muebles y arriendo de local, los gastos de mantenimiento y depreciación anual suman \$6,233.33.

3) Flujo de Egresos de la implementación del Servicio de Alquiler de Casilleros.

Con estos datos se construye el flujo de egresos anuales de este servicio, presentado en la siguiente tabla:

CUADRO N°20
FLUJO DE EGRESOS ANUAL

Concepto	Total
Servicios Personales	\$ 24.001,65
Servicios Materiales y Suministros	\$ 550,00
Arriendo de local	\$ 3.300,00
Energía Eléctrica	\$ 550,00
Agua Potable	\$ 110,00
Teléfono	\$ 110,00
Costos de mantenimiento	\$ 623,33
Depreciación anual	6.233,33
Amortización de Préstamo	10.388,89
Gastos financieros	6.843,68
Total costos directos	\$ 52.710,89
Imprevistos (2% adicional)	\$ 1.054,22
Costos Totales	\$ 53.765,11

Fuente: Autoras de la investigación

Elaboración: Autoras de la investigación

6.9.3 Determinación de Ingresos

De acuerdo con los resultados de las encuestas y considerando el tiempo de uso de los casilleros en alquiler en 4 horas promedio, se proyectan los ingresos fijos para los primeros cinco años, como se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO N°21
PROYECCION DE INGRESOS ANUAL
ALQUILER DE CASILLEROS**

INGRESOS POR ALQUILER:	CANT.	HORAS	VALOR	2015	2016	2017	2018	2019
Casilleros no refrigerados pequeños	56	34944	1,00	32.032,00	33.633,60	35.315,28	37.081,04	38.935,10
Casilleros no refrigerados grandes	8	4992	1,50	6.864,00	7.207,20	7.567,56	7.945,94	8.343,23
Casilleros refrigerados	28	17472	1,50	24.024,00	25.225,20	26.486,46	27.810,78	29.201,32
TOTAL INGRESOS				62.920,00	66.066,00	69.369,30	72.837,77	76.479,65

Fuente: Autoras de la investigación

Elaboración: Autoras de la investigación

6.9.3.1. Flujo De Caja Proyectado Con Financiamiento

CUADRO N° 22

FLUJO DE CAJA PROYECTADO
 Cliente CASILLEROS PORTOVIEJO
 Año inicio o vigencia 2015
 Mes de inicio o vigencia 1
 Cantidad de meses reportados 12
 UNIDADES DE DOLAR USA

CONCEPTO	ene-15	feb-15	mar-15	abr-15	may-15	jun-15	jul-15	ago-15	sep-15	oct-15	nov-15	dic-15	TOTAL
A.- SALDO INICIAL	0.00	34.000,00	731,38	1.482,82	2.254,34	3.045,92	3.857,57	4.689,30	5.541,09	6.412,95	7.304,88	8.216,88	0,00
B.- INGRESOS	34.000,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	96.920,00
01 VENTA SERVICIOS	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	62.920,00
02 PRÉSTAMO	34.000,00												34.000,00
C.- TOTAL DE INGRESOS(A+B)	34.000,00	39.720,00	6.451,38	7.202,82	7.974,34	8.765,92	9.577,57	10.409,30	11.261,09	12.132,95	13.024,88	13.936,88	96.920,00
D.- EGRESOS													
E.- GASTOS ADMINISTRATIVOS	0.00	36.748,64	2.748,64	2.748,64	2.748,64	2.748,64	2.748,64	2.748,64	2.748,64	2.748,64	2.748,64	2.748,64	64.235,04
03 SUELDOS Y COMISIONES	2.181,97	2.181,97	2.181,97	2.181,97	2.181,97	2.181,97	2.181,97	2.181,97	2.181,97	2.181,97	2.181,97	2.181,97	24.001,67
04 INVERSION	34.000,00												34.000,00
05 DEPRECIACION	566,67	566,67	566,67	566,67	566,67	566,67	566,67	566,67	566,67	566,67	566,67	566,67	6.233,37
F.- GASTOS DE SERVICIOS	0.00	426,66	426,66	426,66	426,66	426,66	426,66	426,66	426,66	426,66	426,66	426,66	4.693,32
06 MANTENIMIENTOS EQUIPOS Y OTROS	0.00	56,66	56,66	56,66	56,66	56,66	56,66	56,66	56,66	56,66	56,66	56,66	623,32
07 AGUA, LUZ, TELEFONO, INTERNET, CELULAR	0.00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	770,00
08 ARRENDAMIENTO DE OFICINA	0.00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.000,00
G.- GASTOS VARIOS	0.00	146,38	146,38	146,38	146,38	146,38	146,38	146,38	146,38	146,38	146,38	146,38	1.610,18
09 UTILES DE OFICINAS	0.00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	550,00
10 IMPREVISTOS	0.00	96,38	96,38	96,38	96,38	96,38	96,38	96,38	96,38	96,38	96,38	96,38	1.060,18
H.- PAGOS BANCARIOS	0.00	1.666,94	1.646,88	1.626,81	1.606,74	1.586,67	1.566,60	1.546,53	1.526,46	1.506,39	1.486,32	1.466,25	17.232,57
11 CUOTA PRÉSTAMO + GASTOS FINANCIEROS	0.00	1.666,94	1.646,88	1.626,81	1.606,74	1.586,67	1.566,60	1.546,53	1.526,46	1.506,39	1.486,32	1.466,25	17.232,57
H.- TOTAL EGRESOS (E+F+G)	0.00	38.988,62	4.988,56	4.948,49	4.928,42	4.908,35	4.888,28	4.868,21	4.848,14	4.828,07	4.808,00	4.787,99	87.771,11
I.- = FLUJO DE CAJA (C-H)	34.000,00	731,38	1.482,82	2.254,34	3.045,92	3.857,57	4.689,30	5.541,09	6.412,95	7.304,88	8.216,88	9.148,89	9.148,89

Fuente: Autoras de la investigación

Elaboración: Autoras de la investigación

6.10. Evaluación del Proyecto

La evaluación de proyectos se realiza con el fin de poder decidir si es conveniente o no implementar el servicio de alquiler de casilleros en el Mercado N° 1 del Cantón Portoviejo. Para este efecto, debemos no solamente identificar, cuantificar y valorar sus costos y beneficios, sino tener elementos de juicio para poder comparar la viabilidad del proyecto.

La evaluación se hace sobre la base de los siguientes criterios:

6.10.1. Análisis Costo Beneficio

El análisis costo - beneficio es una comparación sistemática entre todos los costos inherentes a determinado curso de acción y el valor de los bienes, servicios o actividades emergentes de tal acción.

El propósito esencial de esta comparación es someter a escrutinio los méritos de un curso de acción propuesto, por lo general un determinado acto de inversión, planteando la posible opción de escoger otros cursos de acción alternativos.

6.10.2. Valor Actual Neto

Una inversión es rentable solo si el valor actual del flujo de beneficios es mayor que el flujo actualizado de los costos, cuando ambos son actualizados usando una tasa de descuento pertinente.

Los beneficios económicos, tal como se ha señalado anteriormente, incluyen los beneficios directos, los indirectos, las externalidades positivas; en el mismo sentido, los costos incluyen los directos, los indirectos, las externalidades negativas.

6.10.2.1. Criterios de decisión

Que el flujo descontado de los beneficios supere el flujo descontado de los costos. Como el centro de atención es el resultado de beneficios menos costos, el análisis se efectúa en torno a cero.

RESULTADO

Positivo (VAN mayor que cero) =Se acepta

Nulo (VAN igual a cero)=Indiferente

Negativo (VAN menor que cero)=Se rechaza

En la siguiente tabla se presenta un resumen de los resultados de este indicador, para el proyecto de implementación de alquiler de casilleros en el Mercado N° 1 del cantón Portoviejo.

CUADRO N° 23

CALCULO DEL VAN

Años	Ingresos Totales	Alquiler de Casilleros pequeños	Alquiler de Casilleros grandes	Alquiler de Casilleros refrigerados	Egresos Totales	Gastos en Salarios	Costo Mantenimiento	Gastos administración y otros	Flujo Caja Neto
0	-34.000,00			0,00	87.765,11				-53.765,11
1	68.640,00	34.944,00	7.488,00	26.208,00	35.478,31	24.001,65	623,33	10.853,33	33.161,69
2	68.640,00	34.944,00	7.488,00	26.208,00	38.703,66	26.183,62	680,00	11.840,04	29.936,34
3	68.640,00	34.944,00	7.488,00	26.208,00	38.703,66	26.183,62	680,00	11.840,04	29.936,34
4	68.640,00	34.944,00	7.488,00	26.208,00	38.703,66	26.183,62	680,00	11.840,04	29.936,34
5	68.640,00	34.944,00	7.488,00	26.208,00	38.703,66	26.183,62	680,00	11.840,04	29.936,34

INGRESOS

TASA	12,96%
VAN	\$ 207.658,56
B/C	1,77

FLUJO DE CAJA NETO

TASA	12,96%
VAN	\$ 54.486,07

Fuente: Autoras de la investigación

Elaboración: Autoras de la investigación

CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO

Se define como aquella tasa de descuento que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos, es decir, los beneficios actualizados iguales a los costos actualizados.

TASA DE INFLACIÓN	3.67
RIESGO PAIS	4.15
TASA PASIVA	5.14
TASA DE DESCUENTO	12.96

6.10.3. Tasa Interna de Retorno

La TIR mide la rentabilidad social del proyecto. Como criterio general, debe compararse la TIR del proyecto con la tasa de descuento o costo de oportunidad del dinero.

RESULTADO

Mayor (TIR > 12.96%) = Se acepta

Igual (TIR = 12.96%) = Indiferente

Menor (TIR < 12.96%) = Se rechaza

El criterio de la TIR adolece de dificultades por lo que su uso debe siempre realizarse en conjunto con el VAN. Se señalan las siguientes:

Si se produce más de un cambio de signo en los flujos, es posible más de una solución, es decir, puede haber varias TIR.

El criterio de la TIR asume que los fondos liberados por el proyecto se reinvierten a esa misma tasa, cuando lo lógico es asumir que se invierten a la tasa de oportunidad.

CUADRO N° 24

CALCULO DEL TIR

Años	Ingresos Totales	Alquiler de Casilleros pequeños	Alquiler de Casilleros grandes	Alquiler de Casilleros refrigerados	Egresos Totales	Gastos en Salarios	Costo Mantenimiento	Gastos administración y otros	Flujo Caja Neto
0	-34.000,00			0,00	87.765,11				-53.765,11
1	68.640,00	34.944,00	7.488,00	26.208,00	35.478,31	24.001,65	623,33	10.853,33	33.161,69
2	68.640,00	34.944,00	7.488,00	26.208,00	38.703,66	26.183,62	680,00	11.840,04	29.936,34
3	68.640,00	34.944,00	7.488,00	26.208,00	38.703,66	26.183,62	680,00	11.840,04	29.936,34
4	68.640,00	34.944,00	7.488,00	26.208,00	38.703,66	26.183,62	680,00	11.840,04	29.936,34
5	68.640,00	34.944,00	7.488,00	26.208,00	38.703,66	26.183,62	680,00	11.840,04	29.936,34

INGRESOS

TASA	12,96%
TIR	201%
B/C	1,77

FLUJO DE CAJA NETO

TASA	12,96%
TIR	50%

Fuente: Autoras de la investigación

Elaboración: Autoras de la investigación

6.10.4. Detalle de Financiamiento

Para la implementación del proyecto se solicitará un crédito en una de las entidades financieras de la localidad, bajo la línea microempresarial a la tasa de interés vigente 24.30%, cuya tabla de amortización se detalla a continuación:

CUADRO N° 25

CASILLEROS PORTOVIEJO
TABLA DE AMORTIZACION

N°	FECHA DE PAGOS	DIAS	INTERES PERIODO	SEG. DESGRAV.	ABONO CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO CAPITAL
0	19/01/2015	-	0,00	0,00	0,00	0,00	34.000,00
1	18/02/2015	30	688,50	34,00	944,44	1.666,94	33.055,56
2	20/03/2015	30	669,38	33,06	944,44	1.646,88	32.111,11
3	19/04/2015	30	650,25	32,11	944,44	1.626,81	31.166,67
4	19/05/2015	30	631,13	31,17	944,44	1.606,74	30.222,22
5	18/06/2015	30	612,00	30,22	944,44	1.586,67	29.277,78
6	18/07/2015	30	592,88	29,28	944,44	1.566,60	28.333,33
7	17/08/2015	30	573,75	28,33	944,44	1.546,53	27.388,89
8	16/09/2015	30	554,63	27,39	944,44	1.526,46	26.444,44
9	16/10/2015	30	535,50	26,44	944,44	1.506,39	25.500,00
10	15/11/2015	30	516,38	25,50	944,44	1.486,32	24.555,56
11	15/12/2015	30	497,25	24,56	944,44	1.466,25	23.611,11
12	14/01/2016	30	478,13	23,61	944,44	1.446,18	22.666,67
13	13/02/2016	30	459,00	22,67	944,44	1.426,11	21.722,22
14	14/03/2016	30	439,88	21,72	944,44	1.406,04	20.777,78
15	13/04/2016	30	420,75	20,78	944,44	1.385,97	19.833,33
16	13/05/2016	30	401,63	19,83	944,44	1.365,90	18.888,89
17	12/06/2016	30	382,50	18,89	944,44	1.345,83	17.944,44
18	12/07/2016	30	363,38	17,94	944,44	1.325,76	17.000,00
19	11/08/2016	30	344,25	17,00	944,44	1.305,69	16.055,56
20	10/09/2016	30	325,13	16,06	944,44	1.285,63	15.111,11
21	10/10/2016	30	306,00	15,11	944,44	1.265,56	14.166,67
22	09/11/2016	30	286,88	14,17	944,44	1.245,49	13.222,22
23	09/12/2016	30	267,75	13,22	944,44	1.225,42	12.277,78
24	08/01/2017	30	248,63	12,28	944,44	1.205,35	11.333,33
25	07/02/2017	30	229,50	11,33	944,44	1.185,28	10.388,89
26	09/03/2017	30	210,38	10,39	944,44	1.165,21	9.444,44
27	08/04/2017	30	191,25	9,44	944,44	1.145,14	8.500,00
28	08/05/2017	30	172,13	8,50	944,44	1.125,07	7.555,56
29	07/06/2017	30	153,00	7,56	944,44	1.105,00	6.611,11
30	07/07/2017	30	133,88	6,61	944,44	1.084,93	5.666,67
31	06/08/2017	30	114,75	5,67	944,44	1.064,86	4.722,22
32	05/09/2017	30	95,62	4,72	944,44	1.044,79	3.777,78
33	05/10/2017	30	76,50	3,78	944,44	1.024,72	2.833,33
34	04/11/2017	30	57,37	2,83	944,44	1.004,65	1.888,89
35	04/12/2017	30	38,25	1,89	944,44	984,58	944,44
36	03/01/2018	30	19,12	0,94	944,44	964,51	0,00
			12.737,25	629,00	34.000,00	47.366,25	

tasa de interes 24,30

Fuente: Autoras de la investigación

Elaboración: Autoras de la investigación

6.10.5. Estados Financieros Proyectados

Al 31 de enero del año 2015 el balance inicial de acuerdo con los movimientos contables se presenta como sigue:

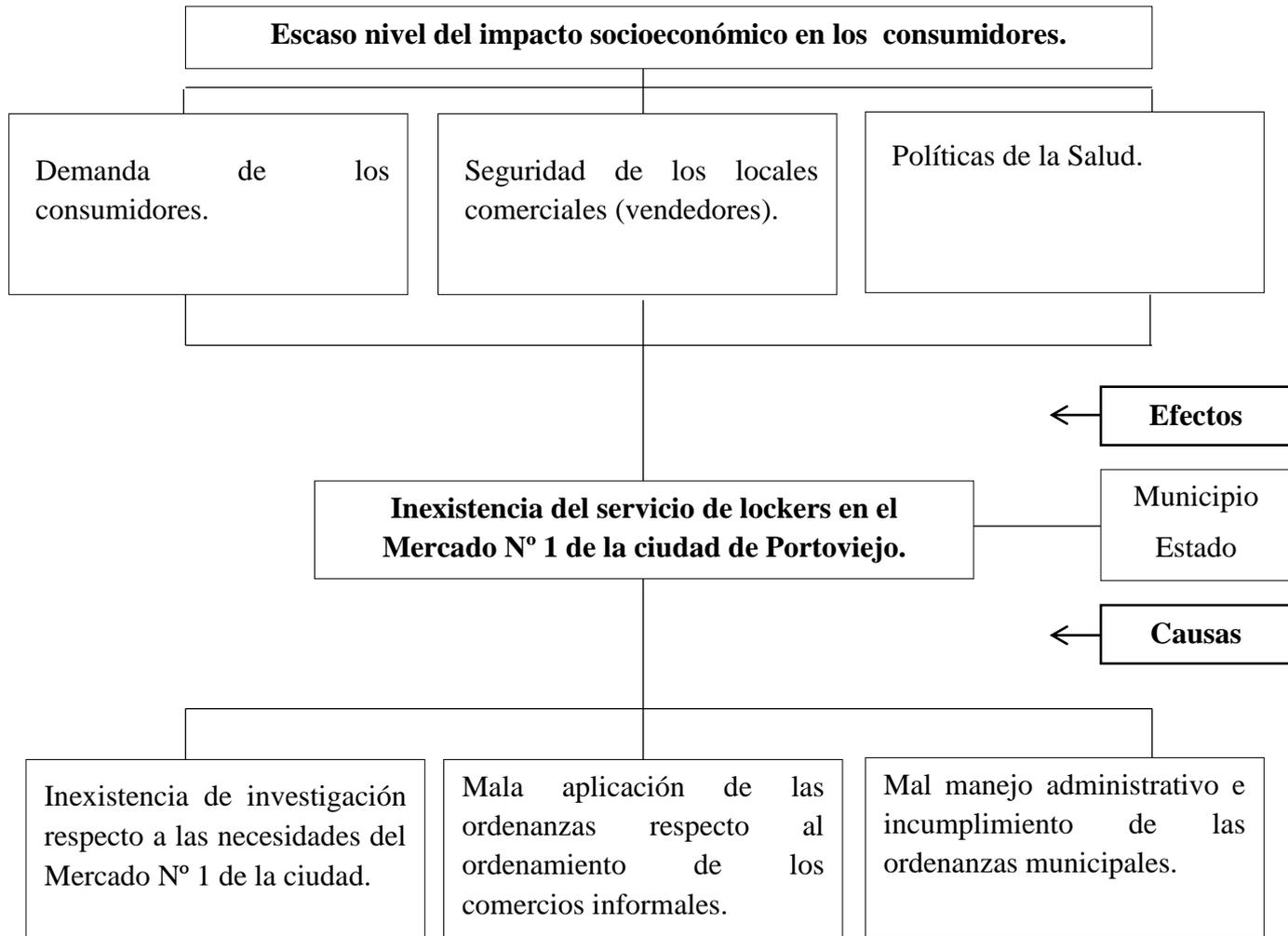
CASILLEROS PORTOVIEJO		
BALANCE GENERAL		
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE ENERO 2015		
ACTIVOS		
ACTIVOS CIRCULANTE		0,00
CAJA	0,00	
BANCOS	0,00	
ACTIVOS REALIZABLES		0,00
INVENTARIOS DE SUMINISTRO Y MATERIALES	0,00	
ACTIVOS FIJO		34.000,00
MUEBLES Y ENSERES	31.000,00	
EQUIPOS DE COMPUTACION	3.000,00	
-DEPRECIACION ACUMULADA	0,00	
TOTAL ACTIVOS		<u>34.000,00</u>
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTE		34.000,00
CTAS POR PAGAR	34.000,00	
TOTAL DE PASIVOS		<u>34.000,00</u>
CAPITAL		
		0,00
PATRIMONIO	0,00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	0,00	
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO		<u>34.000,00</u>

Bibliografía

1. **AZÚA FERNÁNDEZ, M., & Azúa Fernández, C.** (2010). Insalubridad del mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo y su impacto en el entorno social, periodo 2010. Portoviejo: Universidad Técnica de Manabí.
2. **BABOSA, E. M., & Castilla Guerrero, L.** (2012). Propuesta para la instalación de lockers o casilleros en el área de la facultad o ciencia agrarias y del ambiente de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Colombia: Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.
3. **BRAVO SILVA, E., & Hidalgo Miranda, C.** (2014). Plan de negocios para casilleros de alquiler a usuarios de Centro Comercial Malecon 2000 en la Ciudad de Guayaquil. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
4. **LIMONGI ALMEIDA, S., & Ganchozo Espinoza, M.** (2012). Estudio de pre factibilidad para la instalación de un Supermercado y su impacto socioeconómico en el Cantón Santa Ana. Portoviejo: Universidad San Gregorio de Portoviejo.
5. **MEJIA LOOR, G., & Moreira Luna, L.** (2011). El programa FONDEPYME del MIPRO y su incidencia en el desarrollo socioeconómico en las pequeñas y medianas empresas en la provincia de Manabí 2010 - 2011. Portoviejo: Universidad San Gregorio de Portoviejo.
6. **MOLINA, G. A.** (2010). Plan de negocios para la expansión de una empresa comercializadora de lockers. Chile: Universidad de Chile.
7. **SANCHEZ, F., & VASQUEZ, J.** (08 de Mayo de 2014). Prezi.com. Recuperado el Diciembre de 2014, de https://prezi.com/dfb_qrk9ys7p/collegio-de-bachilleres-del-estado-de-tlaxcala/
8. **WIKIPEDIA.** (2014). Seguridad. Recuperado el 2014, de Seguridad: <https://es.wikipedia.org/wiki/Seguridad>
9. **ZAMBRANO, R. L.** (2008). Contaminación ambiental en el mercado n° 1 de Portoviejo y sus efectos en la salud de los habitantes del area de influencia. Portoviejo: Universidad Técnica de Manabí.

ANEXOS

ANEXO 1



ANEXO 2



Encuesta dirigida a los consumidores del Mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo.

Objetivo de la Encuesta: La presente encuesta tiene como objetivo determinar las necesidades de los clientes del mercado n° 1 en la utilización de lockers.

Instrucciones: su información es muy valiosa en la investigación, favor marque con una X la respuesta que considere adecuada de acuerdo a su preferencia. Agradecemos su colaboración.

1) ¿Cuál de los siguiente servicios considera usted debe implementarse en el mercado n° 1? OE1

Servicio de prestación de casilleros ()

Servicio de triciclos ()

Servicio de preparación de alimentos ()

Baterías Higiénicas ()

Otros servicios

2) Estaría dispuesto a pagar el alquiler de un servicio de lockers o casilleros en el mercado n° 1? En caso de que su respuesta sea Si seleccione el valor por hora. OE1

Si ()

No ()

\$1,50.....

\$1,00.....

\$0,50.....

3) Del siguiente listado seleccione la razón más importante por la cual dejaría sus compras en casilleros. OE1

Por salud ()

Por seguridad ()

Por tiempo ()

Otros.....

4) ¿Considera usted que las ordenanzas municipales fomentan el ordenamiento de los comercios informales en relación a la seguridad de los compradores? OE2

Si ()

No ()

5) Seleccione cuál de los siguientes artículos de las ordenanzas de seguridad se cumplen en el mercado n° 1. OE2

Art 1.- Garantizar la seguridad, mejorar el medio ambiente y el aseo urbano. ()

Art 8.- Sistema de seguridad para el peatón en todo acceso vehicular a las edificaciones. ()

Art 12.- El control del comercio informal para que no se realice dentro del área intervenida. ()

Ninguna ()

6) ¿Considera usted que el mercado N° 1 es seguro para los usuarios? OE3

Si ()

No ()

7) ¿Conoce usted las ordenanzas municipales respecto a la protección de la salud de los consumidores? OE3

Si ()

No ()

ANEXO 3

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.

Art. 253.- El Estado reconocerá las transacciones comerciales por trueque y similares.

Procurará mejores condiciones de participación del sector informal de bajos recursos, en el sistema económico nacional, a través de políticas específicas de crédito, información, capacitación, comercialización y seguridad social.