



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

RECUPERACIÓN DEL SERVICIO DE COMERCIO DEL MERCADO MODELO DE
HUARMEY, DISTRITO DE HUARMEY, PROVINCIA DE HUARMEY, ANCASH,
2021

Línea de investigación:

Construcción sostenible y sostenibilidad ambiental del territorio

Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Gerencia de
Proyectos de Ingeniería

Autor:

Flores Apumayta, Victor Angelo

Asesor:

Manrique Suarez, Luis Humberto
(ORCID: 0000-0003-2025-9522)

Jurado:

Tello Malpartida, Omart Demetrio
Cancho Zúñiga, Gerardo Enrique
Pumaricra Padilla, Raúl Valentín

Lima - Perú

2023



Reporte de Análisis de Similitud

Archivo:

[1A FLORES APUMAYTA VICTOR ANGELO MAESTRÍA 2022.Docx](#)

Fecha del Análisis:

8/08/2022

Analizado por:

Astete Llerena, Johnny Tomas

Correo del analista: jastete@unfv.edu.pe

Porcentaje:

30 %

Título:

RECUPERACIÓN DEL SERVICIO DE COMERCIO DEL MERCADO MODELO DE HUARMY, DISTRITO DE HUARMY, PROVINCIA DE HUARMY, ANCASH, 2021

Enlace:

<https://secure.arkund.com/view/136181003-705104-361277#/>



DRA. MIRIAM LILIANA FLORES CORONADO
JEFA DE GRADOS Y GESTIÓN DEL EGRESADO



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**RECUPERACIÓN DEL SERVICIO DE COMERCIO DEL MERCADO
MODELO DE HUARMEY, DISTRITO DE HUARMEY,
PROVINCIA DE HUARMEY, ANCASH, 2021**

Línea de investigación:

Construcción sostenible y sostenibilidad ambiental del territorio

Tesis para optar el Grado Académico de
Maestro en Gerencia de Proyectos de Ingeniería

Autor:

Flores Apumayta, Victor Angelo

Asesor:

Manrique Suarez, Luis Humberto
(ORCID: 0000-0003-2025-9522)

Jurado:

Tello Malpartida, Omart Demetrio
Cancho Zúñiga, Gerardo Enrique
Pumaricra Padilla, Raúl Valentín,

Lima - Perú

2023

DEDICATORIA

A mi amada madre Rosario, por su apoyo inquebrantable y motivación constante. Con amor y gratitud eterna.

ÍNDICE

RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN	8
1.1. Planteamiento del Problema	9
1.2. Descripción del problema	9
1.3. Formulación del Problema	10
1.3.1. <i>Problema General</i>	10
1.3.2. <i>Problemas Específicos</i>	10
1.4. Antecedentes	11
1.4.1. <i>Antecedentes Nacionales</i>	11
1.4.2. <i>Antecedentes Internacionales</i>	21
1.5. Justificación de la investigación	26
1.5.1. <i>Justificación social</i>	26
1.5.2. <i>Justificación metodológica</i>	26
1.5.3. <i>Importancia de la investigación</i>	27
1.6. Limitaciones de la investigación	28
1.6.1. <i>Limitaciones bibliográficas</i>	28
1.6.2. <i>Limitación teórica</i>	28
1.6.3. <i>Limitación institucional</i>	28
1.6.4. <i>Limitación económica</i>	28
1.7. Objetivos de la investigación	29
1.7.1. <i>Objetivo general</i>	29
1.7.2. <i>Objetivos específicos</i>	29
1.8. Hipótesis	30

1.8.1.	<i>Hipótesis general</i>	30
1.8.2.	<i>Hipótesis específicas</i>	30
II. MARCO TEÓRICO		31
2.1.	Marco conceptual	31
2.1.1.	<i>Calidad</i>	31
2.1.2.	<i>Empleo informal</i>	31
2.1.3.	<i>Salubridad</i>	31
2.2.	Bases teóricas especializadas sobre el tema	32
2.2.1.	<i>Mejora de infraestructura. Según Santana (2010).</i>	32
2.2.2.	<i>Mejora de puestos. Según Yaranga (2015).</i>	32
2.2.3.	<i>Distribución de puestos. Según Yaranga (2015).</i>	33
2.2.4.	<i>Mejora ambiental. Según Lora (2014).</i>	34
2.2.5.	<i>Gestión administrativa. Según Kaplan y Norton (2000).</i>	34
III. MÉTODO		35
3.1.	Tipo de investigación	35
3.2.	Población y muestra	36
3.2.1.	<i>Población</i>	36
3.2.2.	<i>Muestra</i>	36
3.3.	Operacionalización de variables	37
3.4.	Instrumentos	38
3.5.	Análisis de involucrados	38
3.5.1.	<i>Población afectada y sus características</i>	39
3.5.2.	<i>Tasa de crecimiento poblacional intercensal</i>	40
3.5.3.	<i>Estructura de la población por edad y sexo del distrito de Huarney</i>	41
3.6.	Características del mercado de abastos	43
3.6.1.	<i>Infraestructura del mercado de abastos</i>	43

3.6.2.	<i>Disponibilidad de instalaciones de servicios públicos</i>	44
3.6.3.	<i>Ubicación</i>	45
3.6.4.	<i>Saneamiento Físico Legal y Levantamiento Topográfico</i>	47
3.6.5.	<i>Características del Terreno</i>	49
3.6.6.	<i>Accesibilidad</i>	50
3.6.7.	<i>Caracterización de la Infraestructura Existente</i>	51
IV. RESULTADOS		63
4.1.	Beneficios Sociales	63
4.2.	Costos Sociales	66
4.2.1.	<i>Costos de inversión a precios sociales</i>	66
4.2.2.	<i>Costos de reposición a precios sociales</i>	66
4.2.3.	<i>Costos de operación y mantenimiento a precios sociales</i>	67
4.2.4.	<i>Costos de operación y mantenimiento con proyecto a precios sociales</i>	68
4.3.	Criterios de decisión	70
4.4.	Análisis de Incertidumbre	72
4.5.	Análisis de sensibilidad	73
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS		74
VI. CONCLUSIONES		75
VII. RECOMENDACIONES		76
VIII. REFERENCIAS		77
VII. ANEXOS		82
	Anexo A: Matriz de consistencia	83
	Anexo B: Instrumento de Recolección de Datos	84

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo el determinar si la recuperación de la infraestructura influirá significativamente en el servicio de comercio que se brinda actualmente en el Mercado Modelo de Huarney, objetivo que se propone lograr al intervenir 3 elementos existentes en el establecimiento, como primer punto el implementar equipamiento que garantice la calidad de los productos a comercializar, en segundo caso el estandarizar mobiliario según el giro del puesto de comercio y por último el especializar la gestión administrativa del centro de abastos. La presente investigación tiene una metodología de enfoque cuantitativo no experimental-transversal y adopta el método hipotético-deductivo. Asimismo, se usaron instrumentos con sentido en la mejora de infraestructura y en la calidad de servicio; se tomaron las respuestas de 96 comerciantes del mercado de abastos; presenta la escala de Likert como método de medición, ofreciendo al entrevistado las herramientas de poder especificar la gradualidad en algunas de sus respuestas. Se pudo determinar que la recuperación de la infraestructura influye significativamente en el servicio de comercio del Mercado Modelo de Huarney. Esto se debe en gran medida a que la implementación de equipamiento, estandarización de mobiliario y especialización de la administración, contribuyen con gran relevancia en la calidad de las prestaciones que se realizan en el mercado de abastos.

Palabras clave: recuperación de infraestructura, servicio de comercio, equipamiento, mobiliario, gestión administrativa.

ABSTRACT

This investigation aims to determine if the recovery of the infrastructure will significantly influence the commercial service currently provided in the Huarmey Model Market by intervening in three existing elements in the establishment. The first element to be intervened is the implementation of equipment that guarantees the quality of the products to be market; the second is the furniture standardization, according to the line of business; finally, the specialization of the administrative management of the supply center. This research has a non-experimental-transversal quantitative approach methodology adopting the hypothetical-deductive method. In order to improve infrastructure and the quality of service, some instruments were used. Also, responses of 96 merchants from the market were taken. Likewise, it presents the Likert scale as a measurement method, offering the interviewee the tools to specify the gradualness in some of their responses. The findings show that the recovery of the infrastructure significantly influences the trade service of the Huarmey Model Market. It is mainly because the implementation of the equipment, standardization of furniture, and specialization of the administration, contribute to the quality of the services taken place in the market with great relevance.

Keywords: infrastructure recovery, commercial service, equipment, furniture, administrative management.

I. INTRODUCCIÓN

El Mercado Modelo de Huarmey es el recinto de comercio más grande y concurrido del distrito y provincia del mismo nombre. En la actualidad, este mercado ha tomado notoriedad debido a las malas condiciones de su infraestructura, así como también debido al gran número de vendedores informales que invaden la vía peatonal y en ocasiones la vehicular de los exteriores del mercado.

Este problema trae consigo problemas ambientales, de seguridad, informalidad, de salubridad e higiene debido a la acumulación de desechos orgánicos en las calles, la falta de un adecuado sistema de refrigeración para los puestos de carnes, pescado y frutas, entre otros inconvenientes.

A fin de atender esta problemática el presente trabajo busca obtener un panorama de los aspectos en los que sus trabajadores consideran se debería mejorar en el Mercado Modelo de Huarmey.

1.1. Planteamiento del Problema

Nuestro país presenta una realidad no muy favorable en torno al estado de la infraestructura destinada al servicio de comercio, muchas veces debido por una mala gestión de las mismas por parte de las entidades públicas que las administran, y otras tantas debido a la inclemencia del tiempo y el clima, los cuales reducen el tiempo de vida útil de los componentes de estas instalaciones.

Es por ese motivo que se plantea esta investigación, la cual buscará solucionar la problemática que acoge al Mercado Modelo de Huarmey, proponiendo soluciones las cuales buscan la sustentabilidad y perdurabilidad del mismo.

1.2. Descripción del problema

A la fecha podemos validar que el estado actual de la infraestructura del Mercado Modelo de Huarmey presenta diversas falencias, dentro de las cuales podemos dar cuenta que el equipamiento ni el mobiliario existente se encuentra en las condiciones óptimas para brindar un servicio de calidad a la población local.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema General

- ¿La recuperación de la infraestructura influirá en el servicio de comercio del mercado modelo de Huarney?

1.3.2. Problemas Específicos

- ¿La implementación de equipamiento influirá en la calidad de los productos en el mercado modelo de Huarney?
- ¿La condición del mobiliario influirá en la venta de productos en el mercado modelo de Huarney?
- ¿La especialización de la gestión administrativa influirá en el desempeño de los comerciantes del mercado modelo de Huarney?

1.4. Antecedentes

1.4.1. Antecedentes Nacionales

Caro-Palomino et al. (2021) Perú, en su tesis titulada “Propuesta de Digitalización de Mercados de Abastos”. Presentada ante la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, sostuvieron que.

Los autores señalan que los minoristas de alimentos en Perú carecen de las habilidades y herramientas necesarias para acomodar a los consumidores con los hábitos de consumo típicos de la era digital, así como muchos que dejan de realizar compras en los mercados de alimentos porque solo una persona está vendiendo. Por esta razón, los consumidores y comerciantes de estos mercados demandan la creación de un canal virtual que les permita realizar transacciones sin sacrificar los intereses de los consumidores al momento de adquirir productos en el mercado de alimentos, contribuyendo así al crecimiento del mercado y a actividades comerciales. En su documento, utilizan el enfoque de Design Thinking, el cual emplea entrevistas y encuestas, pueden encontrar los conocimientos correctos sobre el vendedor y el consumidor, minimizando el riesgo para las preferencias de todos los usuarios. La solución que surge como respuesta oportuna a las necesidades de ambos usuarios es el enfoque

Asimismo, se enfocan en su conectividad digital conservando todos los beneficios que ofrece el mercado de alimentos. Como resultado, el producto mínimamente rentable de la aplicación móvil "Qhatu" ha recibido una gran aceptación por parte de los vendedores en los mercados de suministro y consumo, lo que permite confirmar su hipótesis.

Chura y Figueroa (2019) Perú, en su tesis titulada “Renovación del mercado central de abastos de la ciudad de Ilave”. Presentada ante la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Nacional del Altiplano, sostuvo que.

Los autores indican que proyecto responde a las necesidades de los pobladores de la ciudad de Ilave; ciudad que, desde su reanudación del desarrollo empresarial y comunitario, busca mejorar el equipamiento y condiciones de mejor empleo, salud, higiene y comodidad para sus empleados (compradores y vendedores). Por ello, se opta por un estudio del comportamiento de los ocupantes, las condiciones en las que se comercializan los productos, las tendencias actuales del comercio ambulante, los efectos adversos, y se opta por su comprensión en la calle y en la vía. El mercado actual con más de 45 años de funcionamiento se encuentra en una situación desesperada, que Defensa Civil declara como infraestructura en riesgo en el año 2010, por lo que no cuenta con la capacidad e infraestructura que requieren los habitantes de Ilave, generando tráfico de automóviles y peatones, aumentando así. niveles de contaminación y disturbios civiles. Todos estos problemas nos llevan a identificar la necesidad de equipamiento con un espacio único " Mercado de Abastos de la Ciudad de Ilave", así como códigos de construcción modernos. El diseño de un espacio único en el mercado creará condiciones para la venta y almacenamiento de productos básicos, minimizando el impacto negativo en la salud y el medio ambiente del mercado tradicional, combinado con la gestión de residuos. La generación de energía renovable mediante el doblado de la piel con paneles fotovoltaicos y su uso como aditivo en áreas recreativas y recreativas fortalece el mercado. Hacer marketing de vanguardia, en cuanto al uso de nuevas tecnologías constructivas.

Pinedo (2018) Perú, en su tesis titulada “Mejoramiento del Servicio de Comercialización Del Gran Mercado de Belén – Iquitos (Período 2014 – 2017)”. Presentada ante la Escuela Universitaria de Posgrado de la Universidad Nacional Federico Villarreal, sostuvo que.

El autor tuvo como objetivo de la presente tesis el determinar si la mejora de la infraestructura influiría en la calidad de servicio del gran mercado de Belén en Iquitos, para lo cual se busca desarrollar una mejora en dos aspectos, la primera en las condiciones del mercado (infraestructura física de los puestos, distribución de puestos, mejora de salubridad) y la segunda mejorando la gestión administrativa (cumplimiento de metas, uso de recursos, ejecución de planes). La metodología de la investigación tendrá un enfoque cuantitativo no experimental-transversal y adopta el método hipotético-deductivo. Se utilizaron instrumentos con enfoques en mejora de infraestructura y calidad de servicio; siendo encuestados 58 personas que laboran el mercado; presenta un modelo de escala de Likert, brindando al encuestado la facilidad de poder graduar su opinión ante afirmaciones complejas.

Se determinó que la mejora de la infraestructura influye significativamente en la calidad de servicio del gran mercado de Belén en Iquitos. Esto debido a que una mejora en las condiciones, así como en la gestión administrativa conllevara a una mejora global del servicio que se brinda en el Gran Mercado de Belén en Iquitos.

Meza (2017) Perú, en su tesis titulada “Mercado Modelo en el Distrito de Carabaylo”. Presentada ante la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Ricardo Palma.

El autor trata en este estudio el proyecto del Mercado Modelo en el Distrito de Carabaylo, el cual se desarrolla en la zona del Distrito de Carabaylo; su ubicación dentro del contexto de la capital ha facilitado que los negocios atiendan a diferentes niveles de población, satisfaciendo las necesidades de los diferentes distritos del cono norte de la ciudad. Las actividades no comerciales a menudo dominan el área mencionada anteriormente, atacando calles y caminos que son perjudiciales para las condiciones de vida, lo que resulta, entre otras cosas, en congestión, daño ambiental, vivienda y delincuencia. En la zona descrita opera una gran cantidad de vendedores ambulantes, los cuales están asociados a asociaciones; Valle Chillón “La Cumbre” es una de estas empresas, que busca un lugar para trabajar que actualmente se encuentra operando en la vía pública. Por lo tanto, el proyecto propuesto responderá de manera inmediata a los requerimientos, logrará el acuerdo entre empresa y cultura moderna, así como su aplicación a su entorno.

Salinas-Ríos et al. (2016) Perú, en su tesis titulada “Modelo de gestión de servicio para el desarrollo de mercados tradicionales”. Presentada ante la Facultad de Negocios de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

El autor tuvo como objetivo general diseñar un plan de mejora de la gestión de servicio para el mercado de abastos Centro Cívico, como una propuesta de valor, en el que se planteen objetivos y estrategias con una visión empresarial de modo que logre mejorar sus servicios, imagen comercial y con ello incrementar la afluencia de los consumidores. Por medio de una metodología descriptiva se analizaron a los comerciantes del mercado y los principales problemas. Con lo que se pudo concluir que, para mejorar la gestión de servicio de los mercados es necesario enfocarse en tres estrategias claves: especialización del mercado en la venta de productos frescos y orgánicos, diferenciación sobre la base de servicios de calidad y la incorporación de servicios con valor agregado, fortalecimiento de la asociatividad a través de actividades conjuntas que le permitirán lograr economías de escala y una mejor imagen del mercado. Además, por otro lado, la implementación de un servicio de calidad eficiente requiere del apoyo de actores claves como el gobierno local que tiene como función el desarrollo de políticas de promoción de los mercados, instituciones educativas y las ONG para el fortalecimiento de capacidades de los comerciantes.

Yaranga (2015) Perú, en su tesis titulada “La comunicación para el desarrollo desde los mercados populares: estudio de caso del mercado Santa Rosa de Chorrillos”. Presentada ante la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El autor tuvo como objetivo general analizar cómo los socios del mercado Cooperativa Santa Rosa incorporan la comunicación en sus prácticas comerciales con sus clientes y en sus prácticas de comunicación interna desde una perspectiva de desarrollo de la organización, el empoderamiento y la participación de los asociados, con una metodología descriptiva cualitativamente. El estudio se realizó a los comerciantes y clientes y donde se concluyó, en cuanto a la comunicación entre socios y clientes, los socios del mercado se comunican con sus clientes interactuando de modo interpersonal, así como a través de las plataformas o recursos de comunicación instalados en ese espacio. Actuando más intuitiva que estratégicamente, las acciones que tienen que ver con comunicación son diseñadas y ejecutadas por la Junta Directiva, contando con una participación limitada de los socios. Finalmente, en el mercado no solo se realizan actividades comerciales, sino además se fomentan relaciones familiares y amicales. Por ello constituye un espacio en donde se representan prácticas culturales que son parte de la tradición de su cultura y que tienen su origen en las costumbres andinas principalmente.

Vásquez (2015) Perú, en su tesis titulada “Propuesta de mejora de la calidad de servicio en el policlínico Chiclayo oeste ubicado en la ciudad de Chiclayo, durante el período 2013”. Presentada ante la Escuela de Administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

El autor tuvo como objetivo general desarrollar una propuesta de mejora para la calidad de servicio que brinda este policlínico. Principalmente evaluando aspectos relacionados con la calidad del servicio, con la finalidad de mejorarla. Para el desarrollo de esta propuesta, se pretendió conocer la brecha de insatisfacción de los asegurados como del personal de este centro de salud, con el fin de partir de la identificación de los problemas principales que dificultan el servicio brindado. Para lograr obtener esta información se utilizó la metodología Servqual. Donde se realizaron dos encuestas, las que fueron aplicadas a una muestra de 270 asegurados. Con lo que se pudo concluir que existe una insatisfacción moderada en cada una de las dimensiones mencionadas, cabe recalcar que en algunas de las dimensiones los asegurados perciben mayores deficiencias que en otras. Las tres que presentan mayores deficiencias son: tardanza en la asignación de citas, el largo tiempo de espera para ser atendidos y el poco tiempo de atención en consulta, con un promedio ponderado negativo de 41.08, 44.72 y 34.43 respectivamente.

Campo (2015) Perú, en su tesis titulada “Análisis de la calidad del servicio de empresas turísticas y la satisfacción del cliente para diseñar una propuesta de mejora. caso: cancha que, Huancabamba, Piura-Perú”. Presentada ante la Facultad de Ciencias Administrativas.

El autor tuvo como objetivo general determinar el nivel de percepción de los clientes sobre la calidad del servicio que brindan las empresas turísticas y sobre la satisfacción de este en la ciudad de Canchaque, al año 2015. Con un tipo de estudio correlacional, que caracteriza la calidad del servicio y satisfacción global de los clientes de las empresas turísticas de la ciudad de Canchaque, al año 2015. Las variables son cuantificadas mediante análisis documentarlo, observación, preguntas tipo encuesta. Según el resultado de los estudios se concluyó que, si existe correlación respecto a si se está satisfecho con el servicio recibido en la empresa turística, que corresponde a la dimensión satisfacción global, la mayoría está medianamente de acuerdo, y que estos pueden variar según lo que las empresas estén dispuestas a ofrecer es así que los cursos de capacitación permanente forjarán en los trabajadores un espíritu de servicio, un verdadero afán por ayudar al cliente, pues servir terminarán siendo una actitud de muestra de afecto o amor al prójimo. La satisfacción generada, se configura en un sentimiento de compromiso por regresar a volver a solicitar los servicios del centro recreacional.

Rivarola (2015) Perú, en su tesis titulada “Nuevo Mercado para el distrito de Magdalena del Mar”. Presentada ante la Facultad de Arquitectura de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, sostuvo que.

El autor en su tesis desarrolla un mercado tradicional sumándole oferta comercial complementaria a la actividad del mercado. La propuesta se caracteriza por tener una gran cobertura metálica que unifica el proyecto, conecta el mercado con la plaza y calle peatonal mediante un boulevard que atraviesa el primer nivel y se desarrolla en dos niveles comerciales con una triple altura central y dos sótanos para estacionamientos y área de servicio del mercado. Las conclusiones se agruparon en conclusiones de las reseñas históricas del mercado donde el mercado fue el centro de una de las actividades más importantes en la sociedad, pero que en la actualidad ha pasado a un segundo plano y pasó de ser un espacio comercial indefinido a un edificio público delimitado. Y por otro lado el diseño del mercado donde para su realización se debe separar en espacios convencionales y espacios nuevos; en cada uno se delimitará espacios fijos y necesarios para la realización de las diferentes actividades comerciales.

Ruiz (2014) Perú, en su tesis titulada “Plan de estrategias para el mejoramiento de calidad del servicio en el restaurante Riquísimos Wraps E.I.R.L 2014 – Chiclayo”. Presentada ante la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán.

El autor tuvo como objetivo general Elaborar un Plan de Estrategias competitivas que mejore la calidad de servicio al cliente en el Restaurante Riquísimos Wraps E.I.R.L Chiclayo. Por medio de la elaboración de estrategias competitivas que puedan mejorar la calidad de servicio al cliente en el Restaurante Riquísimos Wraps; para esto fue necesario la orientación adecuada la cual permitió el ordenamiento respectivo de la investigación. El instrumento para la recolección de datos utilizado fue elaborado mediante escala de Likert, a través de una encuesta dirigida a los clientes del Restaurante Riquísimos Wraps. Se pudo concluir que algunas deficiencias tanto en el servicio brindado como en la infraestructura que también forma para de la calidad de servicio que se brinda al cliente. Además, la aplicación del Modelo Servqual permitió precisar 5 dimensiones de calidad de servicio, se pudo conocer deficiencias que no permitían que el restaurante pueda ser líder ante las demás. Las brechas fueron identificadas respecto a las instalaciones físicas; al igual que el servicio que brinda el personal. Finalmente, la calidad de servicio al cliente debe ser un elemento básico y parte de investigaciones científicas que permitan a empresarios ver la realidad de que factores dependen la competitividad, y de esta manera crear empresas líderes en el mercado y capaz de sobresalir problemas que estén ligados al cliente.

1.4.2. Antecedentes Internacionales

Ortiz (2018) Colombia, en su tesis de maestría titulada “Diseño del Modelo de Planeación Estratégico de Abastecimiento de Producto Terminado en la Categoría Juegos Para el Mercado Colombiano de la Compañía Ronda S.A.”. Presentada ante la Universidad Sergio Arboleda.

El autor busca diseñar un modelo de planeación estratégico de abastecimiento para el Grupo Ronda S.A., empresa de entretenimiento que fabrica y vende juguetes, se encuentra en el sector industrial con código CIU 3694. Con casi 50 años de experiencia en el mercado, ve la necesidad de generar ventas con fines estratégicos, incursionar en un mercado que es altamente competitivo con los productos importados lleva al Grupo a tomar decisiones estratégicas de marketing con respecto a los productos Pareto, y así reducir los niveles de inventario y mejorar su índice de liquidez. Grupo Ronda cuenta actualmente con un inventario de aproximadamente COP 6.474 millones, materias primas remanufacturadas en las que la gerencia ha invertido una gran cantidad de capital de trabajo y efectivo, y cerca del 30% de las ventas de productos se pierden en el punto de venta. ventas, excluyendo posicionamiento en el mercado; Conduce a la creación y ejecución de un plan preciso de planificación de oferta y demanda para garantizar la mejor oferta, satisfacer a los clientes, minimizar el inventario e impactar el flujo de caja de ventas estratégicas.

Celi (2018) Ecuador, en su tesis titulada “Diseño arquitectónico del mercado municipal de la Ciudad de Gonzanamá, Provincia de Loja”. Presentada ante la Universidad Internacional del Ecuador.

El autor tiene como objetivo principal crear un mercado para la ciudad de Gonzanamá, región Loja, a través del análisis y análisis de ciertos lineamientos de construcción de comunidad, que permita la creación de espacio libre, infraestructura e infraestructura, para cubrirlo. demanda, su zona de impacto, así como para interrumpir los procesos de negocio en la región. Los hallazgos del estudio han determinado que es importante hacer un aporte al mercado local de Gonzanamá, pues el actual ha cumplido la vida útil de su diseño, ya que en el exterior brinda una mala imagen ya que presenta equipos dañados y hay un problema con la iluminación interior y el aire acondicionado que genera condiciones antihigiénicas. El análisis de la ciudad, departamento de ubicación y uso de suelo, asoleamiento y aplicación de unas premisas del tipo de material, servicio, ciudad, edificación y tipo ambiental permite el diseño ideal del Mercado Municipal de Gonzanamá, equipo y planos para un mínimo de 15 años (2032), en base a un análisis de crecimiento poblacional, y su confiabilidad dependerá de las reparaciones que se realicen a los equipos.

García-García et al. (2017) Paraguay, en su tesis titulada “Buenas Prácticas de Manufactura en comedores del Mercado Central de Abasto de Asunción, Paraguay”. Presentada ante la Facultad de Ciencias Médicas, Universidad Nacional de Asunción, Paraguay.

Los autores definen a las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) como "un conjunto de reglas y pautas técnicas aplicadas durante el procesamiento de alimentos para garantizar la seguridad e idoneidad de los alimentos" y son obligatorias. Sándwich vegetal de alto riesgo, elaborado con ingredientes crudos y mayonesa, crudo y de consumo habitual. El propósito es describir el BPM en la cantina Mercado Central de Abasto de Asunción en Paraguay que produce sándwiches vegetarianos. Estudio prospectivo, descriptivo, transversal, basado en una muestra de conveniencia. Se incluyeron 50 cantinas del Mercado Central de Abasto que elaboran sándwiches vegetales y aceptaron participar en el estudio. La evaluación se realizó utilizando la lista de verificación basada en el Codex Alimentarius (FAO/OMS). El 60% no contaba con una estructura bien construida y en el 32% del comedor se encontraron animales u objetos intermedios. El 54% tiene botes de basura con sus alimentos, el 46% tiene tapas. El 42% no compraba materiales a proveedores autorizados y el 30% utilizaba agua reciclada. El 10 % no lavaba los alimentos en absoluto, el 86 % de los trabajadores dijo lavarse las manos antes y el 88 % después de manipular los alimentos. El 82% se recoge el cabello hacia atrás, las uñas limpias y cortas, y el 46% utiliza accesorios (anillos, relojes y pulseras). En el 42%, la misma persona manipula la comida y cobra. El 20% ha sido capacitado y el 43% ha sido verificado por la autoridad de Asunción. Las empresas de procesamiento de alimentos deben implementar GMP para reducir los riesgos.

Droguett (2012) Chile, en su tesis titulada “Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes”. Presentada ante la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.

El autor tuvo como objetivo general identificar cuáles son las principales causas de insatisfacción en el servicio de la industria automotriz, saber qué es que es más importante que salga bien para los clientes a la hora de decidir si la experiencia de servicio fue satisfactoria o no. A través de una revisión teórica de los temas relacionados, un análisis crítico del desempeño en satisfacción de clientes de esta industria en base a un estudio realizado a las 5 marcas líderes, y a la aplicación de herramientas estadísticas a una base de datos de respuestas a una encuesta de clientes reales de esta industria. Los estudios realizados permitieron ver que la evaluación que los clientes hacen sobre el desempeño en servicios de las distintas marcas de la industria tiene factores comunes. Las principales causas de insatisfacción presentes son compartidas por las marcas, dejando ver que estos problemas no sólo tienen que ver con la forma en que una empresa particular enfrenta las experiencias de servicio, sino que con la forma en que hasta ahora la industria ha interactuado con los clientes.

Rodríguez (2009) Costa Rica, en su tesis titulada “Plan de comercialización para el producto artesanal “Galletas La Herencia” en el mercado nacional”. Presentada ante la Escuela de Administración de Negocios de la Universidad de Costa Rica.

El presente proyecto ha planteado como principal objetivo: Realizar un plan de comercialización que identifique las oportunidades del producto “Galletas de Coco Herencia” y pueda mejorar su posicionamiento en el mercado. El presente trabajo describe la situación actual de la empresa Panes Populares de Atenas y su producto primario, las galletas “La Herencia”. Este proyecto desea hacer que las Galletas Caseras Herencia puedan revertir la situación actual de la empresa, la cual ha venido perdiendo fuerza en el mercado local, ya que sus ventas han caído y ha puesto en riesgo su existencia. Por medio de una encuesta donde se pudo escuchar por primera vez lo que el consumidor tenía que decir acerca de la presentación del producto, la diversidad de líneas del producto, el sabor, el precio, así como sus gustos y preferencias actuales acerca de las galletas artesanales, se concluyó que, la empresa actualmente se encuentra en una situación difícil, tanto organizacional como estratégica y financieramente, por lo necesita de una serie de cambios estratégicos para el producto y la organización, para que ésta, mediante un cambio de imagen, pueda posicionarse mejor en el mercado local, por otro lado la empresa como tal tiene deficiencias de sistemas de información, que le imposibilitan tomar decisiones importantes y necesarias en el mercado, para poder así reaccionar ante la competencia nacional e internacional.

1.5. Justificación de la investigación

La presente investigación se justificará en la medida de que se logren las metas, objetivos y que beneficie a toda la población del Distrito de Huarmey y por ende a toda la Provincia, tanto a comerciantes, productores, transportistas y usuarios.

1.5.1. Justificación social

Proponer la recuperación del Mercado Modelo de Huarmey permitirá que los pobladores cubran la necesidad de abastecerse con productos de calidad en condiciones óptimas de salubridad, reduciendo así drásticamente el contagio de enfermedades producidas por contaminación cruzada; asimismo los pobladores se beneficiarán puesto que esta propuesta les permitirá generar oportunidades de empleo logrando un estilo de vida confortable para los residentes del sector.

1.5.2. Justificación metodológica

La presente investigación según (Hernández, Fernández & Baptista, 2010) son de tipo explicativo porque van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos y correlacional porque tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. Cabe resaltar que en una misma investigación se puede incluir diferentes alcances todo dependerá de lo que se busca determinar en la investigación.

Además, cuenta con un enfoque cuantitativo según lo mencionado por (Ramírez, Ampa & Ramírez A., 2007) porque considera como objeto y campos de investigación solo los hechos o fenómenos observables, susceptibles de medición y adopta el método hipotético-deductivo

cuyos procedimientos son: la observación, la formulación de hipótesis y posteriormente la contrastación o prueba de hipótesis, finalmente la correlación de variables para conseguir el rigor del método científico.

1.5.3. Importancia de la investigación

La presente investigación tiene como finalidad, la recuperación del servicio de comercio del Mercado Modelo de Huarney, Provincia de Huarney, Departamento y Región de Ancash. Se hará una adecuación de la comercialización minorista de productos a través del mercado de abastos y ferias. Tiene por finalidad con la recuperación de la infraestructura del Mercado Modelo de Huarney, constituirse como uno de los equipamientos urbanos básicos más importantes del Distrito de Huarney, así como de toda la provincia. Se mercado contará con una adecuada accesibilidad, asimismo la gestión administrativa será la encargada de mantener el orden, limpieza y seguridad. Los comerciantes y compradores no se oponen ante una eventual reubicación mientras duren las refacciones. Con la recuperación del Mercado Modelo de Huarney, se suplirán las necesidades laborales de la población del distrito.

Con la construcción del Mercado Modelo de Huarney, se busca dar continuidad al eje comercial de la ciudad portuaria, la misma que se generó intuitivamente en base a las necesidades propias de la población que habita en la urbe, el cual se constituye como uno de los equipamientos urbanos básicos más importantes del distrito.

1.6. Limitaciones de la investigación

1.6.1. Limitaciones bibliográficas

La bibliografía para la presente investigación es escasa en casos desarrollados en la provincia de Huarmey, lo que generó que no se encuentren muchos trabajos que analicen a los mercados en la provincia.

1.6.2. Limitación teórica

La ausencia moderada de trabajos de antecedentes relacionados al tema de investigación en facultades de pre grado y post grado de las principales universidades del país.

1.6.3. Limitación institucional

El ingreso restringido a la información de los mercados en Huarmey.

1.6.4. Limitación económica

El limitado financiamiento económico para la adquisición de los materiales necesarios para la investigación.

1.7. Objetivos de la investigación

1.7.1. Objetivo general

- Determinar si la recuperación de la infraestructura influirá en el servicio de comercio del mercado modelo de Huarmey.

1.7.2. Objetivos específicos

- Determinar si la implementación de equipamiento influirá en la calidad de los productos en el mercado modelo de Huarmey.
- Determinar si la condición del mobiliario influirá en la venta de productos en el mercado modelo de Huarmey.
- Determinar si la especialización de la gestión administrativa influirá en el desempeño de los comerciantes del mercado modelo de Huarmey.

1.8. Hipótesis

1.8.1. Hipótesis general

- La recuperación de la infraestructura influirá significativamente en el servicio de comercio del mercado modelo de Huarmey.

1.8.2. Hipótesis específicas

- La implementación de equipamiento influirá significativamente en la calidad de los productos en el mercado modelo de Huarmey.
- La condición del mobiliario influirá en la venta de productos en el mercado modelo de Huarmey.
- La especialización de la gestión administrativa influirá significativamente en el desempeño de los comerciantes del mercado modelo de Huarmey.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco conceptual

2.1.1. *Calidad*

Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos. (Méndez & Avellana, 2009) Cuatrecasas (2001) define el sistema de calidad como un conjunto de la estructura de organización, de responsabilidades, de procedimientos, de procesos y de recursos, que se establecen para llevar a cabo la gestión de la calidad.

2.1.2. *Empleo informal*

Para Gorisov (2005), la existencia del empleo informal se puede observar como un mecanismo autorregulador de la economía. Representa una alternativa para la población económicamente activa ante el desempleo, dada la necesidad de proveer de ingresos a la familia. Esta situación genera que las personas tengan que optar por trabajos no registrados que se caracterizan por falta de: seguridad social y demás prestaciones, ahorros que permitan el retiro, contratos laborales y la protección legal.

2.1.3. *Salubridad*

Cualidad de salubre. Estado general de la salud pública. Señala aquello que resulta ser bueno para nuestra salud. (Antuñano, 2014).

2.2. Bases teóricas especializadas sobre el tema

2.2.1. Mejora de infraestructura. Según Santana (2010).

Para asegurar el éxito del Comité de Mejoramiento de la Infraestructura, es necesario que, por cada programa aplicable a la escuela, los integrantes de dicho Comité lleven a cabo las acciones siguientes:

- Describir las necesidades detectadas en orden de prioridad.
- De ser posible, solicitar la asesoría de un profesional en construcción.
- Definir los recursos humanos, materiales o financieros necesarios para su realización.
- Promover que todos los integrantes de la comunidad educativa conozcan los programas o proyectos de construcción, mantenimiento o adecuación de la escuela.
- Dar seguimiento para que se cumplan los compromisos que el Consejo Escolar haya adquirido en relación con las aportaciones destinadas a apoyar las obras que se lleven a cabo en la escuela.
- Registrar por escrito las principales actividades observadas y las incidencias que se presenten durante el desarrollo de las obras.
- Mantener comunicación permanente con el supervisor técnico del programa oficial o del proyecto de la sociedad civil que corresponda, para aclarar las dudas de la comunidad educativa y presentarle el resultado de sus observaciones.

2.2.2. Mejora de puestos. Según Yaranga (2015).

La noción más amplia del mercado aparece cuando el ser humano se da cuenta que puede obtener productos que no posee intercambiándolos con sus pares. Gracias a esa situación, se establece entre los pueblos una relación social que, a medida que va evolucionando, genera

el comercio, actividad que se instituye para poner al alcance del consumidor aquellos productos que no posee por restricciones espaciales y temporales. La actividad comercial gesta, entonces, un tipo de relación social que busca satisfacer necesidades primarias, secundarias e incluso superfluas. Para ello, los comerciantes debían estar al alcance de sus clientes, es así que se comienzan a acentuar en espacios céntricos que pueden variar periódicamente para cubrir espacialmente una zona y abastecer a más consumidores.

2.2.3. Distribución de puestos. Según Yaranga (2015).

Tal como se ha mencionado, el mercado es primordialmente un espacio compuesto por individuos que crean una dinámica social. En él, se puede identificar las siguientes zonas:

A. Zona de venta o Alimentos:

- Verduras y frutas.
- Abarrotes y productos de limpieza.
- Carnes.
- Especierías, embutidos, lácteos.
- Accesorios: artículos para el cuidado personal y para el hogar.
- Comidas: juguerías, puestos que ofrecen desayunos y almuerzos.
- Servicios: zapatería, costuraría, eléctrico.

B. Zona de venta o Alimentos: debe ubicarse cerca del área de almacenamiento o en un lugar equidistante de todas las áreas que demandan su uso. Este espacio no debe interferir con las actividades ordinarias de compra y venta que se realizan durante todo el día en las instalaciones del mercado.

C. Zona administrativa: es el cuerpo de gobierno de las instalaciones del mercado, es la gerencia o administración, la que debe contar con oficinas apropiadas para las actividades que desarrolla.

2.2.4. Mejora ambiental. Según Lora (2014).

El medio ambiente condiciona la manera de vivir de la sociedad especialmente las circunstancias de vida desde las que actualmente se están dando diferentes tipos consecuencias negativas a causa del mal uso de los recursos naturales y estas son agrupadas en lo que conocemos como la contaminación del medio ambiente desde diferentes agentes naturales y químicos que afectan de determinada manera el buen funcionamiento del medio.

2.2.5. Gestión administrativa. Según Kaplan y Norton (2000).

Es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo, alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Esta aplica a todo tipo de organizaciones bien sean pequeñas o grandes empresas lucrativas y no lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio.

Garzón (2011) tomando el diccionario de la real academia española define a la gestión administrativa como la acción de administrar, que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar.

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación según (Hernández, Fernández & Baptista, 2010) es de tipo explicativo porque va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos y correlacional porque tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. Cabe señalar que en una misma investigación se pueden incluir diversos alcances, todo dependerá de lo que se esté buscando determinar durante la investigación.

Además, de acuerdo a lo mencionado por (Ramírez, Ampa & Ramírez A, 2007) cuenta con un enfoque cuantitativo porque considera como objeto y campos de investigación solo los hechos o fenómenos observables, susceptibles de medición y adopta el método hipotético-deductivo cuyos procedimientos son: la observación, la formulación de hipótesis y posteriormente la contrastación o prueba de hipótesis, finalmente la correlación de variables para conseguir el rigor del método científico.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población de estudio es el total de pobladores de la provincia de Huarmey, el cual cuenta con 25,117 habitantes, ya que estos participan de manera exclusiva y cotidiana en las actividades diarias, y se relacionan con las dimensiones que se pretende medir.

3.2.2. Muestra

La muestra de estudio se determinó en 96 comerciantes del Mercado Modelo de Huarmey. La muestra fue de tipo aleatoria-sistemática y su tamaño será calculado usando la siguiente fórmula de población finita con proporciones con un error estimado del 10 % y un acierto del 95 %:

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

n = Tamaño de muestra.

z = Desviación de la curva normal.

p = Probabilidad de éxito (0.8).

q = 1 - p = 0.2

N = Población.

e = 0.1 máximo error permitido.

3.3. Operacionalización de variables

Tabla 1
Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
X. Recuperación de la infraestructura	X.1. Implementación de equipamiento	Mejora de salubridad
		Mejora de servicio
		Seguridad del usuario
	X.2. Condición del mobiliario	Evaluación situacional
		Requerimientos
		Mantenimiento
	X.3. Especialización de la gestión administrativa	Ejecución de planes
		Uso eficiente de recursos
		Estrategias de mejora
Y. Servicio de comercio	Y.1. Calidad de los productos	Almacenamiento
		Salubridad
		Equipamiento
	Y.2. Venta de productos	Mejoramiento de puestos
		Distribución de puestos
		Instalación de mobiliario
	Y.3. Desempeño de los comerciantes	Capacitación
		Servicio eficiente
		Reglamento

Fuente: Elaboración propia.

3.4. Instrumentos

El instrumento de la recolección de datos que se usó para la presente investigación es la observación activa o directa mediante una encuesta, en donde se ha participado en el proceso investigativo desde el mismo lugar donde acontecen los hechos, ósea recoger la percepción del encuestado en el Mercado Modelo de Huarney.

Los instrumentos fueron contruidos con el objetivo de medir las dimensiones que se involucran en la investigación. El instrumento utilizado en el trabajo de investigación es la encuesta que se realizó en forma escrita, mediante un formulario con 29 ítems de los cuales 25 ítems tienen escala de Likert y 4 ítems no tienen escala, con preguntas diseñadas de acuerdo a las variables definidas para esta investigación; las preguntas son del tipo cerrada las cuales son contestadas por el encuestado y nos permite tener una amplia cobertura del tema de investigación y que posteriormente serán validadas.

La escala está definida de la siguiente manera:

- (1). Totalmente en desacuerdo.
- (2). En Desacuerdo.
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- (4). De acuerdo.
- (5). Totalmente de acuerdo.

3.5. Análisis de involucrados

De acuerdo a la información del área de influencia se ha determinado que la población afectada es la que acude al Mercado Modelo de Huarney a realizar sus compras, por ser el principal centro de expendio de productos.

3.5.1. Población afectada y sus características

Como se ha mencionado inicialmente, el área de influencia del proyecto el distrito de Huarmey, provincia de Huarmey.

Tabla 2

Cantidad poblacional en el Departamento de Ancash; Provincia, distrito

	Total	Población	
		Hombres	Mujeres
DEPARTAMENTO ÁNCASH	1 083 519	534 101	549 418
Provincia Huaraz	163 936	80 099	83 837
Provincia Aija	6 316	3 242	3 074
Provincia Antonio Raymondi	13 650	6 722	6 928
Provincia Asunción	7 378	3 522	3 856
Provincia Bolognesi	23 797	12 179	11 618
Provincia Carhuaz	45 184	21 786	23 398
Provincia Carlos Fermín Fitzcarrald	17 717	8 432	9 285
Provincia Casma	50 989	25 499	25 490
Provincia Corongo	7 532	3 837	3 695
Provincia Huari	58 714	30 566	28 148
Provincia Huarmey	30 560	15 544	15 016
Provincia Huaylas	51 334	25 184	26 150
Provincia Mariscal Luzuriaga	20 284	9 720	10 564
Provincia Ocros	7 039	3 678	3 361
Provincia Pallasca	23 491	11 554	11 937
Provincia Pomabamba	24 794	11 791	13 003
Provincia Recuay	17 185	8 206	8 979
Provincia Santa	435 807	214 707	221 100
Provincia Sihuas	26 971	13 018	13 953
Provincia Yungay	50 841	24 815	26 026

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Censo 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas

La población a nivel de provincias del departamento de Ancash según periodos censales se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 3

Cantidad poblacional en la Provincia de Huarney según periodos censales

Provincia	Población	
	2 007	2017
Provincia Huarney	28,686	30 560
Distrito Huarney	22,320	25 117
Distrito Cochapeti	915	740
Distrito Culebras	3,239	3 097
Distrito Huayán	1,124	861
Distrito Malvas	1,088	745

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Censo 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas

3.5.2. Tasa de crecimiento poblacional intercensal

En la siguiente tabla se presenta la tasa de crecimiento poblacional intercensal del departamento de Ancash a nivel de provincias, la variación porcentual en la provincia de Huarney en el último periodo censos año 2007 – año 2017 es de 0.63%, según detalle en el siguiente cuadro:

Tabla 4

Tasa intercensal de la población de la provincia de Ancash a nivel de distritos

Provincia	Población		Tasa intercensal
	2 007	2017	
Provincia Huarney	28,686	30 560	0.63%
Distrito Huarney	22,320	25 117	0.01%
Distrito Cochapeti	915	740	-0.01%
Distrito Culebras	3,239	3 097	0.03%
Distrito Huayán	1,124	861	0.19%
Distrito Malvas	1,088	745	0.14%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Censo 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas

3.5.3. Estructura de la población por edad y sexo del distrito de Huarmey

En el siguiente cuadro se muestra la distribución por sexo y edades quinquenales de la población del distrito de Huarmey según el Censo INEI 2017.

Tabla 5
Estructura de la población por edad y sexo del Distrito de Huarmey

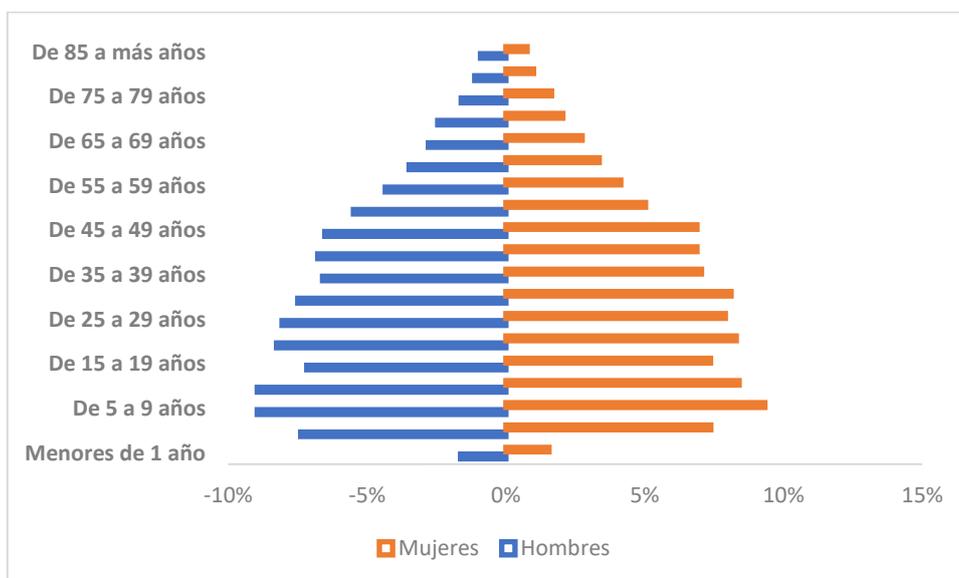
Distrito	Total	Población	
		Hombres	Mujeres
Distrito Huarmey	25 117	12 670	12 447
Menores de 1 año	400	206	194
De 1 a 4 años	1 857	937	920
De 5 a 9 años	2 295	1 134	1 161
De 10 a 14 años	2 180	1 134	1 046
De 15 a 19 años	1 826	908	918
De 20 a 24 años	2 081	1 047	1 034
De 25 a 29 años	2 006	1 021	985
De 30 a 34 años	1 960	950	1 010
De 35 a 39 años	1 715	837	878
De 40 a 44 años	1 715	858	857
De 45 a 49 años	1 684	826	858
De 50 a 54 años	1 322	696	626
De 55 a 59 años	1 065	550	515
De 60 a 64 años	860	441	419
De 65 a 69 años	696	353	343
De 70 a 74 años	567	311	256
De 75 a 79 años	410	204	206
De 80 a 84 años	267	142	125
De 85 a más años	211	115	96

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Censo 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas

Las correspondientes representaciones gráficas se hacen en pirámides poblacionales, donde puede apreciarse a nivel distrital, para el año 2017, que todavía se percibe una población joven con base ancha, y los primeros quinquenios de la vida, sin embargo, hay un ensanchamiento progresivo en el centro, se evidencia un mayor número de nacimientos y mayor población en edad activa. La reducción de la pirámide en los quinquenios de 20 a 24 y de 25 a 29, advierte que hay desplazamientos de jóvenes abandonando sus comunidades, ligeramente más marcado en el género femenino. Asimismo, se observa mayor proporción en la población adulta mayor.

Figura 1

Pirámide Poblacional por grupos de edad y sexo del distrito de Huarmey



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Censo 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas

3.6. Características del mercado de abastos

El Mercado de Abastos de Huarmey está ubicado entre la Av. Garcilaso de la Vega 328, la Calle Casma, y el Pasaje 3. Actualmente se encuentra en un Estado Deteriorado debido a varios factores; antigüedad, mal proceso constructivo, una mala distribución de sus espacios, mal drenaje, entre otros.

Entre las características de los mercados del distrito de Huarmey, tenemos el número total de puestos, área de terreno, área construida, el número de niveles y el tipo de propiedad.

Tabla 6
Características del mercado de abastos del distrito de Huarmey

Mercado	Total de puestos	Área de terreno	Área construida	Número de niveles	Tipo de mercado	Tipo de propiedad
Mercado Modelo de Huarmey	237	6560	6560	1	Minorista	Público

Fuente: Censo Nacional de Mercados de Abastos – CENAMA (INEI, 2016)

Según se observa en Tabla 6, el mercado que más puestos posee es el Mercado Modelo de Huarmey con 237 puestos y con un área de terreno de 6650 m². (INEI, 2016)

3.6.1. Infraestructura del mercado de abastos

Además, en el CENAMA 2016, se identificaron algunos aspectos respecto a la infraestructura del mercado (material utilizado o que predomina), como: pared, piso, techo, servicios higiénicos.

Tabla 7
Infraestructura del mercado de abastos (material predominante)

Mercado	Paredes	Pisos	Techos
Mercado Modelo de Huarmey	Ladrillo o bloque de cemento	Cemento	Fibraforte con estructura metálica

Fuente: Censo Nacional de Mercados de Abastos – CENAMA (INEI, 2016).

Según se observa en la Tabla 7, el material predominante de las paredes, pisos y techos en los mercados de abastos son Ladrillo o bloque de cemento, Ladrillo o bloque de cemento y Ladrillo o bloque de cemento, respectivamente. En el Mercado Modelo, las paredes son de cemento, los pisos de cemento y el techo de fibraforte.

3.6.2. Disponibilidad de instalaciones de servicios públicos

En el mismo Censo, se observaron aspectos relacionados al acceso a los servicios públicos como: alumbrado eléctrico por red pública, abastecimiento de agua por red pública y alcantarillado por red pública.

Tabla 8
Disponibilidad de instalaciones de servicios públicos

Mercado	Alumbrado eléctrico	Abastecimiento de agua	Alcantarillado	Servicios Higiénicos
Mercado Modelo de Huarmey	Si	Si	SI	Si

Fuente: Censo Nacional de Mercados de Abastos – CENAMA (INEI, 2016).

Según se observa en la Tabla 8, el Mercado Modelo, cuenta con los siguientes servicios: alumbrado eléctrico, abastecimiento de agua, alcantarillado y servicios higiénicos.

Tabla 9
Datos Generales del Mercado Modelo de Huarney

Datos Generales de Predio	
Nombre:	Mercado de Abastos de Huarney
Manzana:	H
Lote:	F, G, H, I, J, K, L
Urbanización:	Huarney

Fuente: Municipalidad de Huarney

3.6.3. *Ubicación*

El Mercado de Abastos de Huarney, se ubica entre la Av. Garcilaso de la Vega 328, la calle Casma, y el Pasaje 3, se localiza en el área urbana consolidada del distrito de Huarney, provincia de Ancash, departamento de Ancash.

Tabla 10
Ubicación del Mercado Modelo Huarney

Departamento:	Ancash
Provincia:	Ancash
Distrito:	Huarney
Dirección:	Av. Garcilaso de la Vega 328

Fuente: Sunarp

Figura 2
Plano de ubicación y localización del mercado



Fuente: Municipalidad de Huarney / Elaboración Propia

3.6.4. Saneamiento Físico Legal y Levantamiento Topográfico

La ejecución de los trabajos para el levantamiento topográfico está comprendida en las siguientes etapas:

- Primera Etapa: Planeamiento Preliminar
- Segunda Etapa: Trabajo de Campo
- Tercera Etapa: Trabajo de Gabinete

Tabla 11
Datos Generales de Predio

Datos generales del Predio SUNARP	
Nombre:	Mercado De Abastos De Huarmey
Manzana:	H
Lote:	F,G,H,I,J,K,L
Urbanización:	Huarmey
Medida Predial	
Este:	52 m, 35.94 m y 80.99 m (poli línea recta 3 tramos).
Norte:	11.45 m, 10.00 m, 11.40 m, 10.00 m, 21.90 m, 8.17 m, 35.89 m. (poli línea recta 7 tramos)
Oeste:	110.86 m
Sur:	45.23 m
Área:	7 977.02 m ²
Colindancias	
Este:	Pasaje 3
Norte:	Propiedad de Terceros
Oeste:	Av. Garcilazo de la Vega
Sur:	Calle Casma
Ubicación Geográfica	
Departamento	Ancash
Provincia	Ancash
Distrito:	Huarmey

Fuente: Sunarp / Elaboración Propia.

Tabla 12
Descripción de información de terreno

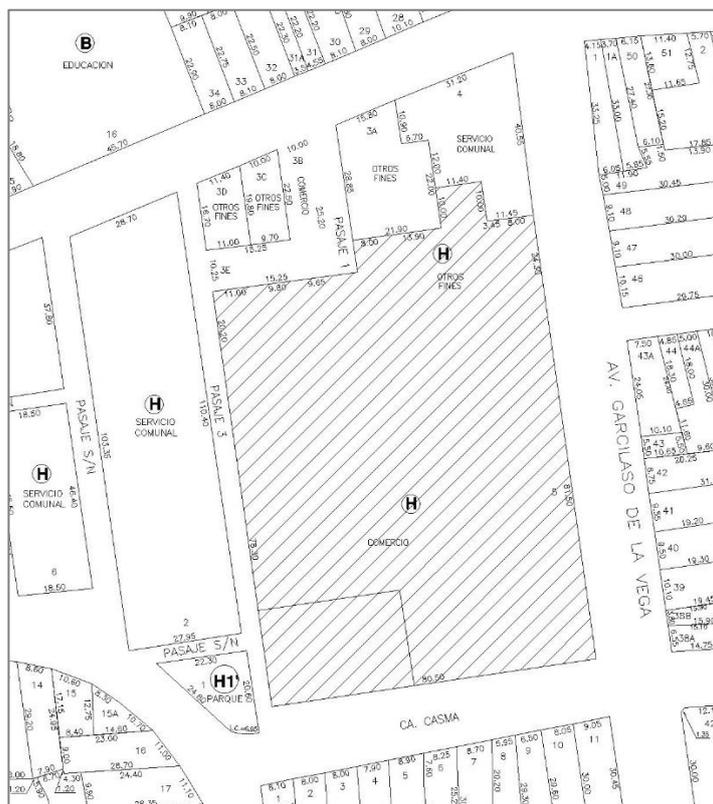
Descripción de información de terreno	
Información de la Partida Registral	
Asiento	4661, 4662, 4663, 4464, 4665, 4666, 4667.
Oficina Registral Inmueble - Oficina Registral Regional	Región CASMA
Área Registrada (m ²)	7 977.02 m ²
Verificación de Áreas del Levantamiento Topográfico	
Área de terreno según Levantamiento Topográfico (m ²) – Plano de Ubicación	7 977.02 m ²
Variación entre el área registrada y el área de Lev. topográfico (m ²)	0.98 m ²
% Variación	0.0125%

Fuente: Cofopri / Elaboración Propia

3.6.5. Características del Terreno

Descripción topográfica: El distrito de Huarmey presenta una topografía en su mayoría ondulada, con superficies llanas y planas, consecuentemente. Específicamente en el área a trabajar existe leves variaciones dentro del predio.

Figura 3
Plano de accesibilidad al mercado modelo de Huarmey



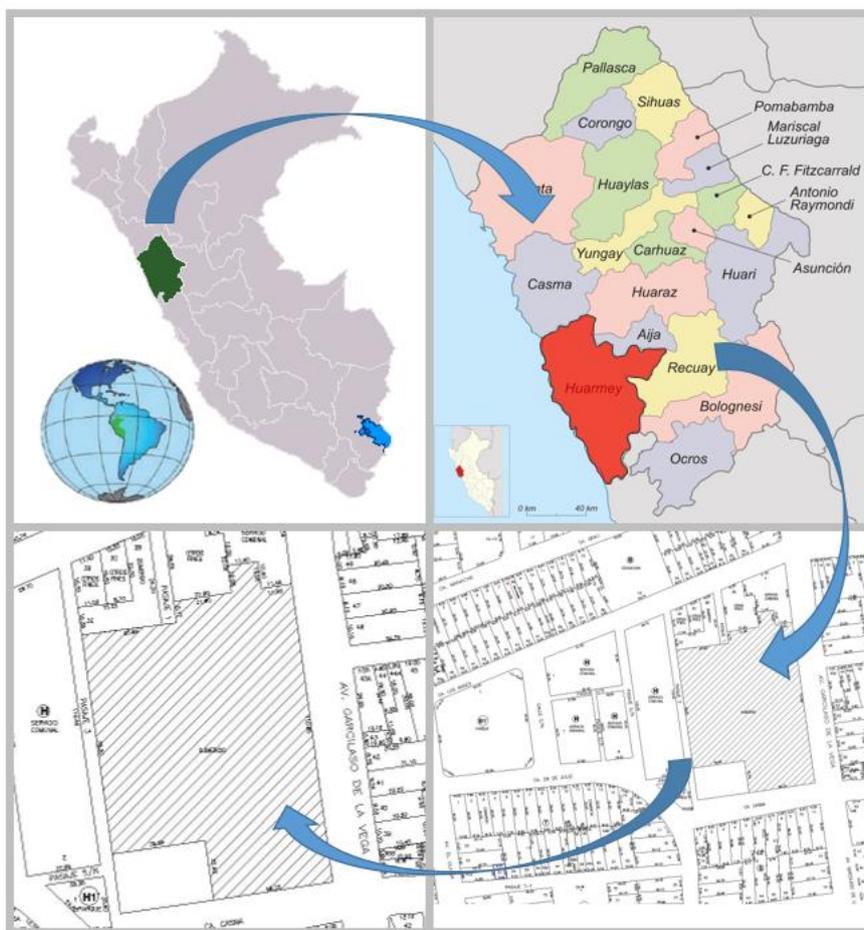
Fuente: Elaboración Propia

3.6.6. Accesibilidad

El Acceso al Mercado de Abastos de Huarmey, desde la capital del Perú, se llega a Huarmey a través de la carretera panamericana Norte (300 km) viajando en bus 6 horas.

- De Lima a Huarmey 6:00 horas aproximadamente (Bus).
- No existe llegada directa vía aérea.
- De Lima a Huánuco 1:00 hora aproximadamente (Bus).

Figura 4
Plano de localización



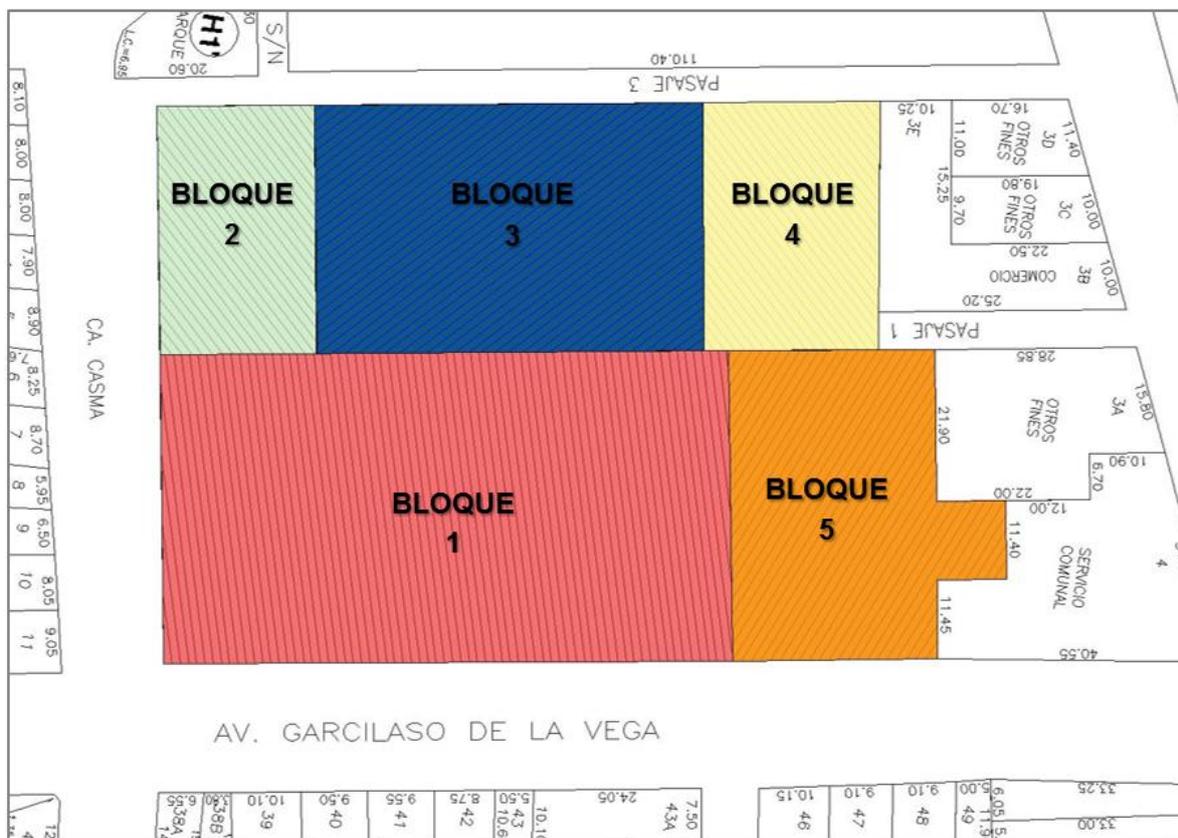
Fuente: Elaboración Propia

3.6.7. Caracterización de la Infraestructura Existente

En el establecimiento funcionan actualmente, distribuidos alrededor de todo el terreno, adaptando los ambientes de comercio a las condiciones físicas limitadas de su infraestructura. El terreno está ocupado al 100% por la edificación existente.

No presenta retiros y se conforma por una edificación integrada única, con tres ingresos al área de ventas y perímetro de negocios independientes con salida a la calle.

Figura 5
Característica funcional



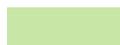
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13*Descripción de bloques del Mercado de Abastos*

NIVEL	BLOQUE	LEYENDA	DESCRIPCIÓN
PRIMER NIVEL	BLOQUE 01		Mercado Modelo Actual
	BLOQUE 02		Galería Comercial
	BLOQUE 03		Mercado 2da Etapa
	BLOQUE 04		Mercado 3ra etapa
	BLOQUE 05		Terminal Pesquero

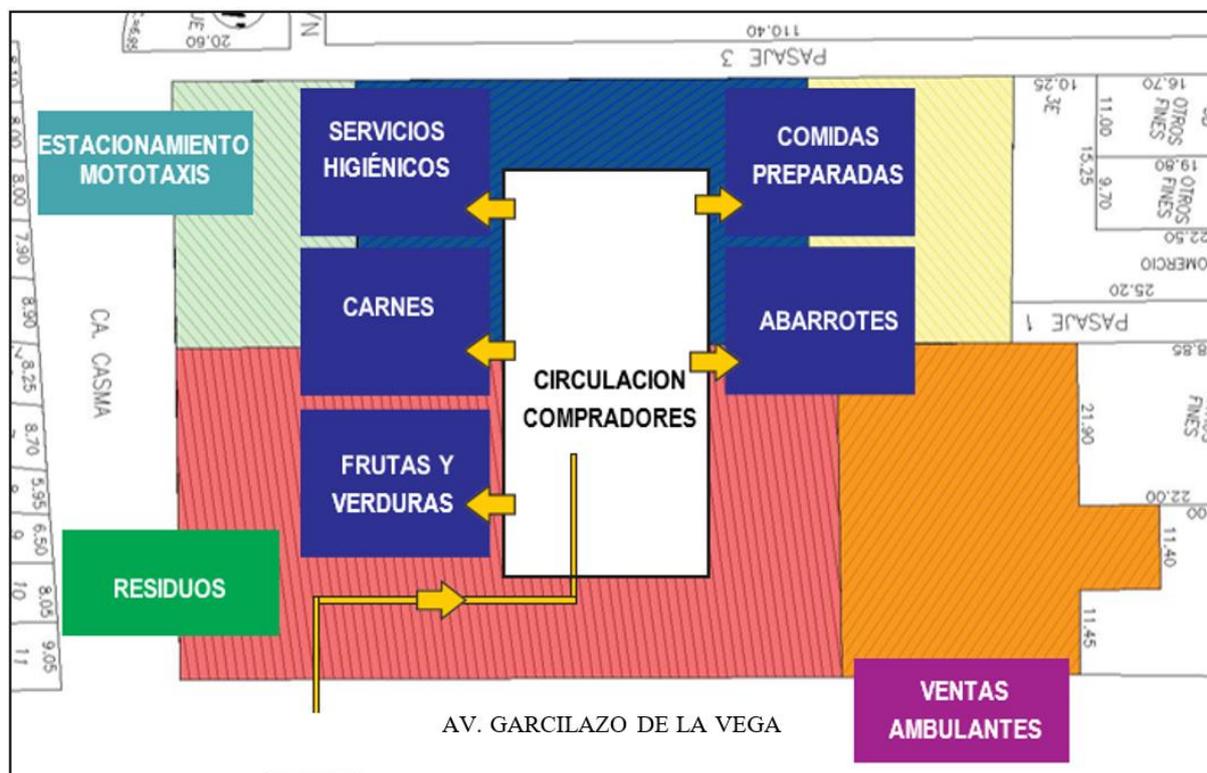
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14*Descripción de bloques del Mercado de Abastos*

FASE	BLOQUE	LEYENDA	ANTIGÜEDAD	SISTEMA CONSTRUCTIVO	ESTADO DE CONSERVACIÓN	ÁREA CONSTRUIDA	%
UNA FASE	BLOQUE 01		50 años	Cobertura Metálica Albañilería y concreto	Malo	3,644.93 m ²	41.48
	BLOQUE 02		10 años	Cobertura de albañilería y concreto	Buena	802.93 m ²	9.14
	BLOQUE 03		25 años	Cobertura Metálica Divisiones de Madera	Malo	1,995.18 m ²	22.71
	BLOQUE 04		20 años	Cobertura Metálica Divisiones de Madera	Malo	905.19 m ²	10.30
	BLOQUE 05		20 años	Cobertura Metálica Divisiones Albañilería	Malo	1,438.16 m ²	16.37
					TOTAL	8,791.83.00 m ²	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6
Relaciones funcionales operativas



Fuente: Elaboración propia.

Su relación funcional se da a través de la relación de ambientes entre las salas de ventas adyacentes a la Av. Garcilazo de la Vega, generando circulación cruzada, pero no se logra tener un orden debido al hacinamiento de áreas ocupadas y cerradas con paneles metálicos.

Descripción de Bloques

Presenta una unidad edificatoria, que se subdivide en cinco cuerpos integrados en 5 bloques, siendo estos: bloques (2, 3, 4 y 5) que se articulan en salas de ventas y el bloque 1, que es el bloque principal del Mercado.

El diseño de la edificación arquitectónicamente no representa las directrices normativas vigentes, debido a que las áreas no cumplen con las áreas mínimas estipuladas en el RNE A 0.70 Comercio.

Tabla 15
Caracterización de la Infraestructura – Bloque 1

PANEL FOTOGRÁFICO	BLOQUE 1	DESCRIPCIÓN		
	USO	MERCADO MODELO ACTUAL		
	NRO. PISO/NIVEL	01		
	AMBIENTES / ÁREA NETA	01	3,644.93 m²	
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	MALO	ÁREA CONSTRUIDA	
	ANTIGÜEDAD	50 AÑOS	3,644.93 m²	
	ARQUITECTURA			
<ul style="list-style-type: none"> • Presenta una antigüedad promedio entre los 30 años. Su estructura principal es de concreto armado, tiene muros de albañilería, techo metálico y áreas de cobertura liviana. Este bloque no cuenta con retiro de tal forma que conforma parte del cerco. Esta se encuentra en mal estado de conservación, evidenciando fisuras y erosión en las estructuras, que no cuentan con tarrajeo. • El pasadizo y techo del piso están cubiertos por coberturas metálicas (Calamina) en mal estado y con tendencia al colapso en eventual sismo. • La edificación se encuentra en mal estado, con una antigüedad mayor a 50 años y no cumple con los estándares de acondicionamiento ambiental ni índices de ocupación normativos por lo que se recomienda su demolición total. 				
RECOMENDACIÓN				
<p>Se recomienda la demolición y replanteo del tramado arquitectónico considerando las medidas mínimas según evacuación RNE A.010 y A.130 directrices de seguridad humana según cálculo mínimos de pasadizos.</p>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16
Caracterización de la Infraestructura – Bloque 2

PANEL FOTOGRÁFICO	BLOQUE 2		DESCRIPCIÓN		
	USO		GALERÍA COMERCIAL		
	NRO. PISO/NIVEL		02		
	AMBIENTES / ÁREA NETA		02	802.93 m²	
	ESTADO DE CONSERVACIÓN		BUENA		
	ANTIGÜEDAD		10 AÑOS	ÁREA CONSTRUIDA 1605.86 m ²	
ARQUITECTURA					
<ul style="list-style-type: none"> • Es una edificación relativamente nueva, con pasadizos anchos y puestos de 8 m² aprox. • Al ser una edificación nueva considera las medidas mínimas según evacuación RNE A.010 y A.130 directrices de seguridad humana según cálculos mínimos de pasadizos. 					
RECOMENDACIÓN					
	<p>La edificación se encuentra en buen estado, con una antigüedad de 10 años y cumple con los estándares de la normativa actual por lo que se no recomienda su demolición total, por esta debería mantenerse y unificarse con la nueva propuesta de mercado modelo.</p>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17
Caracterización de la Infraestructura – Bloque 3

PANEL FOTOGRÁFICO	BLOQUE 3		DESCRIPCIÓN	
	USO		MERCADO ETAPA 2	
	NRO. PISO/NIVEL		01	
	AMBIENTES / ÁREA NETA		01	1275.00 m ²
	ESTADO DE CONSERVACIÓN		1,995.18 m ² ÁREA CONSTRUIDA	
ANTIGÜEDAD		25 AÑOS		1995.18 m ²
ARQUITECTURA				
<ul style="list-style-type: none"> • Presenta una antigüedad promedio entre los 25 años. su estructura principal es de puestos con separaciones de paneles de madera y muros de albañilería. • Esta área de transición entre los bloques del conjunto, cuenta con pasajes invadidos por productos, reduciendo su capacidad efectiva al momento de evacuación. Presenta volados metálicos ligeros de aspecto inestables y con riesgo de caídas. 				
RECOMENDACIÓN				
<p>La edificación se encuentra en mal estado, con una antigüedad mayor a 25 años y no cumple con los estándares de acondicionamiento ambiental ni índices de ocupación normativos por lo que se recomienda su demolición total.</p> <p>Se recomienda la demolición y replanteo de tramado arquitectónico considerando las medidas mínimas según evacuación RNE A.010 y A.130 directrices de seguridad humana según cálculos mínimos de pasadizos.</p>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18
Caracterización de la Infraestructura – Bloque 4

PANEL FOTOGRÁFICO	BLOQUE 4		DESCRIPCIÓN		
	USO		MERCADO ETAPA 3		
	NRO. PISO/NIVEL		01		
	AMBIENTES / ÁREA NETA		01	905.19 m ²	
	ESTADO DE CONSERVACIÓN		MALO		
	ANTIGÜEDAD		20 AÑOS	ÁREA CONSTRUIDA 905.19 m ²	
	ARQUITECTURA				
<ul style="list-style-type: none"> • Presenta una antigüedad promedio entre los 20 años. su estructura principal es de puestos con separaciones de paneles metálicos, madera y muros de albañilería. • Esta área puestos apilados, cuenta con pasajes invadidos por productos, reduciendo su capacidad efectiva al momento de evacuación. Presenta volados metálicos ligeros de aspecto inestables y con riesgo de caídas. 					
RECOMENDACIÓN					
<p>La edificación se encuentra en mal estado, con una antigüedad mayor a 20 años y no cumple con los estándares de acondicionamiento ambiental ni índices de ocupación normativos por lo que se recomienda su demolición total.</p> <p>Se recomienda la demolición y replanteo de tramado arquitectónico considerando las medidas mínimas según evacuación RNE A.010 y. A. 130. directrices de seguridad humana según cálculos mínimos de pasadizos.</p>					
					

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19
Caracterización de la Infraestructura – Bloque 5

PANEL FOTOGRÁFICO	BLOQUE 5		DESCRIPCIÓN	
	USO	TERMINAL PESQUERO		
	NRO. PISO/NIVEL	01		
	AMBIENTES / ÁREA NETA	01	1,438.16 m²	
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	MALO	ÁREA CONSTRUIDA	
	ANTIGÜEDAD	20 AÑOS	1, 438.16 m ²	
ARQUITECTURA				
<ul style="list-style-type: none"> • Presenta una antigüedad promedio entre los 20 años. su estructura principal es de puestos con separaciones de albañilería y metálicos, además de muros de albañilería. • Esta área puestos apilados, cuenta con pasajes invadidos por productos, reduciendo su capacidad efectiva al momento de evacuación. Presenta volados metálicos ligeros de aspecto inestables y con riesgo de caídas. 				
RECOMENDACIÓN				
<p>La edificación se encuentra en mal estado, con una antigüedad mayor a 20 años y no cumple con los estándares de acondicionamiento ambiental ni índices de ocupación normativos por lo que se recomienda su demolición total.</p> <p>Se recomienda la demolición y replanteo de tramado arquitectónico considerando las medidas mínimas según evacuación RNE A.010 y A.130. directrices de seguridad humana según cálculos mínimos de pasadizos.</p>				
				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20
Resumen de infraestructura

BLOQUE	PISOS	EDIFICACIÓN	AMBIENTES	ANTIGÜEDAD	ILUMINACIÓN	VENTILACIÓN	ORIENTACIÓN	E. CONSERVACIÓN	INTERVENCIÓN
B-01	1	Mercado Modelo de Huarmey	Mercado de Modelo - Puesto de Ventas	50 años	SI	NO	NO	MALO	Demolición y Sustitución
B-02	1	Galería Comercial Huarmey	Galería Comercial – Puestos de Venta	10 años	SI	NO	NO	REG.	Mantenimiento
B-03	1	Mercado Segunda Etapa	Mercado – Puestos de Ventas	25 años	NO	NO	NO	MALO	Demolición y Sustitución
B-04	1	Mercado Tercera Etapa	Mercado – Puestos de Ventas	20 años	NO	NO	NO	MALO	Demolición y Sustitución
B-05	1	Terminal Pesquero	Terminal Pesquero – Puestos de Venta	20 años	SI	NO	NO	MALO	Demolición y Sustitución

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21
Resumen de activos existentes

ACTIVOS (EDIFICACIONES)	TOTAL, DE UNIDADES EXISTENTES	NRO. ACTIVOS QUE NO	NRO. ACTIVOS QUE NO REQUIEREN INTERVENCIÓN			NRO. ACTIVOS QUE SI	COMENTARIOS
			REFORZAR	REMODELAR	REHABILITAR		
AMBIENTES INTERIORES - SALA DE VENTAS							
Mercado de Modelo - Puesto de Ventas	200	0	0	0	0	200	
Galería Comercial – Puestos de Venta	40	0	0	0	0	40	
Mercado – Puestos de Ventas	60	0	0	0	0	60	
Mercado – Puestos de Ventas	60	0	0	0	0	60	
Terminal Pesquero – Puestos de Venta	30	0	0	0	0	30	
TOTAL							
	390	0	0	0	0	390	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22
Resumen de diagnóstico de la infraestructura

ACTIVOS (OBRAS EXTERIORES)	¿LA EDIFICACIÓN TIENE ACTIVOS?	¿SE REQUIERE INTERVENIR?	¿QUE TIPO DE INTERVENCIÓN SE REQUIERE? (MARCAR CON "X")				COMENTARIO
			REFORZAR	REMODELAR	REHABILITAR	DEMOLER	
Cercos y/o portadas	SI	SI				X	DEMOLICIÓN / SUSTITUCIÓN
Muro de contención	SI	SI				X	DEMOLICIÓN / SUSTITUCIÓN
Instalaciones exteriores Servicios básicos	SI	SI				X	DEMOLICIÓN / SUSTITUCIÓN
Espacios exteriores	SI	SI				X	DEMOLICIÓN / SUSTITUCIÓN

Fuente: Elaboración propia

IV. RESULTADOS

En la presente sección se indican los datos que fueron considerados y analizados en la presente investigación; asimismo, se detalla la interpretación de los resultados obtenidos producto del desarrollo y procesamiento de la información recabada. Datos que son expuestos a continuación.

4.1. Beneficios Sociales

Los beneficios sociales están en función al incremento de las ventas que obtendrá cada uno de los comerciantes del Mercado Modelo Huarney del Distrito de Huarney. Si bien es cierto, en la situación proyectada la cantidad de comerciantes es menor que en la situación actual, estos tendrán una mejora en las condiciones de comercialización que les permitirá alcanzar un mayor volumen de venta al día, en comparación a la situación actual que se da en el Mercado Modelo Huarney.

Analizando los escenarios más favorables y menos favorables, para dicho cambio de hábito se ha considerado el escenario que presenta el menor valor (veces de visitaría el mercado), lo que quiere decir que dicha población puede aumentar su periodicidad de compras por las nuevas condiciones de atención.

En tal sentido, cada puesto del nuevo mercado de abastos contara con ingresos incrementales, los cuales beneficiaran los ingresos de los comerciantes del mercado.

Tabla 23
Ingreso con proyecto de cada puesto del mercado

PRODUCTOS	Número de puestos Con Proyecto	AÑO 1
Abarrotes	58	2,096,469.16
Embutidos	8	397,993.10
Carnes	29	1,760,586.57
Aves	29	1,015,936.94

Pescado	55	1,448,618.80
Frutas	26	426,875.94
Verduras	41	441,602.99
Comida	41	2,268,563.66
Otros rubros	163	1,059,139.37
Total	450	10,915,786.54

Fuente: Elaboración propia

Actualmente la Municipalidad Provincial de Huarmey ha organizado comercio en espacios inadecuados, sin las condiciones para las compras y ventas con seguridad, se han utilizado de manera inadecuada los puestos existentes, por tanto, se puede decir que los beneficios sin proyecto son nulos, incluso se podría decir que sin proyecto continuaría todos los perjuicios que existen actualmente como inseguridad, congestionamiento, desorden, contaminación ambiental, bajos ingresos económicos.

Los beneficios con proyecto serán múltiples tanto de aspecto social, ambiental y económico:

En el aspecto social tendremos los siguientes beneficios:

- Seguridad tanto a los comerciantes como a los compradores que asisten al mercado municipal.
- Descongestionamiento de los espacios públicos (calles, avenidas y parques) que son ocupadas actualmente.
- Ordenamiento urbanístico que permita el incremento de la valoración de los predios en la zona.
- Eliminar focos infecciosos que dañan la salud de las personas como son aguas empozadas donde abundan los mosquitos, eliminación constante de los residuos sólidos que se generan.
- Adquisición de productos de mejor calidad.

- Generar mayores oportunidades comerciales en la ciudad
- Mejorar la calidad de vida de las personas de la zona.

En el aspecto ambiental tenemos los siguientes beneficios:

- Eliminar los ruidos molestos ocasionados por el congestionamiento de las vías.
- Eliminación de residuos sólidos que ocasionan malos olores, presencia de vectores y lixiviados.
- Disminución de ocupación de espacios públicos.

En el aspecto económico tenemos los siguientes beneficios:

- Incremento de las ventas de las ventas de los comerciantes y/o productores.
- Incremento del dinamismo económico en la ciudad.

Para estimar cuantitativamente los beneficios económicos tenemos los siguientes datos:

Tabla 24
Beneficios Incrementales Mercado

Año	Beneficio Total
Año 1	10,915,786.54
Año 2	11,414,175.10
Año 3	11,908,913.00
Año 4	12,441,115.35
Año 5	12,976,732.44
Año 6	13,555,716.46
Año 7	14,141,884.52
Año 8	14,769,740.34
Año 9	15,410,604.66
Año 10	16,094,277.40

Fuente: Elaboración propia

4.2. Costos Sociales

Para determinar los costos a precios sociales, el mecanismo utilizado en esta etapa del Proyecto es el de los precios de sombra (shadow prices), que consiste en introducir una corrección a los precios de mercado para reflejar los costos sociales.

4.2.1. Costos de inversión a precios sociales

El costo de inversión a precios sociales del presente proyecto asciende a S/. 31,800,045.09, para la alternativa única.

Tabla 25
Presupuesto a precios sociales

Concepto	Costos a precios de mercado (S/)	Costos a precios sociales (S/)
Componente 1: Infraestructura	33,485,613.76	28,379,825.16
Componente 2: Equipamiento	121,520.00	102,927.44
Componente 3: Mobiliario	148,752.40	125,993.28
Componente 4: Capacitación	272,000.00	214,880.00
Subtotal	34,027,886.16	28,823,625.89
Gestión del proyecto	340,278.86	288,216.20
Expedientes técnicos	850,697.15	672,050.75
Supervisión	2,041,673.17	1,612,921.80
Liquidación	510,418.29	403,230.45
Costo de Inversión Total	37,770,953.63	31,800,045.09

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Costos de reposición a precios sociales

Los costos de reposición, son los costos considerados en el horizonte de evaluación que serán repuestos de equipos que han culminado su vida útil.

4.2.3. Costos de operación y mantenimiento a precios sociales

Los costos de operación y mantenimiento al igual que a precios de mercado, se consideran como cero. Asimismo, no se han identificado otros costos sociales como consecuencia de la ejecución y operaciones del proyecto.

Tabla 26

Costos de operación y mantenimiento sin proyecto a precios sociales

Descripción	Parcial	F.C.	Prec. Sociales
Costos De Operación	134,313.20		110,089.45
Personal Obligaciones Sociales	64,453.20	0.790	50,918.03
Bienes Y Servicios	69,860.00	0.847	59,171.42
Costos De Mantenimiento	2,000.00	0.847	1,694.00
Total	136,313.20		111,783.45

Fuente: Elaboración propia

4.2.4. *Costos de operación y mantenimiento con proyecto a precios sociales*

Para estimar los costos de operación y mantenimiento del proyecto a precios sociales, se ha aplicado los Factores de Corrección a los precios de mercado.

Tabla 27
Costos de operación y mantenimiento con proyecto a precios sociales

Descripción	Parcial	F.C.	Prec. Sociales
Costos de Operación	306,764.74		249,298.19
Personal Obligaciones Sociales	184,764.00	0.790	145,963.56
Bienes y Servicios	122,000.74	0.847	103,334.63
Costos de Mantenimiento	53,000.00	0.847	44,891.00
Total	359,764.74		294,189.19

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28
Costos de operación y mantenimiento incrementales a precios sociales

Costos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Sin proyecto										
Operación	110,089.45	113,238.01	116,476.61	119,807.84	123,234.35	126,758.85	130,384.15	134,113.14	137,948.78	141,894.11
Mantenimiento	1,694.00	1,742.45	1,792.28	1,843.54	1,896.27	1,950.50	2,006.28	2,063.66	2,122.69	2,183.39
Con proyecto										
Operación	249,298.19	256,428.11	263,761.96	271,305.55	279,064.89	287,046.14	295,255.66	303,699.98	312,385.79	321,320.03
Mantenimiento	44,891.00	46,174.88	47,495.48	48,853.86	50,251.08	51,688.26	53,166.54	54,687.10	56,251.15	57,859.94
Costos incrementales										
Costos incrementales	182,405.74	187,622.54	192,988.55	198,508.02	204,185.35	210,025.05	216,031.77	222,210.27	228,565.49	235,102.46

Fuente: Elaboración propia

4.3. Criterios de decisión

Dadas las características del proyecto y del impacto de este sobre las ganancias de los comerciantes, se prevé la obtención de beneficios que pueden ser medidos de forma monetaria, como consecuencia de los ingresos incrementales de los comerciantes.

En lo que respecta a los costos se han considerado los relativos a la ejecución de la intervención (costo de inversión) y los requerimientos de operación y mantenimiento. En estos casos, la metodología más apropiada para realizar la evaluación de la conveniencia del proyecto en función de su capacidad económica para la generación de beneficios sociales es la determinación del Costo-Beneficio.

Los indicadores considerados para demostrar la eficiencia económica son: la relación Beneficio/Costo (B/C), el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Los proyectos se consideran viables, desde el punto de vista económico, cuando con base en los beneficios cuantificables, se presenta:

- Una relación Beneficio/Costo (B/C) igual o superior a la unidad, $(B/C) > 1$; ya que representa la utilidad que se obtendrá por cada sol invertido.
- Cuando el Valor Actual Neto es una unidad positiva ($VAN > 0$), en virtud de que equivale a las ganancias que se obtendrán con el proyecto.
- Cuando la Tasa Interna de Retorno es superior al costo de oportunidad del capital, ($TIR > 8\%$) dado que esta tasa muestra el rendimiento de la inversión.

A continuación, se presenta el flujo económico de la alternativa seleccionada

Tabla 29
Cuadro resumen de la evaluación social

Variables	Resultado
Inversión Total a Precio Social (S/.)	31,800,045.09
Valor Actual Neto al 8% (S/.)	53,860,205.57
Tasa Interna de Retorno Social	35.7%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30
Determinación de indicadores del proyecto

Periodo	Beneficios	Costos	Reinversión	Inversión	Flujo Económico
-					- 31,800,045.09
				31,800,045.09	
1	10,915,786.54	182,405.74	472.13		10,732,908.67
2	11,414,175.10	187,622.54	485.63		11,226,066.93
3	11,908,913.00	192,988.55	33,800.80		11,682,123.65
4	12,441,115.35	198,508.02	513.81		12,242,093.53
5	12,976,732.44	204,185.35	53,880.02		12,718,667.07
6	13,555,716.46	210,025.05	36,784.65		13,308,906.77
7	14,141,884.52	216,031.77	559.16		13,925,293.59
8	14,769,740.34	222,210.27	575.15		14,546,954.91
9	15,410,604.66	228,565.49	40,031.89		15,142,007.28
10	16,094,277.40	235,102.46	264,000.81		15,595,174.13
				VAN (S/.)	53,860,205.57
				TIR	35.7%

Fuente: Elaboración propia

4.4. Análisis de Incertidumbre

Todos los proyectos están expuestos a factores no controlables por sus ejecutores u operadores, los cuales pueden afectar su ejecución, operación y mantenimiento a lo largo del horizonte de evaluación. Visualizar qué variables tienen mayor efecto en el resultado frente a distintos grados de error en su estimación permite decidir acerca de la necesidad de realizar estudios más profundos de esas variables, para mejorar las estimaciones y reducir el grado de riesgo por error.

En tal sentido se evaluará:

- La incertidumbre sobre los costos de inversión. El cual puede deberse a las desviaciones no previstas de los costos reales con respecto a los costos presupuestados, para lo cual se realizará evaluación considerando el incremento de insumos más relevantes en las obras previstas.
- Un segundo efecto de la incertidumbre sobre el cálculo del VAN procede del cómputo de los beneficios. En este caso, suele tratarse de una incertidumbre de demanda; en tal sentido se realizará el cálculo de escenarios donde la demanda (beneficios) tengan reducción.

4.5. Análisis de sensibilidad

A continuación, se presenta el análisis de sensibilidad.

Tabla 31
Incremento de Costos de Inversión

Incremento	VAN (s)	TIR (s)
0%	50,083,105	35.8%
26%	41,735,920	27.6%
52%	33,388,736	21.8%
79%	25,041,552	17.5%
105%	16,694,368	14.1%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32
Disminución de Beneficios

Disminución	VAN (f)	TIR (f)
0.00%	50,083,105	35.76%
5.0%	45,923,592	33.80%
10.0%	41,764,080	31.82%
20.00%	33,445,056	27.76%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33
Incremento de costos de Operación y Mantenimiento

Incremento	VAN (f)	TIR (f)
0.00%	50,083,105	35.76%
638.6%	41,735,920	31.72%
1277.2%	33,388,736	27.58%
1915.8%	25,041,552	23.31%
2554.4%	16,694,368	18.84%
3193.0%	8,347,184	14.11%
3831.6%	0	9.00%

Fuente: Elaboración propia

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Bazán (2018) sostuvo que la mejora de la infraestructura tendrá un impacto significativo en la calidad de servicio que brinda el gran mercado de Belén en Iquitos. De hecho, la mejora de las condiciones y la gestión conducirá a una mejora general en los servicios ofrecidos en el Gran Mercado de Belén en Iquitos.

La mejora de las condiciones del mercado está teniendo un impacto significativo en la calidad del servicio en el gran mercado de Belén en Iquitos. Esto se debe a que mejorar la infraestructura del mercado, los puestos de comida y la distribución de los puestos de comida ayudará a que el mercado de Belén brinde un mejor servicio.

La especialización de la gestión administrativa tiene un impacto significativo en la calidad del servicio del gran mercado de Belén en Iquitos. Debido a que se trabajara en aspectos como el logro de las metas establecidas, los principios y valores institucionales establecidos y el uso eficiente de los recursos y todos estos contribuirán al mejoramiento del mercado de Belén en Iquitos.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1. Las alternativas de solución planteada están referidas a los estudios realizados en el área de intervención. La investigación ha logrado desarrollar los requerimientos más adecuado a las características particulares del terreno y en función a la demanda de los servicios de comercialización de productos.
- 6.2. El proyecto tiene como beneficiarios directos a 25,117 personas. Los costos de operación y mantenimiento serán cubiertos por los ingresos de las tarifas de alquileres de los puestos del mercado de abastos.
- 6.3. El modelo de gestión implica la realización de actividades que sustentan una adecuada sostenibilidad del proyecto, por parte de la Municipalidad Provincial de Huarney.
- 6.4. De acuerdo con los estudios desarrollados, el proyecto es viable porque mejora las condiciones de comercialización de los productos del consumo diario de las familias del distrito de Huarney.

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1. El proyecto presenta información suficiente para demostrar su viabilidad y posterior autosostenibilidad. Por lo tanto, se recomienda recuperar el servicio de comercio del Mercado Modelo de Huarmey, mediante la profesionalización de la gestión del mismo y la mejora de las condiciones actuales del mercado de abastos, la infraestructura y distribución de puestos para todos los giros, garantizando así la comercialización de productos de la más alta calidad en las mejores condiciones posibles.

VIII. REFERENCIAS

- Antuñano, R. (2014). *Salubridad y epidemias en la ciudad de Lima 1535-1590*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Repositorio de Tesis Digitales UNMSM. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/3828>
- Campo, M. (2015). *Análisis de la calidad del servicio de empresas turísticas y la satisfacción del cliente para diseñar una propuesta de mejora-caso: Canchaque Huancabamba Piura*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Piura. Repositorio institucional UNP. <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/312>
- Caro, C., Palomino, E., Rodríguez, J., Villarreyes, O. (2021). *Propuesta de Digitalización de Mercados de Abastos*. Tesis de posgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú. Repositorio Digital de Tesis y Trabajos de Investigación PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/20513>
- Carrascal, M. (2021). *Reestructuración comercial nuevo mercado modelo en la ciudad de Huarmey*. Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma. Repositorio Institucional – URP. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/4380>
- Celi, D. (2018). *Diseño arquitectónico del mercado municipal de la Ciudad de Gonzanamá, Provincia de Loja*. Tesis de pregrado, Universidad Internacional del Ecuador. Repositorio Digital UIDE. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/2561>
- Chura, D. y Figueroa, M. (2019). *Renovación del mercado central de abastos de la ciudad de Ilave*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano. Repositorio Institucional Digital de la Universidad Nacional del Altiplano. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/10394>

- Cuatrecasas, L. (2001). *Gestión Integral de la Calidad: Implantación, control y certificación*. 2da. Edición. Barcelona: Gestión 2000.
- Droguett, F. (2012). *Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes*. Tesis de pregrado, Universidad de Chile. Repositorio Institucional de la Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/108111>
- García, L., García, X., Gonzalez, L., Canese, J. (2017). *Buenas Prácticas de Manufactura en comedores del Mercado Central de Abasto de Asunción, Paraguay*. Universidad Nacional de Asunción. Memorias del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Salud. [https://doi.org/10.18004/mem.iics/1812-9528/2017.015\(01\)42-047](https://doi.org/10.18004/mem.iics/1812-9528/2017.015(01)42-047)
- Garzón, C. (2011). *Análisis de los conceptos de administración, gestión y gerencia en enfermería, desde la producción científica de enfermería, en américa latina*. Tesis de posgrado, Universidad Nacional de Colombia. Repositorio institucional UN. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/9709>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Interamericana editores., Editorial Mc. Graw Hill. Ed. Quinta.
- Kaplan y Norton. (2000). *Administración*. Sexta edición, México: Prentice-Hall.
- León, G., Ríos, A., Salazar, B. (2016). *Modelo de gestión de servicio para el desarrollo de mercados tradicionales: estudio de caso del mercado de abastos “Centro cívico” del distrito de San Martín de Porres*. Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Repositorio Académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/618246>

- Lora, M. (2014). *Proyecto ambiental universitario: Educación en la búsqueda de una conciencia socio-ambiental*. Propuesta ambiental basada en una conciencia socio-ambiental dentro de la Universidad de Cartagena campus Zaragocilla año 2014.
- Mauriola, M. (2015). *Análisis de la calidad del servicio de empresas turísticas y la satisfacción del cliente para diseñar una propuesta de mejora. Caso: Canchaque, Huancabamba, Piura-Perú*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Piura. Repositorio Institucional de la UNP. <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/312>
- Mayurí, J. (2015). *El marketing y la ventaja competitividad en los alumnos de FCA-UNMSM, comparada con los alumnos de administración de la Universidad de los Estudios de Bégamo*. Rev de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas. Lima, Perú, 18(36): 31-38.
- Méndez, J. D., & Avella, N. (2009). *Nuevo Diseño del sistema de gestión de la calidad basado en los requisitos de la Norma ISO 9001: 2008 para la empresa DICOMTELSA*. Tesis de grado, Facultad de Ingeniería, Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Meza, J. (2017). *Mercado Modelo en el Distrito de Carabayllo*. Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma. Repositorio Institucional – URP. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1449>
- Morán, G. & Alvarado, D. (2010). *Métodos de investigación*. México Primera edición. Pearson educación.
- Naciones Unidas, Nueva York. (1997). *Glosario de Estadísticas del Medio Ambiente*. Departamento de Información Económica y Social y Análisis de Políticas. Serie F, No. 67 (pp. 45-73).

- Ortiz, C. (2018). *Diseño del Modelo de Planeación Estratégico de Abastecimiento de Producto Terminado en la Categoría Juegos Para el Mercado Colombiano de la Compañía Ronda S.A.* Tesis de posgrado, Universidad Sergio Arboleda. Repositorio de la Universidad Sergio Arboleda. <https://repository.usergioarboleda.edu.co/handle/11232/1112>
- Pinedo, A. (2018). *Mejoramiento del Servicio de Comercialización Del Gran Mercado De Belén – Iquitos (Período 2014 – 2017)*. Tesis de posgrado, Universidad Nacional Federico Villarreal. Repositorio Institucional UNFV. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/2328>
- Ramírez, A., Ampa, I. & Ramírez, K. (2007). *Tecnología de la investigación*. Primera edición. Editorial Moshera SRL.
- Rivarola (2015). *Nuevo Mercado para el distrito de Magdalena del Mar*. Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Repositorio Académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/582077>
- Rodríguez, A. (2009). *Plan de comercialización para el producto artesanal “Galletas La Herencia” en el mercado nacional*. Tesis de maestría, Universidad de Costa Rica. Repositorio Institucional de la Universidad de Costa Rica. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/15345>
- Ruiz, Y. (2014). *Plan de estrategias para el mejoramiento de calidad del servicio en el restaurante Riquísimos Wraps E.I.R.L 2014 – Chiclayo*. Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán. Repositorio Institucional de la Universidad Señor de Sipán. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/2286>
- Santana, L.G. (2010). *Arquitectura Escolar Revolucionaria*. Tesis doctoral, UNAM, México D.F.

- Vásquez, A. y López, A. (2015). *Propuesta de mejora de la calidad de servicio en el policlínico Chiclayo oeste ubicado en la ciudad de Chiclayo, durante el período 2013*. Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Repositorio de Tesis USAT. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/741>
- Yaranga, Y. (2015). *La comunicación para el desarrollo desde los mercados populares: estudio de caso del mercado Santa Rosa de Chorrillos*. Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú. Repositorio Digital de Tesis y Trabajos de Investigación PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6124>

VII. ANEXOS

Anexo A: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	MÉTODO
<p>Problema General</p> <p>¿La recuperación de la infraestructura influirá en el servicio de comercio del mercado modelo de Huarney?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar si la recuperación de la infraestructura influirá en el servicio de comercio del mercado modelo de Huarney.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La recuperación de la infraestructura influirá significativamente en el servicio de comercio del mercado modelo de Huarney.</p>	<p>X. Recuperación de la infraestructura</p> <p>X.1. Implementación de equipamiento</p> <p>X.2. Condición del mobiliario</p> <p>X.3. Especialización de la gestión administrativa</p>	<p>Tipo de Investigación: Descriptiva</p> <p>Diseño de investigación: No experimental</p> <p>Nivel de investigación: Corte transversal</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>¿La implementación de equipamiento influirá en la calidad de los productos en el mercado modelo de Huarney?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar si la implementación de equipamiento influirá en la calidad de los productos en el mercado modelo de Huarney.</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>La implementación de equipamiento influirá significativamente en la calidad de los productos en el mercado modelo de Huarney.</p>	<p>Y. Servicio de comercio</p> <p>Y.1. Calidad de los productos</p> <p>Y.2. Venta de productos</p> <p>Y.3. Desempeño de los comerciantes</p>	<p>Población:</p> <p>El distrito de Huarney cuenta con una población de 25,117 habitantes.</p>
<p>¿La condición del mobiliario influirá en la venta de productos en el mercado modelo de Huarney?</p>	<p>Determinar si la condición del mobiliario influirá en la venta de productos en el mercado modelo de Huarney.</p>	<p>La condición del mobiliario influirá en la venta de productos en el mercado modelo de Huarney.</p>		
<p>¿La especialización de la gestión administrativa influirá en el desempeño de los comerciantes del mercado modelo de Huarney?</p>	<p>Determinar si la especialización de la gestión administrativa influirá en el desempeño de los comerciantes del mercado modelo de Huarney.</p>	<p>La especialización de la gestión administrativa influirá significativamente en el desempeño de los comerciantes del mercado modelo de Huarney.</p>		

Anexo B: Instrumento de Recolección de Datos

Instrucciones:

Las siguientes preguntas tienen que ver con varios aspectos de su trabajo. Señale con una X dentro del recuadro correspondiente a la pregunta, de acuerdo al cuadro de codificación.

Por favor, conteste con su opinión sincera, es su opinión la que cuenta y por favor asegúrese de que no deja ninguna pregunta en blanco.

Puesto que desempeña: _____

Sexo: (F) (M) Marcar con un aspa.

Edad: _____ años.

Codificación				
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

		1	2	3	4	5
01	El estado de la infraestructura no es el adecuado.					
02	El Mercado Modelo de Huarney necesita de una remodelación de su infraestructura total.					
03	Al mejorar la infraestructura la calidad de servicio brindada será mejor.					
04	Mejorar los puestos del mercado es importante.					
05	Una distribución correcta de los puestos podría generar más ganancias					
06	Ubicarse en la parte delantera del mercado genera los mismos ingresos que estar en la parte de atrás.					
07	No tener un lugar donde depositar los desperdicios es un problema grave en el mercado.					
08	Mejorar el Mercado Modelo de Huarney ayudará a la mejora del cuidado del medio ambiente.					
09	Contar con la ayuda y asesoría de DIGESA será importante para el mercado					
10	Mejorar la salubridad del mercado es el punto más importante a mejorar.					
11	La gestión administrativa del mercado logra los objetivos que se trazan.					
12	Los objetivos del mercado deben ser reestructurados.					
13	Las estrategias de mejora que se toman son las adecuadas.					
14	Los principios que rigen en el mercado son los adecuados.					
15	Los valores institucionales son los adecuados.					
16	Los recursos son usados de manera eficiente.					
17	La ejecución de planes se hace de manera adecuada.					
18	Se hacen seguimientos a los trabajos realizados en el mercado.					
19	Se incorporan los ajustes que sean necesarios en el mercado.					

20	La calidad de servicio del mercado no es la adecuada.					
21	La cortesía es parte importante del servicio brindado en el mercado.					
22	Se atiende con amabilidad a los clientes.					
23	El respeto y consideración con el cliente es importante para los trabajadores del mercado.					
24	Brindar un servicio rápido es importante					
25	Ayudar a los clientes a obtener mejores productos y tener un mejor servicio es primordial en el mercado.					

Marque con una (x) la alternativa que considera la más adecuada para cada pregunta.	
26	¿Qué es más importante para mejorar el Mercado Modelo de Huarney?
	a Mejora de las condiciones del mercado
	b Especialización profesional de la gestión administrativa
27	¿Mejorar la infraestructura mejorara la calidad del servicio brindado en el Mercado Modelo de Huarney?
	a Si
	b No
28	¿Para que mejore el Mercado Modelo de Huarney es importante capacitar a los comerciantes para que será completa la mejora?
	a Si
	b No
29	¿Cuál considera usted es el factor más importante a mejorar para que la calidad de servicio sea mejor?
	a Amabilidad
	b Profesionalismo