



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS

### **TEMA:**

“TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
ECONOMISTA”

### **AUTOR:**

Santiago Paúl Ramos Moreno

### **DIRECTORA:**

MSc. Zulma Jeanneth Albuja Echeverría

Ibarra, 2022

## **Resumen**

La presente investigación tiene como objetivo analizar las implicaciones sociales y económicas del Programa de Mercados Saludables (PMS) en el cantón Ibarra. Para tal fin se realizó un estudio de los mercados Amazonas y Mayorista desde el enfoque de la oferta y la demanda. A través de las fichas de verificación de cumplimiento del PMS, que constan en la Norma NTE INEN 2687:2013, se evaluó a los actores de la oferta. Usando un conjunto de variables con datos transversales obtenidos mediante la aplicación de una encuesta con preguntas cerradas se analizó a los consumidores, posteriormente se desarrolló un estudio correlacional para conocer la relación de dichas variables con las enfermedades de transmisión alimenticia. Finalmente, se expone una propuesta de medidas de mejora para los problemas detectados en ambos mercados.

***Palabras clave:*** Mercados saludables, oferta, demanda, enfermedades de transmisión alimenticia, implicaciones sociales, implicaciones económicas.

### **Abstract**

The present research aims to analyze the social and economic implications of the Healthy Markets Program (PMS) in Ibarra canton. For this purpose, a study of the Amazon and Wholesale markets was carried out from the perspective of supply and demand. Through the PMS compliance verification records, which appear in the NTE INEN 2687:2013 Standard, the supply actors were evaluated. Using cross-sectional data variables set obtained through a survey application with closed questions, consumers were analyzed, subsequently a correlational study was developed to know the connection of the such variables with foodborne diseases. Finally, for the problems detected in both markets a proposal for improvement measures is presented.

**Keywords:** Healthy markets, supply, demand, foodborne diseases, social implications, economic implications.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1719946400		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Ramos Moreno Santiago Paúl		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Quito - Pichincha		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:santipaul95@gmail.com">santipaul95@gmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	(02) 3042-481	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0980370751

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	Mercados saludables y sus implicaciones socioeconómicas: caso de estudio cantón Ibarra.
<b>AUTOR (ES):</b>	Ramos Moreno Santiago Paúl
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	07 de julio del 2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Economista
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Econ. Zulma Jeanneth Albuja Echeverría

## 2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 07 días del mes de julio de 2022

### EL AUTOR:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ramos Moreno Santiago Paúl', is written over a horizontal dotted line.

Ramos Moreno Santiago Paúl


171994640-0

---

### CERTIFICACIÓN DE LA ASESORA

En calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por el egresado Santiago Paúl Ramos Moreno, para optar por el título de ECONOMISTA, cuyo tema es **“MERCADOS SALUDABLES Y SUS IMPLICACIONES SOCIO-ECONÓMICAS: CASO DE ESTUDIO CANTÓN IBARRA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que designe.

En la ciudad de Ibarra a los 05 días del mes de julio del 2022.



Econ. Jeanneth Albuja Echeverría

**Directora de Tesis**

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por permitirme cumplir una de las metas que he tenido en la vida y que me da fuerzas para seguir alcanzando muchas metas más. Como no agradecer a mi madre que siempre con sus consejos, sus regaños y sobre todo su amor infinito me apoyó para no claudicar en los momentos más complicados de la carrera. A todas las personas que confiaron en mi e hicieron posible que este trabajo se realice con éxito. A todos mis amigos que aportaron no solo emocionalmente si no con su granito de arena para lograr culminar el presente trabajo. Agradezco a mi directora MSc. Jeanneth Albuja por su soporte y entrega total en este proyecto.

***Santiago Paúl Ramos Moreno***

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación va dedicado a toda mi familia, a mi madre Alicia Moreno ya que sin su ayuda y perseverancia yo no estaría en estos momentos culminando la carrera, a mi padre Marco Ramos que a la distancia estuvo presente en diversos momentos, a mis hermanos Luis Ramos y Andrea Ramos por su apoyo en esas madrugadas de viajes donde siempre me acompañaron, y, por último, a mis sobrinos que, con sus locuras, juegos supieron alegrarme en los momentos de estrés.

***Santiago Paúl Ramos Moreno***



## Índice de Contenidos

Introducción .....	1
Objetivos .....	4
General .....	4
Específicos .....	4
Preguntas de Investigación.....	4
Capítulo I. Marco Teórico de Mercados Saludables.....	5
1. Teorías Económicas Vinculadas al Mercado de Consumo .....	5
1.1. Ley de la Oferta y la Demanda.....	5
1.1.1. Oferta .....	5
1.1.2. Demanda .....	6
1.2. Determinantes de Oferta y Demanda .....	7
1.2.1. Determinantes de la Oferta .....	7
1.2.2. Determinantes de la Demanda .....	7
1.3. Teoría del Estado de Bienestar de John Hicks .....	8
1.4. Economía de la Salud en Kenneth Arrow (1963) .....	11
2. Plazas de Mercado (Análisis espacios concretos).....	12
2.1. Comercialización en las plazas de mercado .....	13
2.1.1. Características de Mercado Minorista y Mayorista.....	13
Comercio mayorista.....	13
Comercio minorista .....	14
3. Mercados Saludables .....	14
3.1. Implicaciones socio económicas .....	15
3.1.1. Externalidades.....	15
3.1.2. Determinantes .....	16
4. Marco Empírico .....	19
5. Marco Normativo.....	24

5.1. Norma Técnica Ecuatoriana Voluntaria NTE INEN 2687:2013 .....	27
Capítulo II. Metodología de la Investigación .....	29
1. Enfoque, Diseño y Alcances de la Investigación .....	29
2. Descripción de Datos .....	30
Población .....	30
Muestra .....	31
Tipo de Muestra.....	31
Cálculo de la muestra .....	31
3. Técnicas de Investigación .....	32
Encuesta.....	32
Fichas de Verificación .....	33
Criterios de Evaluación según la Guía Metódica de Evaluación de Planes y Proyectos de Desarrollo de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) .....	35
Análisis de Datos.....	38
Capítulo III. Resultados .....	40
Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones .....	69
Recomendaciones .....	74
Referencias bibliográficas.....	75
ANEXOS .....	79

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Beneficios de un mercado saludable.....	15
<b>Tabla 2.</b> Resumen de la evidencia empírica para mercados saludables.....	19
<b>Tabla 3.</b> Marco legal y normativo.....	24
<b>Tabla 4.</b> Objeto y alcance de la Norma.....	27
<b>Tabla 5.</b> Población total del mercado Amazonas y Mayorista.....	30
<b>Tabla 6.</b> Fichas de verificación de cumplimiento de requisitos para mercados saludables ....	33
<b>Tabla 7.</b> Calificación del nivel de desempeño .....	37
<b>Tabla 8.</b> Clasificación de las variables.....	39
<b>Tabla 9.</b> Variables de correlación .....	39
<b>Tabla 10.</b> Porcentaje de cumplimiento del PMS del mercado Amazonas .....	46
<b>Tabla 11.</b> Porcentaje de cumplimiento del PMS del mercado Mayorista.....	52
<b>Tabla 12.</b> Correlación de Pearson. Mercado Amazonas .....	58
<b>Tabla 13.</b> Correlación de Pearson. Mercado Mayorista.....	59
<b>Tabla 14.</b> Medidas de mejora para el mercado Amazonas y Mayorista .....	65

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico 1.</b> Riesgos existentes en el mercado Amazonas.....	41
<b>Gráfico 2.</b> Riesgos existentes en el mercado Mayorista .....	44

## **Introducción**

Un mercado saludable es un espacio público que se caracteriza por garantizar y promover la salud de los consumidores a través del expendio de alimentos inocuos, al mismo tiempo que cuenta con una adecuada infraestructura que impida el ingreso de animales o plagas, a fin de mantener las condiciones sanitarias apropiadas, entre las cuales se encuentran, instalaciones de servicio higiénico, iluminación, agua potable, desechos sólidos y drenaje. Además, debe estar alejado de fuentes de contaminación, de zonas industriales o zonas expuestas a inundaciones. (Ministerio de Salud Pública, 2016).

De acuerdo con el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, en 2014 se registraron 542.569 casos de enfermedades transmitidas por alimentos, lo que significa que tres de cada 100 habitantes han presentado dichas enfermedades. Del total de casos registrados, el 96% fue por enfermedades diarreicas, el 2% debido a intoxicación alimentaria y en menor cantidad se encontraron casos de hepatitis A, infecciones debido a salmonella, fiebre, tifoidea y paratifoidea, siendo esto un importante problema de salud. (Granda Juan, 2015). El fin que se busca conseguir con la implementación de mercados saludables a nivel nacional es disminuir la carga de pacientes y atenciones causada por enfermedades adquiridas por agua y alimentos.

Por otra parte, la norma NTE INEN 2687:2013 de mercados saludables aborda y recoge múltiples requisitos, directrices y prácticas para los mercados mayoristas y minoristas en Ecuador, mismos que están obligados a cumplir en las diferentes actividades que realizan como manipulación, recepción, comercialización, almacenamiento, transporte, preparación entre otros. Además, se establecen requisitos relativos a la infraestructura, servicios, utensilios, control de plagas, mismos que deben conocer los comerciantes, administradores, inspectores y demás personas que trabajan en las instalaciones del mercado. La norma tiene como objetivo

garantizar la calidad de las diferentes clases de alimentos que comercializan y elaboran en los diferentes puestos de mercados por parte de las personas que los expenden (Llanos & Zambrano, 2020).

De igual manera, un derecho fundamental de todas las personas es tener acceso a una alimentación saludable e inocua para asegurar su crecimiento y desarrollo normal y mantener su salud a lo largo de toda la vida. La calidad y salubridad de los alimentos es, por lo tanto, un elemento prioritario que involucra la salud pública, el bienestar de la población y la economía de todos los países (Kopper et al., 2009). Sin embargo, las prácticas inadecuadas en los mercados Mayorista y Amazonas del cantón Ibarra no contribuyen a que la población acceda en su totalidad a este derecho.

Simultáneamente, en la actualidad, la mayoría de los mercados se encuentran afectados con serios problemas de insalubridad debido a la poca importancia que se da en cuanto al diseño y construcción de los espacios destinados a esta actividad, la manipulación inapropiada de los alimentos, el comercio informal y el expendio de comidas rápidas en la calle. Además, de la falta de campañas de capacitación dirigidas a las personas que deseen dedicarse a la comercialización de productos de tipo alimenticio. En decir, estos factores constituyen algunas de las preocupaciones más importantes en los mercados antes mencionados.

A su vez, los alimentos al entrar en contacto con agua contaminada o plagas como roedores e insectos son causantes de enfermedades de transmisión alimentaria, comúnmente denominadas ETA. La Organización Mundial de la Salud (s.f) ha definido a las ETA como "Enfermedad de carácter infeccioso o tóxico que es causada, o que se cree que es causada, por el consumo de alimentos o de agua contaminada" (párr. 1).

Con este antecedente, un mercado saludable funcionando adecuadamente integra al sector público y privado, coordinadamente, obliga a los fabricantes a producir productos de

alta calidad, a los distribuidores a entregar las cantidades necesarias, a los proveedores a administrarlos correctamente, y a los clientes a informarse y ser participantes activos de su propia salud. Sin embargo, para Kopper et al. (2009) la falta de conocimientos sobre las buenas prácticas de manufactura, así como la escasa disponibilidad de información técnica complementaria repercute negativamente en la manipulación y preparación de los alimentos, tanto a nivel familiar como comercial (pp.2). En este sentido, el objetivo fundamental de este estudio es conocer y analizar las implicaciones sociales y económicas que conlleva un mercado saludable, debido a la ausencia de la correcta aplicación del PMS en el cantón Ibarra, puesto que, en la actualidad estas prácticas han sido poco valoradas, generando así problemáticas referentes a la salud pública. Por lo general estas patologías (enfermedades) comprometen a individuos pertenecientes a los estratos sociales más bajos que se ven forzados a consumir alimentos de inocuidad dudosa (De la Hoz, 2016).

Para una mejor comprensión, la investigación se divide en 4 capítulos o apartados; primeramente, se aborda un marco conceptual para definir y argumentar sobre las principales teorías económicas relacionadas con mercados saludables, así como las características de los mismos, seguidamente se analiza las variables que sirvieron como sustento para la realización del modelo econométrico. Posteriormente, se describe la metodología empleada para evaluar y analizar a los actores que intervienen en la demanda y la oferta de los mercados Amazonas y Mayorista del cantón Ibarra. Inmediatamente, se discuten los resultados obtenidos a partir de la semaforización de las fichas de verificación de cumplimiento del PMS y de la correlación realizada para conocer cómo influyen las variables de estudio con las enfermedades de transmisión alimenticia, además se describe la propuesta de medidas de mejora para las problemáticas detectadas. Finalmente, en el último apartado, se establecen las conclusiones y recomendaciones del estudio.

## **Objetivos**

### **General**

Analizar las implicaciones sociales y económicas del Programa de Mercados Saludables (PMS) en el cantón Ibarra.

### **Específicos**

- Elaborar un diagnóstico situacional de los mercados Amazonas y Mayorista en cuanto al macro entorno y los factores de riesgos.
- Realizar una valoración de los mercados Amazonas y Mayorista con base en la norma NTE INEN 2687:2013 de mercados saludables.
- Desarrollar un análisis socioeconómico de los mercados desde la perspectiva de la demanda e implementar una propuesta de medidas de mejora.

### **Preguntas de Investigación**

¿En qué nivel los mercados Mayorista y Amazonas cumplen con la normativa NTE INEN 2687:2013 de mercados saludables?

¿Cómo afecta a los consumidores de los mercados Amazonas y Mayorista la falta de una adecuada implementación de mercados saludables?

## **Capítulo I. Marco Teórico de Mercados Saludables**

Este capítulo contiene la literatura recopilada en relación con las variables de estudio de la presente investigación. La información se organiza en dos apartados, en el primero, a partir de aspectos básicos y generales se introduce definiciones acerca de las teorías vinculadas a los mercados, así como principios generales de mercados saludables. En el segundo apartado se aborda la evidencia empírica, de igual manera los hallazgos similares referentes al tema de estudio.

### **1. Teorías Económicas Vinculadas al Mercado de Consumo**

#### **1.1. Ley de la Oferta y la Demanda**

##### ***1.1.1. Oferta***

La oferta del mercado, que es la oferta total de una mercancía, puede ser explicada por una ley de comportamiento del productor individual: en la medida en que pueda obtener mayores ganancias, producirá más. Es decir, la cantidad ofrecida se incrementará si suben las ganancias y se reducirá si hay un descenso de las mismas (Quintanilla, 2016).

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la oferta que exista de ese bien va a ser mayor, es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor. Cuando la curva de oferta se desplaza hacia el lado derecho, se dice que hay un aumento en la oferta. Si el desplazamiento es hacia la izquierda, se tienen una disminución (De Jesús et al., 2008).

Se debe tener clara la diferencia que existe entre la oferta y la cantidad ofrecida, ya que la variación de la cantidad ofrecida se representa sobre la misma curva de oferta, en tanto que la oferta con un desplazamiento de la curva. Todas las relaciones que existen entre los precios y las cantidades que hay del determinado bien o servicio es representada por la curva de oferta



de un bien o servicio, mientras que la cantidad ofrecida es cuando a un determinado precio ( $P_0$ ), se analiza cual es la cantidad que se va a vender a ese precio, a ese precio ( $P_0$ ), vamos a poder ver la cantidad ofrecida ( $Q_0$ ), del bien o servicio (Mendoza, 2010).

### ***1.1.2. Demanda***

Todos los individuos somos consumidores, los empresarios, los trabajadores, los rentistas, los especuladores, los intermediarios, en fin, todos los agentes económicos, somos consumidores. La demanda de todos los compradores en un sistema económico puede ser de bienes de consumo final o de bienes intermedios o de capital para el proceso de producción (Quintanilla, 2016).

La demanda está muy relacionada con los precios de un producto que se representa en términos monetarios (soles, dólares, pesos, yenes, etc.) y es un precio relativo, no es un precio absoluto. Así, por ejemplo, se asume dos bienes (papa y maíz), si el precio absoluto de un kilo de papa fuera ocho dólares y el de un kilo de maíz cuatro dólares, entonces, el precio relativo de la papa sería dos dólares en términos del maíz. Sin embargo, manteniendo constante el precio del maíz, la variación del precio absoluto de la papa será igual a la variación de su precio relativo (Mendoza, 2010).

Los cambios en el nivel de compras de los consumidores en el mercado se pueden representar a lo largo de la curva de demanda o mediante el desplazamiento de ella, en el primero de los casos, se dice que hay una variación en la cantidad demandada, en el segundo, una modificación en la demanda (Mendoza, 2010).

## **1.2. Determinantes de Oferta y Demanda**

### ***1.2.1. Determinantes de la Oferta***

Los factores que hacen que la curva se expanda o contraiga son el precio del producto en el mercado, los costos de los factores necesarios para tal producción, el tamaño del mercado o volumen de la demanda, disponibilidad de los factores, número de empresas competidoras, cantidad de bienes producidos (De Jesús et al., 2008).

Considerando ahora el desplazamiento de las curvas de la oferta, a manera de ejemplo, cuando el precio aumenta la cantidad ofertada disminuye, provocando que la curva se desplace hacia la derecha, lo contrario sucede cuando el precio del bien baja, pues la curva se desplaza hacia la izquierda, pues las personas tienden a consumir más. Si disminuye el precio de los factores productivos o avanza el conocimiento y la tecnología, o mejoran las expectativas empresariales, la curva de oferta se desplazará hacia la derecha, es decir, al mismo precio, para todos los precios, se producirá más cantidad.

### ***1.2.2. Determinantes de la Demanda***

Los factores que hacen que la curva se expanda o contraiga son los gustos y preferencias, el ingreso del consumidor y el precio de los bienes sustitutos. Adicionalmente, el tamaño de la población y elementos especiales asociados al mercado (un ejemplo de esto son las expectativas). Cuando se habla del ingreso del consumidor como factor que influye en los niveles de consumo de un bien es porque dependiendo del tipo de bien del que se hable, el aumento o disminución del ingreso hará que la cantidad del bien sea consumida en mayor o menor medida (Cortez et al., 2008).

Para ejemplificar la curva de la demanda se puede mencionar el ingreso del consumidor, es decir, cuando una persona tiene más capacidad adquisitiva, la curva de la demanda se desplazará hacia la derecha, puesto que estará dispuesto a comprar más unidades de un bien o

producto, lo contrario sucede si su ingreso disminuye, la curva de la demanda se desplazará a la izquierda, ya que no cuenta con suficientes recursos monetarios para consumir.

De ahí que, las curvas de la oferta y de la demanda aportan al tema de investigación de modo que permite conocer el comportamiento de los actores involucrados en el mercado es decir vendedores y compradores. Por una parte, los determinantes de la oferta permiten analizar directamente a los comerciantes, dueños de puestos de venta, entre otros involucrados. De igual manera los determinantes de la demanda permiten conocer al consumidor o comprador, que son parte fundamental de la población de estudio, es decir, conocer sus preferencias, su nivel de ingresos, o inclinación por algún producto permitirá estudiar por qué se contraen enfermedades de transmisión alimenticia.

### **1.3. Teoría del Estado de Bienestar de John Hicks**

La publicación de valor y capital significó la refundación de la teoría neoclásica, tanto en su parte microeconómica, como macroeconómica. El libro de Marshall sobre principios de economía, contenía las bases de la teoría neoclásica, sin embargo existían aspectos que estaban insuficientemente desarrolladas y otros que ameritaban un tratamiento más amplio (Quintanilla, 2013). En este sentido, el concepto de ciudadanía social es central en el entendimiento del Estado de Bienestar (EB) de Marshall (1950), concepto que más tarde fue profundizado y estudiado por Hicks.

Definir el EB se relaciona con la calidad de los derechos sociales, la estratificación social y las relaciones entre la familia, el mercado y el Estado; es decir, se define en términos de las relaciones entre las agencias administrativas y los usuarios (Offe, 1984). Con este precedente, análisis cuantitativos y cualitativos realizados por Hicks (1999) concluyen que la organización política de los trabajadores es la fuerza que opera para avanzar en las políticas de seguridad del ingreso. En este sentido, los tres pilares del modelo de bienestar son el estatus de

ayuda social, el sistema de competencia y las luchas organizadas de los trabajadores (Vargas Hernández et al., 2015).

### ***Ayuda Social***

Con respecto a la ayuda social, el modelo de EB mantiene en esencia un estatus de asistencia y protección dependiendo de los sectores de la población o de determinados grupos y segmentos específicos, por ejemplo, los individuos más vulnerables o marginados en función de sus ingresos u otras características como su género, origen étnico, discapacidades, etc. Las personas más vulnerables económicamente son las que probablemente más se beneficien por lo que tienden a apoyar la implementación de estos programas. La ideología igualitaria de los regímenes de bienestar es un factor que explica sus políticas de ayuda social (Hasenfeld y Rafferty, 1989).

Es así que, los programas de inclusión económica y social, incluye la combinación de transferencias de efectivo o en especie y acceso a financiamiento. Lo que se busca con ello es mejorar la educación, la productividad, la superación de las carencias sociales, la salud, la situación laboral. Así por ejemplo, la principal estrategia de asistencia social de Ecuador es el Plan de Creación de Oportunidades, mismo que prioriza un conjunto de proyectos, acciones y servicios de protección social destinado a atender necesidades específicas de una persona y su familia (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2020).

### ***Sistema de Competencias***

El sistema de bienestar se fundamenta también en un sistema de competencias esenciales al carácter de su capacidad de gobernabilidad económica para promover el diseño e implementación de políticas orientadas al crecimiento económico, la efectividad de los mercados y el desarrollo social. Estas políticas de competencia han sido más bien de carácter nacional que internacional (Vargas Hernández et al., 2015, pág 38).

Las competencias de bienestar de los diferentes niveles de gobierno deben ser delimitadas entre las que son exclusivas y las que son concurrentes (Vargas Hernández et al., 2015). Las primeras se refieren a aquellas cuya titularidad corresponde a un solo nivel de gobierno de acuerdo con la Constitución y la ley, además, pueden gestionarse de manera concurrente entre diferentes niveles de gobierno (COOTAD, Art. 114). Las segundas corresponden a varios niveles de gobierno en razón del sector o materia, por lo tanto, deben gestionarse obligatoriamente de manera concurrente. Por lo tanto, su ejercicio depende del modelo de gestión de cada sector y de las resoluciones que emita el Consejo Nacional de Competencias (CNC) (COOTAD, Art. 115).

En contraste con lo anterior, las competencias asignadas a los GADs en el Ecuador se basan en atender el desarrollo cantonal y formular planes orientados al ordenamiento territorial, además de planificar y mantener la infraestructura física, los equipamientos de salud y educación. Conjuntamente, preservar y conservar los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo. Dentro de este marco, una de las políticas planteadas en cada municipio, debe estar guiada a preservar las plazas de mercado como espacios de encuentro comunitario, al mismo tiempo que asegura la calidad de vida de la población (Consejo Nacional de Competencias, 2014).

### ***Luchas Organizadas de los Trabajadores***

El tercer fundamento del EB lo constituyen las luchas que los trabajadores y obreros han librado para el logro de los beneficios de bienestar otorgados y garantizados por el Estado, que se convierte en garante de los logros alcanzados en términos de retribuciones salariales, arreglos distributivos, seguridad social, prestaciones sociales, servicios públicos, entre otros. Los EB bien desarrollados son el resultado de estas luchas sociales basadas en la movilización popular. De ahí que se presenta la lucha de los sectores productivos para lograr el

aseguramiento del acceso a los recursos mediante la conquista del poder (Vargas Hernández et al., 2015).

Los objetivos que ha perseguido la población, a través de las organizaciones sociales y sindicales, de manifestaciones y luchas, tienen que ver con cuatro pilares que son: 1) el acceso a la salud, el cual consiste en un sistema universal de salud de fácil acceso, 2) la seguridad social, que radica en las pensiones contributivas de jubilación, viudedad, orfandad o situaciones de incapacidad, 3) el acceso a la educación, al igual que el acceso a la salud, se basó en un carácter universal y además, obligatorio hasta determinado nivel de instrucción, 4) los servicios sociales, que son aquellos servicios públicos que brindan asistencia o ayuda a los ciudadanos que, a pesar del accionar del sistema del Estado, no tuvieron acceso a la salud, sanidad o educación (Uriarte, 2020).

#### **1.4.Economía de la Salud en Kenneth Arrow (1963)**

Kenneth Arrow (1963) reconoce que el mercado, formalmente interpretado a través del modelo de equilibrio general, es un mecanismo de coordinación de las ofertas y las demandas de los individuos que actúan de manera descentralizada y se comunican mediante señales de precios. También admite que el mercado falla. Las falencias del mercado son sintetizadas por Arrow en tres tipos, a saber: externalidades y bienes públicos, distribución del ingreso e incertidumbre (Cante, 2000).

El método empleado por Arrow para desarrollar su tesis está basado en la comparación entre el funcionamiento de la industria de los servicios de salud y el comportamiento ideal que define la teoría económica para el mercado competitivo. El principal aporte consiste en examinar las condiciones de los dos teoremas del bienestar, y determinar si se cumplen en la industria de servicios médicos. Si se cumplen tales condiciones y si el mecanismo de asignación de recursos satisface los requisitos del modelo competitivo, el mercado alcanzará un equilibrio

que será necesariamente óptimo. Además, podría afirmarse que el mercado es el mejor mecanismo para la asignación de recursos, o de lo contrario habría de reconocerse fallas de mercado y definir el espacio de la política pública (Restrepo & Rojas, 2016).

En consecuencia, las dos teorías aportan al tema de estudio desde dos perspectivas distintas pero congruentes, por un lado John Hicks explica los fundamentos del estado de bienestar de que la población debe gozar, derecho que debe de ser garantizado por las autoridades locales a través del cumplimiento de sus competencias asignadas, y por otro, Kenneth Arrow, aborda las externalidades que influyen en el mercado en materia de salud, en este sentido, se plantea caracterizar los servicios médicos y dar una explicación sobre la manera como estos se pueden distanciar del mercado de competencia perfecta.

## **2. Plazas de Mercado (Análisis espacios concretos)**

Las plazas de mercado constituyen una forma de comercialización muy importante en Latinoamérica y por ende en Ecuador, en sus inicios con la llegada de los españoles al continente ( Empresa Pública Municipal de Vivienda, Hábitat e Industrialización de Residuos Sólidos, Materiales Áridos y Pétreos, 2019).

Históricamente las plazas de mercado, han cumplido con las funciones de conseguir, almacenar y distribuir los productos alimenticios a un espacio público descubierto. Las instalaciones de este respondieron a la demanda y oferta de la población, de abastecimiento y comercialización de estos productos. Estas plazas, eran lugares con organizaciones improvisadas y no contaba con los servicios básicos necesarios. (Empresa Pública Municipal de Vivienda, Hábitat e Industrialización de Residuos Sólidos, Materiales Áridos y Pétreos, 2019, pp. 26)

## **2.1. Comercialización en las plazas de mercado**

La comercialización se refiere al conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor, a través de un mercado determinado. Es un mecanismo de coordinación para las transferencias e intercambios que realizan los diferentes agentes que participan en una cadena productiva (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2018). Comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal (Secretaría de Economía, 2010).

### **2.1.1. Características de Mercado Minorista y Mayorista**

La venta mayorista incluye todas las actividades de venta de bienes o servicios dirigidos a la reventa o a fines comerciales. En la venta mayorista no se incluyen fabricantes ni agricultores, puesto que éstos participan fundamentalmente en la producción, tampoco se incluyen minoristas. (Kotler, 2014, p.520)

La venta minorista incluye todas las actividades relacionadas con la venta directa de bienes y servicios al consumidor final para un uso personal no comercial. Un minorista o establecimiento al detalle es toda aquella empresa cuyo volumen de ventas procede, principalmente, de la venta al menudeo. (Kotler, 2014, p.504)

Para el Banco Popular Dominicano (2019), dentro de las principales características del comercio mayorista y minorista se pueden destacar las siguientes:

#### ***Comercio mayorista***

- Mayor capacidad de vender grandes cantidades de un mismo producto.
- El comercio mayorista requiere menos inversión en marketing.



- Los gastos operativos son menores en comparación con el comercio minorista.
- La mayor parte del trabajo se concentra en la gestión del proceso de fabricación de la mercancía para siempre tener en inventario grandes cantidades de un mismo producto.
- Gracias a su modelo de negocio puede negociar precios más bajos con los fabricantes.

### *Comercio minorista*

- En las ventas al detalle se pueden vender los productos a un precio mayor por unidad.
- Al mantener contacto directo con el cliente final, tiene la ventaja de conocer las necesidades y preferencias del consumidor.
- Gracias a la retroalimentación que recibe directamente del cliente, puede rediseñar las estrategias de comercialización.
- Este tipo de comercio ofrece mayores oportunidades de comercialización de un mismo producto, desde muestreo hasta ofertas promocionales.

### **3. Mercados Saludables**

Los mercados saludables son lugares o espacios de encuentro comunitario, puesto que son el importante centro comercial y social de una localidad en específico, en los que se manifiesta la cultura y tradiciones de un territorio. Con este antecedente, el intercambio de conocimientos, saberes y alimentos debe darse en ambientes saludables y seguros, con condiciones higiénicas y el debido expendio de alimentos nutritivos e inocuos , garantizando así, entornos de construcción mutua en la sociedad (Vaca et al., 2016).

Cuando las autoridades locales y la comunidad del mercado se comprometen en aplicar el concepto de Mercados Saludables, la prosperidad y crecimiento a largo plazo del mercado se fortalece. Estos constituyen, por supuesto, beneficios enormes para los vendedores. Sin embargo, los beneficios se extienden más allá de los mercados, es decir, ayuda a la población

a mejorar aspectos como el bienestar físico y nutricional, contribuye directamente a establecer una imagen de mercado responsable con la ciudadanía y el cantón. En particular, los consumidores de las comunidades del área de influencia se benefician al tener acceso a alimento sanos y seguros (Organización Mundial de la Salud, 2006).

**Tabla 1**

*Beneficios de un mercado saludable*

<b>Para productores primarios de alimentos</b>	<b>Para los vendedores</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prácticas de producción mejoradas</li> <li>• Mejoramiento de la calidad y el precio de los productos</li> <li>• Mayor acceso a los mercados</li> <li>• Reducción de costos debido a la menor cantidad de devolución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negocios y ventas mejorados</li> <li>• Calidad del producto mejorada</li> <li>• Reducción de costos debido a la menor cantidad de devoluciones</li> <li>• Ambiente de trabajo más seguro</li> <li>• Mayor empoderamiento</li> <li>• Mayor satisfacción del trabajo</li> <li>• Costumbres y tradiciones preservadas, en contraste con las tendencias crecientes hacia supermercados.</li> </ul>

*Fuente: Organización Mundial de la Salud, 2006*

### **3.1. Implicaciones socio económicas**

#### **3.1.1. Externalidades**

Como se expuso en el apartado 1.4 Arrow abordan las externalidades como fallas de mercado, siendo parte de dichas externalidades los factores que influyen para que un mercado sea o no saludable, estas pueden ser positivas o negativas.

En este contexto, uno de los principales problemas que se da actualmente en los mercados son las enfermedades transmitidas por alimentos (externalidad negativa), es así que Rodríguez et al., (2015) indica que estas constituyen uno de los principales problemas de salud pública y se reconoce cada vez más la importancia de sus repercusiones sobre la salud. El riesgo de enfermar por ETA ha aumentado en ciertos segmentos de la población como la niñez, adultos/as mayores y las personas que presentan deficiencias en su sistema inmunológico. Por su parte la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, (2005) menciona que las intoxicaciones alimenticias tienen gran repercusión sobre los aspectos socioeconómicos del país ya que las ausencias forzadas afectan la productividad de todo el sistema, además, dicha organización ha estimado que el 60% de los brotes de enfermedades transmitidas por alimentos son de etiología desconocida.

### ***3.1.2. Determinantes***

Así como un mercado saludable está afectado por las externalidades, de la misma manera intervienen los determinantes de la demanda (como ya se explicó en el apartado 1.2.2.), pues dependiendo de estos, se puede decir a priori que existe la posibilidad de que una persona sufra una enfermedad de transmisión alimenticia. Además, para complementar estos determinantes en la teoría de Hicks también se menciona acerca de los pilares del Estado de Bienestar, pero en este apartado se aborda explícitamente de aquellos factores que guían las decisiones de los consumidores.

Sobre las preferencias del consumidor, dado que el individuo en el papel de comprador es el centro y el creador de la cadena de demanda (Blackwell et al., 2002), las preferencias, resultan un factor determinante de la demanda efectiva, que son los elementos subjetivos del consumidor que le hacen elegir determinados bienes y servicios que desea comprar. Para su análisis se consideran dos aspectos, disponibilidad de dinero (ingresos) para un determinado

período de consumo y los precios de los bienes o servicios a comprar, que se expresa en la escala de preferencias. Existen una serie de factores que influyen en la preferencia del consumidor, como sus necesidades, gustos, preferencias, etc., que permitirán obtener satisfacción y utilidad por un período de tiempo. Además, el consumidor al tener información sobre el producto para su satisfacción y utilidad, y dado un nivel de ingreso, se concluye que está obligado a comparar presupuestos y combinaciones, alternativas de bienes y servicios para determinar el orden de preferencia (Ávila, 2016).

En cuanto se refiere la infraestructura de los espacios donde se expende alimentos Kopper et al., (2009) afirma que la distribución adecuada de las distintas secciones ayuda a ejecutar el trabajo de forma organizada, funcional y eficiente. A manera de ejemplo, las áreas frías deben estar distantes de las áreas calientes (cuartos fríos versus estufas de cocción), los sanitarios deben estar fuera del área de proceso, la recepción de las materias primas en un extremo opuesto al del proceso de elaboración final de los alimentos. Los lugares para guardar materias primas, ingredientes, utensilios y equipos, vestidores con accesorios de trabajo deben estar bien identificados. Ello ayuda a crear una rutina de trabajo ordenada, repercutiendo positivamente en la inocuidad alimentaria.

Otro determinante de la compra de algún producto o en este caso de un alimento tiene que ver con la percepción de limpieza e higiene de utensilios, equipos y espacios de trabajo de una plaza de mercado, pues para Kopper et al., (2009) los utensilios y equipos de trabajo, así como los espacios físicos de trabajo deben estar limpios y desinfectados. Los utensilios que están en contacto directo con los alimentos, tales como cuchillos, mesas, tablas de corte, ollas, coladores, embudos, equipos de mezclado, molinos, licuadoras, rayadores, peladores, descamadores, pulpeadores y otros, deben lavarse con jabón adecuado, enjuagarlos con agua clorada (100 ppm) y escurrirse antes de guardarlos. Los utensilios y el equipo en contacto directo con las materias primas deben limpiarse e higienizarse de modo intenso, porque si no

se limpian e higienizan cuidadosamente se pueden convertir en reservorios de bacterias y hongos. Asimismo, los cuchillos de corte para carnes, frutas y hortalizas deben ser diferentes para evitar contaminaciones cruzadas indeseables. Al final de cada jornada de trabajo se debe limpiar el piso, remover los desperdicios orgánicos e inorgánicos y colocarlos en los recipientes correspondientes, los cuales deben limpiarse periódicamente y mantenerse alejados del local de trabajo.

#### 4. Marco Empírico

**Tabla 2**

*Resumen de la evidencia empírica para mercados saludables*

País	Tema	Año y autor	Metodología	Principales resultados
Perú	Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto.	Renato Vergara, 2017	Diseño experimental. Técnica de observación directa y acta de inspección.	pre- de A través de la implementación el PMS, los comerciantes del mercado se encuentran más capacitados en temas tales como: de manipulación y expendio de alimentos preparados o sin preparar, control de plagas y roedores, condiciones de limpieza, higiene, manejo de residuos sólidos, atención al cliente. Un efecto importante que las ventas de los comerciantes mostraron un notable crecimiento en las ventas diarias.
Estados Unidos	Mercados Saludables para la salud Global: Una Guía para la Conformación de Mercado	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo, 2014	Estudio cualitativo, transversal y descriptivo	Las deficiencias del mercado impiden el uso de los productos sanitarios a nivel mundial y podrían afectar la asequibilidad, disponibilidad (suficientes volúmenes y una base de suministro estable), calidad garantizada, diseño adecuado y conocimiento (entre los usuarios finales, proveedores y personas con influencia).

---

Colombia	Plan de negocios Bosco Mercado Saludables	María de los Ángeles Arias, Laura Urueña, Bryan Salazar, 2019	Estudio cualitativo-cuantitativo transversal descriptivo	mixto y	El mercado de productos saludables, es uno de los negocios con más auge en la actualidad, en Colombia ya existen un crecimiento de este sector lo cual representa que existe un desarrollo y progreso de este tipo de industrias, algunos datos revelan que es un sector que ha llegado al mercado para quedarse, debido al aumento de los hábitos en el cuidado de la salud y la tendencia de que cada vez las personas quieren cuidar su salud y alimentación
Ecuador	Plan de mejora en la comercialización del arroz basado en la NTE 2687:2013 para el Mercado “Las Manuelas”	Anddy Gabriel Llanos Piguave, Carlos Iván Zambrano Jiménez, 2020	Análisis cuantitativo y cualitativo		Mediante la lista de verificación, se identificó la situación actual del mercado, en relación al cumplimiento de la Norma Técnica Ecuatoriana NTE 2687:2013 Mercados Saludables, existe un 0% de cumplimiento en la limpieza periódica realizada en las diferentes áreas del mercado, tales como pasillos, baños y área de descarga de proveedores.
Italia-Roma	Enfermedades transmitidas por alimentos y su impacto socioeconómico	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación	Estudio transversal descriptivo	cualitativo, y	Las enfermedades transmitidas por alimentos son un problema que se debe combatir en consenso con los ministerios e instituciones de gobierno, empresarios y personal de las empresas alimentarias, organismos no gubernamentales y agencias internacionales comprometidas en este tema de relevancia socioeconómica en los países de América Central y el Caribe.

---

Cuba	Las enfermedades transmitidas por alimentos, un problema sanitario que hereda e incrementa el nuevo milenio.	Herlinda Torrens, Martha Cabrera, Gabriel Argilagos, 2015.	Análisis cuantitativo y cualitativo	Las ETA, pese a ser el problema de salud pública más extendido del mundo contemporáneo, con tendencia a incrementarse, si se las compara con un témpano salta a la vista que solo se conoce lo que aflora del mar. En ello conspiran factores múltiples, entre los que destacan: la falta de uniformidad en cuanto a la eficiencia del diagnóstico al nivel global; la pobre notificación de los casos y brotes que realmente ocurren, incluso en países desarrollados; la incorrecta manipulación y conservación de los alimentos, fundamentalmente en los países en vías de desarrollo, los que padecen estas enfermedades en grado extremo.
Colombia	Comportamiento epidemiológico de las Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA) en el Departamento de Sucre durante el periodo 2012 – 2015.	Erika de la Hoz, 2016	Estudio observacional, descriptivo retrospectivo, con un enfoque cuantitativo y diseño documental	Los factores de riesgos causales de las ETA fueron, fallas en la cadena de frio y contaminación cruzada, en la cual, se determinó el modo de transmisión de estos agentes patógenos que es a través de los alimentos, superficies inertes y manipulador de alimentos infestado y que la población más expuesta o susceptible con riesgo a enfermar, la niñez, adultos/as mayores y las personas que presentan deficiencias en su sistema inmunológico, en la cual el periodo de incubación del patógeno depende de esta de las condiciones inmunológicas de cada individuo.

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos*



La evidencia empírica, refleja que el estudio por Vergara (2017), tuvo un impacto significativo en el Mercado Municipal N° 03, Tarapoto (Perú) pues el programa de PMS saludables surgió como un mecanismo capaz de solucionar los problemas que afectaban a los centros de abastecimiento especialmente en el tema de salubridad. Al hacer un diagnóstico del mismo, el autor pudo realizar un plan de acción que atiende a las deficiencias encontradas, como son, capacitar a los comerciantes en el servicio de atención al cliente con un lenguaje mediado, el resultado fue que se pudo observar la satisfacción en la nueva imagen de los comerciantes tanto en el aspecto personal, en el de sus puestos de comercialización y en la calidad del trato hacia sus clientes.

La investigación de Vergara, aporta al presente tema de investigación de tal manera que se puede tener una línea base que permita aplicar la norma NTE INEN 2687:2013 en los mercados Mayorista y Amazonas, ya que cuenta con una metodología que considera las variables que sustentan la oferta de mercado (comerciantes). Así mismo el estudio elaborado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo (2014), brinda herramientas que sirven para el diagnóstico situacional inicial de los mercados de estudio. Finalmente, la publicación de María de los Ángeles Arias, Laura Urueña y Bryan Salazar, 2019, brinda un estudio que permite abordar principalmente el tema de inocuidad de los alimentos (La inocuidad de los alimentos es la ausencia -a niveles seguros y aceptables- de peligro en los alimentos que puedan dañar la salud de las y los consumidores).

Siguiendo esta misma línea, el estudio realizado Llanos y Zambrano, 2020, muestran que el Mercado “Las Manuelas”, ubicado en la ciudad de Guayaquil, no cumplen con los requisitos establecidos en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE 2687:2013 Mercados Saludables, debido a que existe un 0% de cumplimiento en la limpieza periódica realizada en las diferentes áreas del mercado, tales como pasillos,

baños y área de descarga de proveedores, así mismo a través de este estudio se pudo constatar que la gran mayoría de los comerciantes de arroz, mostraron tener poco conocimiento en temas de manipulación de alimentos, higiene y almacenamiento. De igual manera, durante la visita al sitio de estudio, los autores evidenciaron la inexistencia de mapa de locales y rótulos colgantes, generando poco reconocimiento de la ubicación de los segmentos que dispone el mercado.

Por otra parte y en cuanto a los estudios realizados referentes a las ETA, la evidencia empírica muestra que estas son uno de los principales problemas de salud pública que afecta a la población, para Torrens et al., (2015), las causas principales de dichas enfermedades son la incorrecta manipulación y conservación de los alimentos, mientras que, en las investigaciones realizadas por De la Hoz (2016) las principales causas son la cadena de frío, puesto que la carne roja, blanca, embutidos y lácteos no contemplan las temperaturas correctas para su transporte y mantenimiento, a su vez, se genera una contaminación cruzada dado que los productos no están debidamente clasificados, es decir, se mantienen en el mismo contenedor. Esto ha conllevado a que más países especialmente en vías de desarrollo, bajen los niveles productivos de sus actividades comerciales, debido a que no se cuenta con el suficiente presupuesto para poder enfrentar esta problemática.

## 5. Marco Normativo

**Tabla 3**

*Marco legal y normativo*

<b>Normativa</b>	<b>Artículo</b>	<b>Descripción</b>
Constitución de la República del Ecuador	Art. 32	Garantiza el derecho a la salud, “cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir”
	Art. 66	Establece “el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios”.
	Art. 281	“La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente”.
Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria. (LORSA)	Art. 1	El Estado debe “garantizar a las personas, comunidades y pueblos la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente”.
	Art. 2	El ámbito de la ley “comprende los factores de la producción agroalimentaria; la agro biodiversidad y semillas; la investigación y diálogo de saberes; la producción, transformación, conservación, almacenamiento, intercambio, comercialización y consumo; así

		como la sanidad, calidad, inocuidad y nutrición; la participación social; el ordenamiento territorial; la frontera agrícola; los recursos hídricos; el desarrollo rural y agroalimentario; la agroindustria, empleo rural y agrícola; las formas asociativas y comunitarias de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, las formas de financiamiento; y, aquellas que defina el régimen de soberanía alimentaria”
Ley Orgánica de Salud.	Art. 16	“El Estado establecerá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional, que propenda a eliminar los malos hábitos alimenticios, respete y fomente los conocimientos y prácticas alimentarias tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos propios de cada región y garantizará a las personas, el acceso permanente a alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes”.
	Art. 147	“La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con los municipios, establecerá programas de educación sanitaria para productores, manipuladores y consumidores de alimentos, fomentando la higiene, la salud individual y colectiva y la protección del medio ambiente”.
Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.	Numeral 1 Art. 4	“Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos”.

	Art. 54, literal 1.	Una de las funciones de los GAD es: “Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios”.
Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).	Art. 134, literal c.	“Ejercicio de la competencia de fomento de la seguridad alimentaria”, que el GAD debe: “Planificar y construir la infraestructura adecuada, en coordinación con los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales provinciales, municipales y parroquiales rurales, para fomentar la producción, conservación, intercambio, acceso, comercialización, control y consumo de alimentos, preferentemente provenientes de la pequeña, la micro, y la mediana producción campesina, y de la pesca artesanal; respetando y protegiendo la agro biodiversidad, los conocimientos y formas de producción tradicionales y ancestrales. Complementariamente, la planificación y construcción de las redes de mercados y centros de transferencia de las jurisdicciones cantonales serán realizadas por los GAD”.
Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025, objetivo 6. Política 1.		Garantizar el derecho a la salud integral, gratuita y de calidad. Mejorar las condiciones para el ejercicio del derecho a la salud de manera integral, abarcando la prevención y promoción, enfatizando la atención a mujeres, niñez y adolescencia, adultos mayores, personas con discapacidad, personas LGBTIQ+ y todos aquellos en situación de vulnerabilidad

### 5.1. Norma Técnica Ecuatoriana Voluntaria NTE INEN 2687:2013

En el Ecuador existe la norma técnica ecuatoriana NTE INEN 2687:2013 Mercados saludables Requisitos, la cual “establece los requisitos y prácticas que deben cumplir los mercados para la comercialización y/o elaboración de alimentos inocuos, aptos para el consumo humano”.

**Tabla 4**

*Objeto y alcance de la Norma*

<b>Objeto</b>	Esta norma establece los requisitos y prácticas que deben cumplir los mercados para la comercialización y/o elaboración de alimentos inocuos aptos para el consumo humano.
<b>Alcance</b>	Esta norma aplica a todos los mercados mayoristas y mercados minoristas que realizan actividades de adquisición, recepción, manipulación, preparación, comercialización, almacenamiento, y transporte de alimentos a nivel nacional. Se excluyen las ferias libres, plataformas de comercialización, supermercados y micro mercados.

*Elaborado por: Santiago Ramos*

El marco normativo expuesto en la tabla 3, conforma las normas, criterios, metodologías, lineamientos y sistemas, que deben seguirse para alcanzar los objetivos propuestos en la presente investigación. En primera instancia este trabajo se rige por la Constitución del Ecuador, misma que en su artículo 32 establece la garantía del derecho a la salud, por lo cual el Estado avalará este mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud. Seguidamente

la Carta Magna en el artículo 66 y 281 establecen el derecho a la vida digna y a la seguridad alimentaria como una obligación del Estado para así garantizar a todas las personas el acceso equitativo a alimentos sanos.

Con respecto a la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor, en los artículos que se mencionan en la tabla 3, hace referencia principalmente a los actores involucrados en materia de seguridad y soberanía alimentaria, al igual que la carta magna, esta ley aborda la responsabilidad del Estado para garantizar la salud de las personas en ámbitos alimenticios. Siguiendo esta misma línea, la Ley Orgánica de Salud establece las políticas y lineamientos intersectoriales de seguridad alimentaria y nutricional que debe ejecutar el estado, así como programas de educación sanitaria tanto para vendedores como para consumidores.

Con respecto al Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, este establece como ente rector al GAD de cantón para planificar, ejecutar y construir la infraestructura adecuada para el expendio de comidas y alimentos ya sea que estas provengan de pequeñas, micro y medianas empresas. Además, será responsable de la construcción de las redes de mercado en todas las jurisdicciones que le competen. Por otra parte, el objetivo 6 del Plan de Desarrollo del actual Gobierno busca garantizar el derecho a la salud integral y de calidad, aunque este objetivo no está dirigido como tal a las plazas de mercado de consumo, si pretende mejorar las condiciones para que toda la población tenga una salud adecuada, especialmente los grupos prioritarios que tienen más probabilidad de sufrir alguna enfermedad.

Con todo lo mencionado hasta aquí se puede afirmar que en materia legal referente a salud e inocuidad de alimentos si hay normativas que respalden la presente investigación. Además, constituyen un soporte o apoyo para dar respuesta a los objetivos planteados.

## **Capítulo II. Metodología de la Investigación**

El presente capítulo aborda la metodología utilizada para el desarrollo de este estudio, mismo que tiene un enfoque cualitativo, cuantitativo y correlacional. Los datos necesarios para el estudio fueron obtenidos mediante la aplicación de una encuesta estructurada dirigida a los clientes de los mercados Amazonas y Mayorista, por el lado de la demanda, para el análisis de la oferta, los datos se recopilaron mediante fichas de verificación de cumplimiento del MPS, como lo indica la Norma NTE INEN 2687:2013. La recolección de datos cualitativos se obtuvo información a través de Papers y revistas científicas. Finalmente, se describe las variables utilizadas para las correlaciones recopiladas en la encuesta.

### **1. Enfoque, Diseño y Alcances de la Investigación**

El presente estudio tiene como objetivo analizar cuáles son las implicaciones sociales y económicas que conllevan los mercados saludables en el cantón Ibarra. En este contexto, tiene un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), con base en la revisión de literatura y la evidencia empírica, se ha identificado un problema de investigación delimitado y concreto, el mismo que abarca un contenido subjetivo, por lo cual ha derivado en el planteamiento de dos preguntas de investigación que se pretende responder a través del estudio correlacional.

El diseño del estudio es no experimental de tipo transeccional, porque el fenómeno objeto de estudio ha sido observado y medido en su contexto natural y original, la recolección de datos ha sido realizada durante un único momento del tiempo.

Los alcances de esta investigación son de tipo descriptivo, exploratorio, explicativo y correlacional. Descriptivo, porque se trata de identificar y definir teórica y económicamente, cuales son los factores económicos que conlleva la implementación del



programa de mercados saludables. Asimismo, se considera que este estudio es de alcance exploratorio, porque el presente tema de investigación ha sido muy poco estudiado e investigado en el contexto nacional. Es de tipo explicativo, porque uno de los objetivos específicos de esta investigación es realizar un diagnóstico situacional de los mercados Amazonas y Mayorista en cuanto al macro entorno y los factores de riesgo. De igual modo es correlacional porque se pretende medir estadísticamente como están relacionadas dos o más variables.

## 2. Descripción de Datos

### *Población*

La población tomada para el cálculo de la muestra la constituyen las personas que acuden semanalmente a los mercados Amazonas y Mayorista del cantón Ibarra, dicha información fue proporcionada por los administradores de los mercados, llegando a determinar que la población total para el mercado Amazonas es de 893 personas y el mercado Mayorista es de 7980 personas.

### **Tabla 5**

#### *Población total del mercado Amazonas y Mayorista*

<b>Mercado</b>	<b>Población</b>
Amazonas	893
Mayorista	7980

*Elaborado por: Santiago Ramos*

Por otra parte, para seleccionar a los individuos de la población que configuran el tamaño muestral, se tomó en cuenta que en los dos mercados la afluencia de las personas es distinta. Por un lado, en el mercado Amazonas los consumidores acuden a comprar en

pequeñas cantidades o al por menor. Caso contrario al mercado Mayorista, pues aquí se compran los productos en mayor volumen o al por mayor.

### ***Muestra***

#### ***Tipo de Muestra***

Para seleccionar los individuos de la población que configuran el tamaño muestral se aplicó un muestreo aleatorio estratificado, el cual consistió en distribuir de forma equivalente, según los mapas cartográficos (ver anexo 1, 2 y 3), las 270 personas para el mercado Amazonas y 368 personas para el mercado Mayorista, considerando el número de puestos comerciales existentes en cada mercado.

#### ***Cálculo de la muestra***

##### **Mercado Mayorista**

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

$$n = \frac{7980 \times 0,5^2 \times 1,75^2}{0,5^2(7980 - 1) + 1,75^2 \times 0,5^2} = 368 \text{ personas}$$

##### **Mercado Amazonas**

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

$$n = \frac{893 \times 0,5^2 \times 1,75^2}{0,5^2(893 - 1) + 1,75^2 \times 0,5^2} = 270 \text{ personas}$$

En donde:

n = es el tamaño de la muestra poblacional a obtener.

$N$  = es el tamaño de la población total

$\sigma$  = representa la desviación estándar de la población.

$z$  = es el valor obtenido mediante niveles de confianza

$e$  = representa el límite aceptable de error muestral.

Para determinar las dos muestras, se consideró un nivel de confianza del 95%, un error muestral del 5% y una desviación estándar de 0.5.

### **3. Técnicas de Investigación**

#### ***Encuesta***

Los datos necesarios para el estudio fueron obtenidos mediante la aplicación de una encuesta estructurada con preguntas cerradas, organizada de tal manera que se centre en el tema, debido a lo complejo que son las implicaciones sociales y económicas de los mercados saludables. Dicha encuesta fue realizada a una muestra de 270 personas en el mercado Amazonas y de 368 personas en el mercado Mayorista, mismas que son objeto de estudio por el lado de la demanda. Se empezó con una prueba piloto de 20 encuestas, esto con el fin de observar la consistencia, estructura del formulario y la reacción como la disponibilidad de la gente en ambos mercados.

En este procedimiento, se resaltó el anonimato del encuestado/a para evitar resistencias en la valoración y obtener resultados objetivos y consistentes. La aplicación se realizó durante el mes de noviembre y primera semana de diciembre de 2021, fue de manera individual y reservada, y duró aproximadamente entre 4 a 5 minutos cada encuesta, de acuerdo a la prueba piloto y encuestas finales.

### ***Descripción de la Encuesta***

Las preguntas utilizadas para la investigación se elaboraron con un enfoque de demanda de los consumidores para poder desagregar las diferentes variables y así hacer un análisis detallado, también se implementaron preguntas de clasificación por ocupación, edad, nivel académico, se trabajó con preguntas de selección múltiple, para conocer las preferencias de la población encuestada, preguntas de selección múltiple con única respuesta para determinar factores como la frecuencia de compra (ver anexo 4). De ahí que toda esta información fue depurada en una base de datos de tipo de corte transversal.

Se debe agregar también que, para la recolección de datos cualitativos se adquirió información a través de artículos, revistas científicas e informes emitidos por el GADM del cantón Ibarra.

### ***Fichas de Verificación***

La aplicación de las fichas de cumplimiento está dirigida a los administradores de los mercados, mismos que proporcionan información para la demanda y oferta.

### **Tabla 6**

#### *Fichas de verificación de cumplimiento de requisitos para mercados saludables*

<b>Fichas</b>	<b>Descripción</b>
<b>Infraestructura</b>	Trata sobre la localización, diseño, construcción donde se verifica la cercanía a fuentes de contaminación, la disponibilidad de espacio, cuidado de niñas y niños, un correcto sistema de drenaje. Las áreas y estructuras internas como la condición de los pasillos. Iluminación y ventilación como el sistema eléctrico y por último las iluminaciones sanitarias.

<b>Servicios</b>	Trata sobre el suministro de agua como esta las condiciones de agua potable, los desechos líquidos y drenaje. La gestión de los residuos sólidos.
<b>Equipos y utensilios</b>	Las condiciones de los equipos y utensilios para manipulación, los materiales de los mismos como las tablas de cortar, el cuidado y la limpieza de los equipos y utensilios
<b>Adquisición, comercialización, y almacenamiento de alimentos</b>	La adquisición y comercialización de los productos que se comercializan dentro del mercado como carnes, alimentos procesados y productos frescos, el transporte, recepción y almacenamiento de los alimentos y productos que se comercializan dentro del mercado.
<b>Puesto de comercialización</b>	Los requisitos relativos al puesto de comercialización como los materiales de estantería, manejo de los puestos de comercialización, el equipamiento y la higiene del puesto de comercialización
<b>Preparación de alimentos</b>	La preparación preliminar como lavado de las superficies, mezcla de ingredientes y recipientes. Preparación de alimentos como la cocción de alimentos, conservación y descongelamiento de alimentos. Protección y servicio de alimentos como la disposición, empaque y manipulación de los alimentos.
<b>Higiene del manipulador de alimentos</b>	Se refiere a la higiene de los comerciantes, la vestimenta, el aseo de manos y la higiene al manipular alimentos.
<b>Limpieza y desinfección</b>	La limpieza y desinfección de las instalaciones como es el uso de los productos químicos de limpieza y desinfección
<b>Control de plagas y roedores</b>	El control de plagas y roedores como se emplea el programa con el uso de plaguicidas y las medidas que adopta los comerciantes para el control de plagas.
<b>Capacitación</b>	La capacitación del personal y los programas específicos para un mejor funcionamiento del mercado

<b>Aseguramiento de la Inocuidad</b>	El control y aseguramiento de la inocuidad consiste en la dotación de responsables de la supervisión de los programas de salubridad alimenticia.
<b>Promoción de la salud</b>	La promoción de la salud con los derechos humanos y prevención de la violencia de género, las prácticas y espacios saludables

*Elaborado por: Santiago Ramos*

***Criterios de Evaluación según la Guía Metódica de Evaluación de Planes y Proyectos de Desarrollo de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)***

La SENPLADES (actualmente Planifica Ecuador) en su guía metodológica ha establecido los parámetros de semaforización para la evaluación y seguimiento de planes y proyectos de desarrollo de índole pública. Para ello ha tomado las directrices y criterios establecidos por normativas internacionales, entre ellas la “Guía Metodológica Iniciativa Ciudades Emergentes y Sostenibles” (metodología ICES), desarrollada por el Banco Interamericano de Desarrollo.

La metodología ICES, ha sido diseñada para su uso por parte de GADs, entidades públicas de diferentes niveles de gobierno, instituciones oficiales locales, institutos académicos locales, especialistas del BID y, en general, cualquier otro tipo de instituciones vinculadas al desarrollo sostenible de las ciudades de América Latina y el Caribe (ALC) (Banco Interamericano de Desarrollo, 2015).

Asimismo, la ICES selecciona indicadores que recopilen información importante para la toma de decisiones y la planificación. Además, ha desarrollado un sistema de clasificación teórico para que los resultados de los indicadores ayuden a priorizar las problemáticas de una ciudad. Los valores de referencia en verde indican que la ciudad no




tiene problemas en esa área, mientras que los valores en rojo indican una problemática crítica (Banco Interamericano de Desarrollo, 2013).

El punto de referencia teórico actual (parámetros de semaforización) se basa en promedios regionales, estándares internacionales, aportes de especialistas sectoriales regionales, comparaciones de grandes y medianas ciudades de la región de ALC y análisis de datos recabados en relación con las ciudades piloto de la ICES. En el caso de indicadores empleados a nivel internacional, los criterios se basan principalmente en normas internacionales y promedios regionales (Banco Interamericano de Desarrollo, 2013, pág. 9).

Mediante los parámetros de semaforización se indica cuando el comportamiento del indicador es:

- Aceptable (verde): el valor alcanzado del indicador se encuentra en un rango por encima o por debajo de la meta programada, pero se mantiene dentro del rango establecido.
- Con riesgo (amarillo): el valor alcanzado del indicador es menor que la meta programada, pero se mantiene dentro del rango establecido.
- Crítico (rojo): el valor alcanzado del indicador está muy por debajo de la meta programada o supera tanto la meta programada que se puede considerar como una falla de planeación (es decir la meta no fue bien establecida); de conformidad con los rangos establecidos.

**Tabla 7***Calificación del nivel de desempeño*

<b>Nivel de Desempeño</b>	<b>Evidencias Para Presentar</b>	<b>Significado de la norma ISO 18091:2004</b>	<b>Porcentaje para medir el nivel de desempeño</b>
	<b>Verde</b> Evidencias solicitadas para obtener verde.	<b>Cumplido</b> Si cumple con los requerimientos mínimo indispensables que un buen Gobierno no puede dejar de atender acerca de la temática en cuestión.	85% y el 100%
	<b>Amarillo</b> Evidencias solicitadas para obtener amarillo.	<b>Parcialmente Cumplido</b> Por debajo de los requerimientos mínimos indispensables para tender de manera integral la temática en cuestión.	70% y el 84,9%
	<b>Rojo</b> Combinaciones diferentes a las solicitadas para obtener verde y amarillo.	<b>Incumplido</b> Prácticas no aceptables. Definitivamente NO cuenta con los elementos para atender la temática en cuestión.	0% y el 69,9%

*Fuente: Unidad PDyOT del GAD de Ibarra*

Los parámetros de semaforización se establecen de acuerdo con el sentido del indicador respecto a la meta (sentido ascendente o descendente).

Cuando el sentido es ascendente, la meta siempre será mayor que la línea base. Si el resultado es mayor al planeado, es muestra de un buen desempeño, y cuando es menor, representa un desempeño negativo. Por ejemplo: población atendida con un servicio, la



productividad agropecuaria, el índice de competitividad de la inversión pública (CONEVAL, 2010, pág. 26).

Cuando el sentido es descendente, la meta siempre será menor que la línea base. Si el resultado es menor a la meta planeada, es igual a un buen desempeño, y cuando es mayor, equivale a un desempeño negativo. Por ejemplo: tasa de mortalidad, tasas de natalidad, índices de delincuencia (CONEVAL, 2010, pág. 27).

### **Análisis de Datos**

Con el fin de analizar las implicaciones sociales y económicas de los mercados saludables en el cantón Ibarra, se efectuó una correlación entre la variable enfermedades de transmisión alimenticia y las variables de estudio recopiladas en la encuesta, como se muestra en la tabla 9. En este contexto, las variables consideradas para la valoración de dicha correlación se tomaron con base en estudios previos realizados por Rodríguez (2015), Organización de las Naciones Unidas para Alimentación y la Agricultura (2005), Blackwell et al (2002), Ávila (2016) y Kopper et al (2009), Vergara (2017), Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo (2014), Arias, Ureña & Salazar (2019), Llanos & Zambrano (2020), los cuales establecen que la manipulación de alimentos preparados o sin preparar, control de plagas y roedores, condiciones de limpieza, higiene, buen manejo de residuos sólidos y calidad de servicio, influyen de manera significativa en la salud de los consumidores.

Las variables de estudio fueron clasificadas en dos grupos: económicas y sociales, para posteriormente realizar un análisis descriptivo y correlacional en función de los resultados obtenidos.

**Tabla 8***Clasificación de las variables*

<b>Económicas</b>	<b>Sociales</b>
Gastos, Ingresos	Enfermedades de transmisión alimenticia, Frecuencia de compra, Consumo de comidas preparadas, Motivo de compra, Servicios higiénicos, Salud por consumo de alimentos, Limpieza.

*Elaborado por: Santiago Ramos*

**Tabla 9***Variables de correlación*

<b>Variable</b>	<b>Fuentes</b>
Enfermedades de transmisión alimenticia, salud por consumo de alimentos	Rodríguez (2015), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, (2005)
Frecuencia de compra, motivo de compra, consumo de comidas preparadas	Ávila, (2016)
Gastos, ingresos	Blackwell et al., (2002)
Servicios Higiénicos (infraestructura), limpieza	Kopper et al., (2009)

*Elaborado por: Santiago Ramos*

### **Capítulo III. Resultados**

En el presente capítulo se aborda el análisis y discusión de los principales resultados obtenidos de la investigación según lo expuesto en el capítulo de metodología, así como las respuestas a los objetivos y a las preguntas del tema de estudio. El capítulo está estructurado por dos apartados. En el primero se expone los resultados alcanzados de la evaluación de las 12 fichas del Programa de Mercados Saludables, así como el análisis socioeconómico desde el enfoque de la demanda, a partir de la correlación de las variables obtenidas en la encuesta previamente realizada.

En el segundo apartado se realiza una propuesta de medidas de mejora para los dos mercados de estudio, como solución a los problemas que actualmente se enfrentan, partiendo de que previamente ya se había hecho un diagnóstico situacional.

#### ***Macroentorno y riesgos***

El Mercado Amazonas es el mercado minorista con más puestos de comercio en el cantón Ibarra. Existen 2045 según el departamento de avalúos y catastros de 2011, es un punto importante de intercambio comercial de la ciudad porque a la cantidad de gente que acude a comprar a diario ya sea dentro o por sus alrededores. Posee además dos infraestructuras que funcionan como extensiones de este, el mercado La Playa y La Bahía.

La situación actual de mercado Amazonas se resume a un área o macro entorno que contiene varios aspectos desfavorables. Con el crecimiento del mercado, la población y sin una adecuada planificación con proyecciones al futuro, los comerciantes han ido ubicándose conforme a sus necesidades, provocando desorganización y aglomeración, lo cual resulta evidente tanto para el comerciante y el consumidor ya que el espacio es incómodo e inseguro como para ejercer cada uno sus actividades.

Es así que, si los riesgos evidenciados no se examinan, previenen o corrigen en la actualidad, en el mediano y largo plazo, dificultaran que este mercado sea un lugar saludable. Existe una variedad de factores de riesgo que se muestran a continuación.

### Gráfico 1

*Riesgos existentes en el mercado Amazonas*



*Elaborado por: Santiago Ramos*

El principal factor de riesgo al que se expone el mercado Amazonas es la ausencia de una planificación acorde a las necesidades de los comerciantes y consumidores. Esto conlleva una complejidad de problemas, que han afectado en su mayoría el área donde se expende alimentos. El expendio de alimentos orgánicos, genera una gran concentración de agentes contaminantes, por varios factores como son: los gases tóxicos por emanación de los vehículos que circulan por el sector, además, la de venta de frutas, hortalizas, legumbres, cárnicos y mariscos, puntos de venta que se ubican en las veredas alrededor del mercado, lo que provoca que los líquidos y desperdicios sólidos queden expuestos al

calor y al ambiente con un acelerado proceso de descomposición y en consecuencia la emanación de malos olores que contaminan el aire.

Pero, contaminación por la insalubridad no solo es un riesgo que se presenta en el mercado, este viene acompañado de roedores y plagas como mosquitos y cucarachas. Esto se puede evidenciar en los lugares donde se vende alimentos. En el sitio de acopio, en los desechos, vive el mayor grupo de estos animales. Los comerciantes comentaron que durante el día no aparecen, pese a que a muchos se les cruzaron por sus pies en un par de ocasiones. Sin embargo, al llegar la noche, estos salen a rodear las zonas.

Con respecto a la conservación de alimentos, en algunos locales no se les da el trato adecuado, pues es común ver que, en la sección de carnes, ubicada en la calle Eugenio Espejo, aún se exhiben producto sin ningún tipo de protección, lo que hace que este expuesto a los gases de los vehículos, bacterias y otros microbios, mismos que son causantes de enfermedades de transmisión alimenticia.

Otro factor de riesgo igual de importante es el hecho de que en el mercado Amazonas uno de los comedores no tiene un techo o cubierta, por lo cual las mesas están expuestas a la intemperie, muchas veces el cambio del clima genera que las personas no se sientan seguras al servirse sus alimentos, pues en cualquier momento puede llover o incluso exponerse a olas de calor muy fuertes. A su vez, parte de los drenajes del mercado se encuentran en mal estado, debido a la falta de un adecuado mantenimiento, además, en estas se acumulan desechos. De igual manera, las alcantarillas no cumplen su función ya sea por una mala construcción para guiar el agua hasta allí, o porque se encuentran tapadas.

Un factor de riesgo importante que se debe señalar, es que este mercado no cuenta con áreas de enfermería y de guardería, este es un riesgo laboral, puesto que muchas veces

los comerciantes son vulnerables a sufrir un accidente o desequilibrio en su salud, en estos casos se ven obligados a asistir al centro de salud u hospital más cercano. En el caso de las guarderías, este es un problema por el que cual la administración no ha mostrado mayor preocupación.

A priori se conoce que en este mercado la mayoría de trabajadores o comerciantes son mujeres, se ha evidenciado que en varios casos, algunas de ellas son madres solteras, por distintas causas como, abandono del padre, falta de recursos económicos y falta de educación sexual en su adolescencia, a razón de estos antecedentes las comerciantes no tienen una persona que pueda cuidar a sus hijos mientras laboran en sus respectivos puestos de comercialización, como consecuencia, sus niños deben permanecer con ellas en el local donde trabajan, exponiéndolos a enfermedades porque tienen un contacto directo con el suelo y por ende con la basura que hay en el lugar (cabe mencionar que no es el mismo caso para todas las comerciantes).

Finalmente, la contaminación visual es un riesgo no conocido, pero sí muy importante, y es que la ubicación de los productos en los locales no permite observar o apreciar con claridad lo que se desea adquirir, los comerciantes han hecho uso de las fachadas de los puestos de venta e inclusive de los corredores de circulación, distrayendo la vista de los consumidores provocando un ambiente tenso.

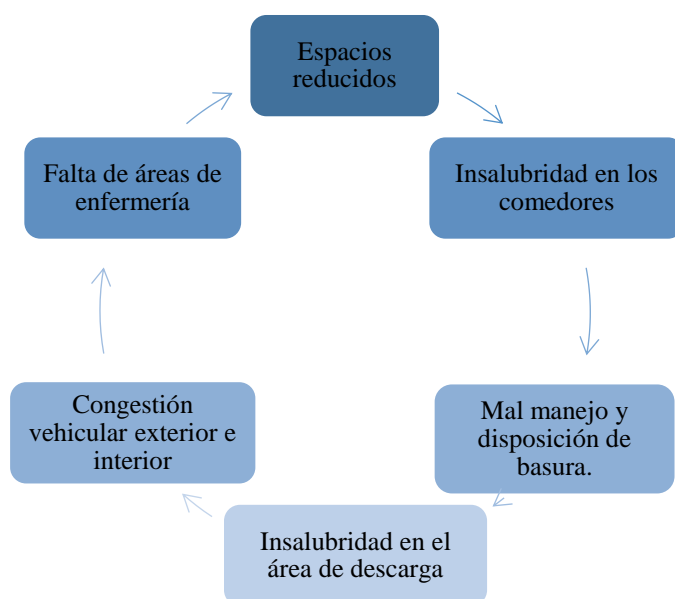
En relación con el mercado Mayorista, en el artículo 2 de la Ordenanza que Reglamenta el Funcionamiento y la Administración de este mercado menciona que “El Mercado Mayorista es una central de abastecimiento de servicios públicos, cuya función es la comercialización de productos agropecuarios en estado natural, semielaborados o elaborados y otros productos complementarios.

La función principal del mercado Mayorista es concentrar la oferta total disponible de los productos de su giro que ingresen a la ciudad, para ofrecer un servicio de abastecimiento permanente y regulado a los mercados minoristas, supermercados, mini mercados, tiendas detallistas y demás centros de distribución y consumo de alimentos del cantón, la provincia y el país” (pag.2).

A partir de su creación en el año 2000 ha ido evolucionando de manera significativa, pero aún se puede observar que existen varias falencias, y partir de ello riesgos trascendentes, mismos que se describen a continuación.

## Gráfico 2

*Riesgos existentes en el mercado Mayorista*



*Elaborado por: Santiago Ramos*

Uno de los principales riesgos evidenciados en el mercado Mayorista es el espacio reducido de las bodegas, pasillos y comedores que existen allí. Esto genera varias molestias tanto para el vendedor como para el consumidor. Al ser el espacio tan limitado las personas se chocan o tropiezan entre sí, muchas veces ha sido motivo para caídas, en

algunos casos, las personas dan testimonio de que esto ha sido razón para que les roben sin ellas darse cuenta. El aseo en las bodegas también es importante, ya que los productos que permanecen allí no tienen ventilación, esto ha causado que se dañen y que no se entregue al comprador un producto de calidad, otro dato importante es que los comerciantes se sirven en mismo lugar sus alimentos, generado de cierta manera un daño para su salud, pues las bodegas no siempre permanecen limpias. De igual manera, el espacio de los comedores es muy pequeño, cuentan con una sola mesa cada uno, lo que genera que apenas se pueda limpiar en cada cambio de cliente, se evidenció que las personas encargadas de estos locales no usan de manera correcta las medidas de higiene como lo son: guantes, gorros en el cabello, entre otros.

Otro riesgo que se evidenció es que los servicios higiénicos se encuentran a otra altura del piso, por lo cual las personas con discapacidad tienen dificultades para ingresar y salir de allí. Además, al ser este un mercado mayorista debería existir más baterías sanitarias, por lo cual para algunos clientes y comerciantes les queda algo lejos.

Cambiando de perspectiva, pero al igual que el mercado Amazonas el mal manejo de la basura y desechos orgánicos ha generado que en el mercado se presenten plagas, roedores, los clientes dan fe de que se los ha podido observar saliendo de los basureros y principalmente en el área donde se comercializa papas. Con lo dicho hasta aquí, es importante señalar que cuando los productores descargan sus productos lo hacen sin antes asear u ordenar su lugar de trabajo, siendo este un importante riesgo para su salud, y además afectando a la mercancía que están dispuestos a vender.

La congestión vehicular igualmente es un factor contaminante, se sabe que los días que ingresan productos en el mercado son los lunes y los jueves, pero en las madrugadas, es donde más se ve la afluencia de vehículos. Los productores deben hacer



largas filas de espera y este lapso del tiempo dichos productores son propensos a contraer algún tipo de gripe u otra enfermedad respiratoria que son producto de las bajas temperaturas características del Cantón. De igual manera el monóxido de carbono producido por los combustibles, genera que los clientes y comerciantes que transiten por el sector se vean afectados por respirar este gas.

Otro factor de riesgo que tiene en común el mercado Amazonas y Mayorista, es que este tampoco cuenta con una área de enfermería que permita asistir a las personas en caso de emergencias médicas, ni tampoco cuenta con guarderías, ya que al momento de hacer el estudio también se ha visto a muchos niños/as acomodados en camas improvisadas en los puestos de comercialización por las mujeres en el mercado Amazonas y por los dueños de los locales ya sea mujeres o hombres en el mercado Mayorista, siendo eso un riesgo para los más pequeños, que como se dijo en el apartado de arriba son vulnerables a contraer algún tipo de enfermedad.

Para contrastar y examinar todo lo mencionado hasta aquí se ha hecho la evaluación con las 12 fichas de Verificación de Cumplimiento del Programa de Mercados saludable, mismas que se presentan a continuación:

**Tabla 10**

*Porcentaje de cumplimiento del PMS del mercado Amazonas*

<b>Dimensión</b>	<b>Tema</b>	<b>Semaforización</b>	<b>Semaforización Dimensión</b>
<b>Infraestructura</b>	Localización, diseño y construcción	64,44%	53,14%
	Áreas y estructuras internas	24,84%	
	Iluminación y Ventilación	56,60%	
	Iluminaciones sanitarias	66,67%	

<b>Servicios</b>	Suministro de Agua	25,00%	14,27%
	Desechos líquidos y drenaje	0,00%	
	Residuos Sólidos	17,81%	
<b>Equipos y utensilios</b>	Equipos y utensilios	69,93%	69,93%
<b>Adquisición, comercialización, Transporte, recepción y almacenamiento de alimentos</b>	Adquisición y comercialización	87,92%	62,10%
	Transporte, recepción y almacenamiento	36,27%	
<b>Puesto de comercialización</b>	Requisitos relativos al puesto de comercialización	50,85%	50,85%
<b>Preparación de alimentos</b>	Preparación preliminar	78,61%	60,97%
	Preparación de alimentos	62,80%	
	Protección y servicio de alimentos	41,51%	
<b>Higiene del manipulador de alimentos preparados y comerciante</b>	Higiene de los comerciantes y manipuladores de alimentos preparados	69,39%	69,39%
<b>Limpieza y desinfección</b>	Limpieza y desinfección de las instalaciones	61,63%	61,63%
<b>Control de plagas y roedores</b>	Control de plagas y roedores	44,34%	44,34%
<b>Capacitación</b>	Capacitación	40,41%	40,41%
<b>Control y aseguramiento de la Inocuidad</b>	Control y aseguramiento de la Inocuidad	0,00%	0,00%
<b>Promoción de la salud</b>	Promoción de la salud	45,16%	45,16%

*Elaborado por: Santiago Ramos*

Los resultados finales expuestos en la tabla 10, indican que las 12 dimensiones se encuentran en semáforo rojo.

Ahora bien, con respecto a la primera dimensión relativa a la infraestructura, el porcentaje de avance es de 53,14%, es decir el mercado no ha cumplido totalmente con los requerimientos exigidos por el PMS. La explicación para que se generen estos resultados es que en el tema de “localización diseño y construcción”, el mercado no está alejado de fuentes de contaminación, debido a que no se cuenta con ningún plan, ni presupuesto para la implementación de medidas preventivas frente a dicho riesgo de contaminación. De igual manera, la infraestructura física no impide el ingreso animal y de polvo que contamina los productos. Se debe agregar que los espacios existentes son insuficientes para los quipos y los puestos de comercialización de los vendedores. De igual manera, los sistemas de drenajes no están correctamente construidos para evitar la contaminación de los alimentos y agua potable.

Por lo que respecta a las “áreas y estructuras internas”, el mercado Amazonas no cuenta con la señalización acorde a la Norma vigente. Así mismo, los pisos, las paredes y los techos no son de material lavable, impermeable y no poroso, por lo cual no facilitan la limpieza y desinfección. Cabe mencionar que dicha infraestructura presenta grietas y roturas. Además, el mercado no está dotado de duchas ni de vestidores y las instalaciones sanitarias no son accesibles para personas con discapacidad. En el tema de “Iluminación y ventilación”, el sistema eléctrico no se encuentra en buenas condiciones, ni se cuenta con un generador alterno de energía.

Cambiando de perspectiva, en la dimensión relativa a servicios, el semáforo resultante es el color rojo, debido a que el porcentaje de cumplimiento de los requisitos es 14.27%. Los aspectos negativos que generan esta situación se describen a continuación.

Por lo que se refiere al tema de “suministro de agua”, el mercado no dispone de instalaciones para el almacenamiento y tratamiento del agua. Siguiendo esta misma línea,

en las áreas de alimentos, el lugar no cuenta un espacio de almacenamiento provisional de residuos sólidos. Los recipientes no están en buen estado, ni están ubicados en lugares adecuados.

La dimensión relativa a equipos y utensilios de igual manera se encuentra en semáforo rojo, el porcentaje resultante es 69.93%. Los administradores han descrito que dichos equipos se encuentran en mal estado, varios de estos no son fáciles de limpiar, y además no se lavan y desinfectan todos los días. Hay que destacar que, aunque esta dimensión incluye muy pocos aspectos, no se han cumplido acorde a lo que consta en la norma de mercados saludables.

En cuanto a la dimensión de adquisición, comercialización, transporte, recepción y almacenamiento de alimentos, el porcentaje alcanzado es de 62,10%, es decir se encuentra en rojo. Los aspectos en los que el mercado ha incumplido son los siguientes.

Los vehículos que transportan los alimentos al mercado se encuentran regularmente limpios y no cuentan con condiciones de refrigeración idóneas. El área donde se descarga los productos no es fácil para limpiar ni tampoco protege a los alimentos de alteraciones y efectos de cambio de temperaturas. Igualmente, no existe un almacenamiento adecuado de dichos productos. Dichos alimentos no se almacenan por separado de acuerdo al origen animal y vegetal generando la contaminación cruzada.

En lo que respecta a la dimensión relativa a los puestos de comercialización, el porcentaje de cumplimiento es de 50.85%, igualmente se encuentra en rojo. En este punto hay que mencionar que este aspecto ha sido un problema que detectado por los consumidores que a diario acuden allí. Los puestos de comida, así como de verduras y frutas en su mayoría no se encuentran ordenados y limpios. Los alimentos perecederos no están exhibidos en vitrinas frigoríficas y no son colocados en recipientes individuales.

También, no se sigue con el adecuado proceso de limpieza y desinfección al finalizar el día, lo que ocasiona que muchas bacterias y microorganismos queden en el lugar de trabajo.

A su vez, la dimensión relativa a la preparación de alimentos se encuentra en rojo, el porcentaje de cumplimiento es de 60.97%. Este resultado se debe a que los alimentos no son lavados adecuadamente antes de su preparación y manipulación. Además, los alimentos preparados no se encuentran protegidos en vitrinas o cubiertos con materiales acordes a los requerimientos de los productos, hay que mencionar que las porciones de comida sobrante, en varias ocasiones, se guardan y se venden al día siguiente. Un dato importante es que las personas que tratan los alimentos tocan dinero, pero no se lavan y desinfectan las manos, posterior a esta actividad.

Simultáneamente, la dimensión relativa a la higiene del manipulador de alimentos preparados y comerciante, se encuentra en rojo, con un porcentaje de cumplimiento de 69.39%. Sin embargo, en la ficha de evaluación, la mayoría de los criterios indican que se han cumplido parcialmente, acercándose al semáforo amarillo. Lo que impide que el mercado cumpla con los requerimientos es que los manipuladores de alimentos preparados y comerciantes no se lavan y desinfectan las manos adecuadamente, ni siguen medidas de bioseguridad.

Algo semejante ocurre con la dimensión relativa a la limpieza y desinfección, el semáforo rojo indica que el porcentaje de cumplimiento es de 61.63%. En el tema de “limpieza y desinfección de las instalaciones”, los productos químicos se encuentran a la intemperie, incluso a lado de los alimentos, es decir, no existe un espacio claramente definido para su almacenamiento. Además, es responsabilidad del GAD del cantón contar

con un programa de limpieza, especialmente en las áreas donde se expende alimentos ya sea preparados o sin preparar, sin embargo, un plan como tal no existe.

En contraste con lo anterior, la dimensión que respecta al control de plagas y roedores, se encuentra en rojo, con un porcentaje de evaluación del 44.34%. Las causas son que no se usan plaguicidas, el personal responsable está capacitado en la forma de utilización de estos productos.

Por otro lado, la dimensión relativa a la capacitación, ha cumplido los requisitos de la norma en un 40.41%, marcando así el semáforo en rojo, esto se debe principalmente porque el personal del mercado no recibe capacitaciones referentes a “mercado saludable y productivo con un enfoque de inocuidad de alimentos”. De manera análoga, la dimensión de control y aseguramiento de la inocuidad ha tenido un resultado de cumplimiento de 0%, es decir, el mercado Amazonas no cumple con ningún requerimiento exigido por el PMS.

Finalmente, la dimensión relativa a promoción de la salud, se ha ejecutado en un 45.16%, el semáforo resultante es rojo. En primera instancia el mercado no cuenta con un programa que promueva la nutrición y alimentación saludable. En el mercado no existen espacios para la práctica de actividad física (bailoterapia, fútbol, ecuavoley, etc.). De igual modo las inhalaciones de dicho mercado no han sido declaradas como espacios libres de humo de tabaco.

Todo lo mencionado hasta aquí significa que el mercado Amazonas tiene muchos aspectos en los que debe mejorar y trabajar, que no exista ninguna dimensión en semáforo amarillo y verde es preocupante, pues indica que es un lugar en el que se puede contraer una enfermedad fácilmente porque no es un espacio seguro al momento de adquirir los

diferentes productos para el consumo diario, dicho en otras palabras, no es garantizado como un mercado saludable.

**Tabla 11**

*Porcentaje de cumplimiento del PMS del mercado Mayorista*

<b>Dimensión</b>	<b>Tema</b>	<b>Semaforización</b>	<b>Semaforización Dimensión</b>
<b>Infraestructura</b>	Localización, diseño y construcción	53,57%	78,70%
	Áreas y estructuras internas	88,74%	
	Iluminación y Ventilación	83,33%	
	Iluminaciones sanitarias	89,15%	
<b>Servicios</b>	Suministro de Agua	25,00%	34,17%
	Desechos Líquidos y drenaje	0,00%	
	Residuos Sólidos	76,96%	
<b>Equipos y utensilios</b>	Equipos y utensilios	91,83%	91,83%
<b>Adquisición, comercialización, Transporte, recepción y almacenamiento de alimentos</b>	Adquisición y comercialización	96,98%	93,20%
	Transporte, recepción y almacenamiento	89,41%	
<b>Puesto de comercialización</b>	Requisitos relativos al puesto de comercialización	57,19%	57,19%
<b>Preparación de alimentos</b>	Preparación preliminar	86,29%	72,01%
	Preparación de alimentos	70,71%	
	Protección y servicio de alimentos	59,03%	
<b>Higiene del manipulador de alimentos preparados y comerciante</b>	Higiene de los comerciantes y manipuladores de alimentos preparados	68,29%	68,29%
<b>Limpieza y desinfección</b>	Limpieza y desinfección de las instalaciones	100%	100%

<b>Control de plagas y roedores</b>	Control de plagas y roedores	71,23%	71,23%
<b>Capacitación</b>	Capacitación	91,67%	91,67%
<b>Control y aseguramiento de la Inocuidad</b>	Control y aseguramiento de la Inocuidad	33,42%	33,42%
<b>Promoción de la salud</b>	Promoción de la salud	39,31%	39,31%

*Elaborado por: Santiago Ramos*

En la tabla 11, se exponen los resultados obtenidos luego de evaluar al mercado Mayorista, los cuales muestran que 4 dimensiones de evaluación están en semáforo verde, 3 en amarillo y 5 en rojo.

La primera dimensión que se refiere a la infraestructura tiene un porcentaje de 78.70%, por lo cual las actividades ejecutadas en este ámbito cumplen parcialmente con los requerimientos de la Norma, por lo cual ese encuentra en semáforo amarillo. En primer lugar, el tema de “localización, diseño y construcción” presenta problemas principalmente con el factor de la contaminación, pues este mercado no está alejado de fuentes de contaminación, esto significa que animales, microorganismos y polvo que dañan a los productos pueden ingresar fácilmente al lugar de venta, sumado a esto, no existe un sistema de drenaje adecuado para aguas residuales.

En segundo lugar, el tema de “áreas y estructuras internas” no presenta muchas deficiencias, el aspecto en el que existen inconvenientes es en los pisos, debido a que estos no son de material antideslizante y liso, además, los drenajes no tienen sello hidráulico, ni cuentan con trampas para rasas y sólidos. Por su parte, las superficies de las puertas no son lisas ni absorbentes, lo que dificultan su limpieza. Mientras tanto en el tema de “iluminación y ventilación”, el mercado carece de un generador alterno de energía. Con lo que respecta a las “iluminaciones sanitarias”, el problema que prevalece



es que los servicios higiénicos no son accesibles para las personas con discapacidad según la norma INEN 2293.

Con lo que respecta a la dimensión referente a los servicios, esta se encuentra en semáforo rojo, el porcentaje obtenido es de 33.97%. En el ámbito de “suministro de agua” el mercado no dispone de una infraestructura para el almacenamiento y tratamiento del agua, así como un sistema de descargas líquidas. En el tema de “residuos sólidos”, el área de almacenamiento no tiene una cubierta (techo) ni un el piso es impermeable, a parte los recipientes para los desechos no siempre tienen fundas plásticas. Aunque son pocos los aspectos en los que se incumple en esta dimensión, resulta contradictorio el color del semáforo, sin embargo, dichos aspectos son los más importantes dentro del área de servicios.

En relación con la dimensión relativa a “equipos y utensilios” el porcentaje de cumplimiento es de 91.83%, por lo cual el semáforo se encuentra en color verde. La causa para que no llegue al 100% es dos requisitos no se cumplen. Entre ellos están que los utensilios no se almacenan o guardaran secos y protegidos. Sin embargo, hay que recalcar que a diferencia del mercado Amazonas, las condiciones de limpieza en esta dimensión son mejores.

Igualmente, en la dimensión de relativa a la adquisición, comercialización, transporte, recepción y almacenamiento de alimentos, el color del semáforo es verde, debido a que el porcentaje de ejecución es de 93.20%. El principal problema que se presenta en este ámbito es que los vehículos que transportan los alimentos no cumplen con las condiciones de refrigeración según el tipo de alimento, siendo este un inconveniente para que la dimensión no alcance el 100% de cumplimiento de los requisitos que exige la norma.

Ahora bien, en lo relativo a los puestos de comercialización, el porcentaje de ejecución es de 57.19%, es decir el semáforo se encuentra en semáforo rojo. Los requisitos en los que incumple el mercado se describen a continuación. Las estanterías no son de material anticorrosivo o plástico, por lo cual no permiten la limpieza y desinfección. Es necesario mencionar que además que los implementos de limpieza no se limpian y desinfectan frecuentemente.

En cuanto a la dimensión relativa a preparación de alimentos el porcentaje de cumplimiento es de 72.01%, es así que el semáforo se encuentra en color amarillo. Los problemas existentes se encuentran en las tres fases que abarca dicha dimensión. En la preparación preliminar, no se desinfecta y lava correctamente las hortalizas y verduras que se consumen crudas. En cuanto a la protección y servicio de alimentos, las comidas preparadas no se encuentran debidamente protegidos ante el peligro de cualquier contaminante como polvo o plagas.

En cuanto a los requisitos relativos a higiene del manipulador de alimentos preparados y comerciante, el color del semáforo resultante es el rojo, el porcentaje de cumplimiento es de 68.9%, acercándose al color amarillo. Sin embargo, los problemas que se presentan son los siguientes.

Por lo que se refiere al aseo de las manos, los vendedores y comerciantes no se lavan las manos luego de toser, de manipular envases desechos, basura, ni antes ni después de sus actividades laborales. También, las personas encargadas de los alimentos preparados usan maquillaje, tiene uñas largas y con esmalte, usan joyas, entre otras características, pese a que a la norma exige que esto no debe suceder para ser garantizado mercado saludable.

Lo que sucede en la dimensión relativa a la limpieza y desinfección es muy satisfactorio para el mercado Mayorista. El cumplimiento es del 100%, lo que le acredita el color verde del semáforo. Dicho brevemente, el mercado en esta área ha cumplido con todos los requerimientos exigidos por el Programa de Mercados Saludables.

Mientras tanto la dimensión de referente a control de plagas y roedores, ha cumplido los requisitos en un 71.23%, es decir, el semáforo está en amarillo. Tomando en cuenta que los requisitos en este ámbito son pocos, el incumplimiento de uno puede generar porcentajes bajos de ejecución.

Por otro lado, en lo referente a la capacitación, el semáforo se encuentra en color verde, el porcentaje de cumplimiento es de 91.67%, esto ocurre debido a que el mercado Mayorista no cuenta con programas o planes que capaciten al personal en el tema de “mercado saludable y productivo con un enfoque de inocuidad de alimentos”. Hay que mencionar que en otros temas como “buenas prácticas de higiene” los comerciantes y vendedores si han recibido charlas que les motive a llevar una adecuada limpieza en su zona de trabajo.

En el caso de la dimensión relativa al control y aseguramiento de la inocuidad, el porcentaje de cumplimiento es de 33.42%, por lo tanto, el semáforo en rojo. En este caso los requisitos no se han ejecutado en su mayoría. En primera instancia el mercado no ha planificado, ni ha elaborado un programa de control de la calidad y limpieza de los alimentos, esto significa que no existe personas que realicen inspecciones frecuentes para vigilar que los alimentos estén frescos y sean procesados adecuadamente, además, carecen de documentos técnicos como manuales, instructivos, registros que indiquen procedimientos a seguir por parte de los vendedores en tema de seguridad alimenticia.

Como último punto, la dimensión que se refiere a promoción de la salud, ha obtenido un porcentaje de 39.31%, es decir, el semáforo en rojo. Los aspectos negativos en esta área es que las capacitaciones relativas a derechos humanos y violencia de género no se han realizan dos veces al año, como indica el manual. También, la administración del mercado no ha llevado a cabo actividades de sensibilización en relación a temas de nutrición y alimentación saludable. Por otra parte, pero semejante al mercado Amazonas, en la plaza del Mayorista no existen espacios para realizar deportes y la contaminación a causa del humo del tabaco, aún persiste.

En definitiva, el mercado Mayorista, cumple en mayor nivel con ser un mercado saludable, como se afirmó en párrafos anteriores, existen 4 dimensiones en semáforo verde y uno de ellos cumple al 100% con los requerimientos. No obstante, hay muchos aspectos en los que debe mejorar principalmente en lo relativo a inocuidad alimenticia para prevenir enfermedades en los consumidores y clientes que acuden allí. Finalmente es importante mencionar que las dimensiones que están en amarillo, se aproximan bastante a cumplir con el porcentaje que indica la guía metódica para pasar a semáforo verde.

### ***Implicaciones Sociales y económicas***

Las correlaciones fueron estimadas con datos obtenidos mediante la encuesta aplicada a los consumidores de los mercados Amazonas y Mayorista del Cantón Ibarra, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 12***Correlación de Pearson. Mercado Amazonas*

Variable dependiente	Enfermedades de transmisión alimenticia (ETA)	
	Correlación de Pearson	Significancia
Frecuencia de compra	0.089	0.232
Gasto	0.118	0.113
Motivo de compra	0,208	0.005***
Plagas	0.083	0.265
Limpieza	-0.003	0.965
Ingreso	0.139	0.061*
Servicios higiénicos	-0.080	0.285
Consumo de comidas preparadas	-0.043	0.562

*Elaborado por: Santiago Ramos*

Los resultados de la correlación de las variables expuestas en la tabla 12, indican que las únicas variables que tienen incidencia o que se relacionan con las ETA, son el motivo de compra y el ingreso de los consumidores.

La variable motivo de compra tiene un valor de correlación bajo y positivo de 0.208, pero la significancia (0.005) es menor al nivel del 1%, por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa que indica hay correlación entre la variable dependiente y explicativa. La explicación surge a partir de que los consumidores en sus elecciones de compra deciden la cantidad y el precio antes que la calidad. Esta preferencia repercute en su salud de manera negativa, pues un alimento preparado o sin preparar que no tenga el adecuado proceso de transporte manipulación y comercialización está expuesto a que bacterias contaminen el producto, afectando a su calidad nutritiva.

La variable ingresos tiene un coeficiente de correlación muy bajo de 0.139, pero se acepta la hipótesis alternativa, es decir existe relación con las ETA, porque la

significancia (0.061) es menor al 10%. La teoría que explica esta asociación, es que las personas de menos ingresos son más propensas a sufrir enfermedades de transmisión alimenticia, (cabe recalcar que no siempre se cumple esta hipótesis). Es de conocimiento general que las comidas preparadas o sin preparar resultan económicas en las ferias libres o en los mercados, por lo tanto, al existir un ingreso monetario limitado en cierto periodo de tiempo, se opta por comprar allí, y al estar muchas veces estos alimentos a la intemperie son vulnerables a que se contaminen de bacterias, lo que conlleva directamente a una afectación en la salud.

Las variables frecuencia de compra, gasto, limpieza, ingreso, servicios higiénicos y consumo de comidas preparadas, tienen un coeficiente de correlación en general muy bajo de 0.089, 0.118, 0.083, 0.003, -0.080 y -0.043 respectivamente. Al mismo tiempo, no son significativas a ningún nivel, lo que quiere decir que no influyen en las ETA, por lo tanto, no están asociadas a la probabilidad que tienen las personas de sufrir una enfermedad por el consumo de alimentos preparados o sin preparar en el mercado Amazonas. En contraste con los resultados obtenidos en las fichas de evaluación de la norma de Programa de Mercados Saludables, los resultados son contradictorios, pues en la mayoría el mercado no cumple con los requisitos para ser saludable.

**Tabla 13**

*Correlación de Pearson. Mercado Mayorista*

Variable dependiente	Enfermedades de transmisión alimenticia	
	Correlación de Pearson	Significancia
Frecuencia de compra	0.063	0.345
Gasto	0.045	0.946
Motivo de compra	0.169	0.010**
Plagas	0.192	0.004**
Limpieza	-0.114	0.085*

Ingreso	0.044	0.511
Servicios higiénicos	-0.069	0.296
Consumo de comidas preparadas	-0,084	0.207

*Elaborado por: Santiago Ramos*

\*\*\* La correlación es significativa al nivel 1%

\*\*La correlación es significativa al 5%

\* La correlación es significativa al 10%

Los resultados mostrados en la tabla 13 indican que las variables que tiene relación con la variable ETA son el motivo de compra, las plagas y la limpieza.

En el caso de la variable motivo de compra, sucede algo muy importante, aunque su coeficiente de correlación de Pearson (0.169) con la variable ETA es bajo, su significancia es menor al 5% por lo cual indica que si está asociada la variable dependiente. Al igual que el mercado Amazonas los consumidores eligen la cantidad antes que la calidad y el precio, es necesario recalcar que en el Mercado Mayorista los productos se venden en mayor volumen, por lo cual las posibilidades de sufrir una enfermedad, también es más alta.

La variable plagas tiene una relación muy baja con las ETA, sin embargo, el valor de su significancia indica que si influye sobre las enfermedades. Otros autores como Espitia (2021), afirma que “la presencia de roedores, insectos, cucarachas y otras plagas son un riesgo de inocuidad alimentaria, pues pueden contaminar al estar en contacto con los comestibles que se manipulan, elaboran, sirven, transportan y almacenan” (párr. 2).

Con respecto a la variable limpieza, los resultados de la correlación indican que existe una relación inversa baja debido a la presencia del signo negativo (-0.114), esto quiere decir que a mayor limpieza el nivel o la probabilidad de contraer una enfermedad baja, esto se puede contrastar con lo que mencionan Moreno & Alarcón (2010) “el principal factor que interviene en el origen y prevención de las enfermedades transmitidas por los alimentos es la higiene alimentaria. Dichas enfermedades son causadas por la

ingestión de alimentos o agua contaminados con micro-organismos patógenos ocasionando una infección o por la ingestión de alimentos contaminados con toxinas” (pág.749).

En el caso de este mercado las variables que no han resultado correlacionadas son la frecuencia de compra, el gasto, el ingreso, los servicios higiénicos y el consumo de comidas preparadas, es decir que el valor de correlación es bajo y además por su nivel de significancia se acepta la hipótesis nula que indica que “no hay asociación entre las variables”.

### ***Discusión de Resultados***

Como se había mencionado anteriormente, los resultados de la semaforización respecto al mercado Amazonas, mostraron que las 12 dimensiones de evaluación se encuentran en semáforo rojo, pero para el mercado Mayorista 4 dimensiones están en semáforo verde, 3 en amarillo y 5 en rojo. Ahora bien, acotando con el estudio realizado por Changoluisa (2017) de acuerdo a la NORMA INEN DE MERCADOS SALUDABLES 2687:2013 en el mercado de Pujilí, los resultados encontrados no fueron favorables, la autora menciona que la investigación permitió conocer que los manipuladores de alimentos no poseen una buena cultura de adecuadas prácticas de manufactura. De igual manera la mayoría de las dimensiones con sus atributos respectivos, no llegaban a satisfacer las necesidades de los clientes, de los cuales, las instalaciones visualmente atractivas, apariencia del personal, elementos tangibles atractivos, cumplimiento de promesas, conclusión en el plazo prometido, ausencia de errores, poseen los niveles más bajos de no satisfacer lo que el cliente desea, lo que significa que son puntos en los cuales toca mejorar para obtener una buena calidad en los servicios.



Por otra parte, en este estudio se ha evidenciado que los determinantes que pueden generar enfermedades de transmisión alimenticia son las preferencias de los consumidores (cantidad en lugar de calidad), el nivel de ingresos de la familia, la percepción de limpieza y las plagas que pueden existir en un mercado, lo que implica que los clientes se vean afectados en su salud, generando así desconfianza por los productos alimenticios preparados o sin preparar que se expenden allí, lo cual deriva a la disminución de las ventas. Como menciona Vergara (2017) “a través de la correcta aplicación de los procesos de manipulación, limpieza, desinfección, control de plagas, recolección de residuos y conservación surgirán estrategias para la obtención de mejores ganancias en las ventas que se efectúen durante el día (pág. 52).

En relación y contraste con lo que otros autores han investigado sobre las implicaciones sociales y económicas de un mercado saludable se puede mencionar a Zúñiga & Caro (2017), pues afirman que el problema de las enfermedades transmitidas por los alimentos no se limita al daño físico que causan, si bien en algunas ocasiones puede ser fatal, sino también al efecto socioeconómico negativo que conlleva implícitamente, por ejemplo, una persona puede enfermar y además representa un riesgo como causa de contaminación, presenta una disminución en el rendimiento de sus actividades laborales, causa inasistencia al trabajo o escuela, e incurre en gastos médicos, ya sea por el servicio público o privado al que tenga acceso.

En los países en vías de desarrollo es frecuente la incidencia de diversas enfermedades causadas por la ingesta de alimentos que no reúnen la calidad e inocuidad apropiadas, esta situación prevalece desde la colecta del alimento hasta el consumo del producto, ya que está sujeto a una serie de exposiciones y operaciones que sin control adecuado pueden convertir el alimento en un elemento nocivo y de riesgo para la salud.

Estudios hechos por Zúñiga & Caro (2017) indican que “los cambios en los hábitos alimentarios de la sociedad, como el consumo de alimentos envasados, comidas fuera del hogar, expendio de comidas preparadas y comidas rápidas, son factores que contribuyeron al incremento de las Enfermedades de Transmisión Alimenticia” (pág. 96). A esta afirmación, la Organización Mundial de la Salud (2020) añade que cada año se enferman en el mundo unos 600 millones de personas, por ingerir alimentos contaminados, es decir, 1 de cada 10 habitantes.

Lo mencionado anteriormente implica que todos los años se pierdan US\$ 110 000 millones en productividad y gastos médicos a causa de los alimentos insalubres en los países de ingresos bajos y medianos. Dicho de otra manera, las ETA, dificultan el desarrollo económico y social, afectan negativamente a las económicas nacionales, al turismo y al comercio, debido a la presión que ejerce en los sistemas de atención a la salud (hospitales). Además, los alimentos insalubres generan un círculo vicioso de enfermedad, que afecta especialmente a los lactantes, la niñez, adultos/as mayores y enfermos. (Organización Mundial de la Salud, 2020).

Por todo lo expuesto hasta aquí es claro que las implicaciones de las y por ende los mercados no saludables es el costo de enfermedad que engloba los gastos médicos, atención médica, hospitalizaciones, medicamentos y el costo económico de las pérdidas de productividad causadas por los ingresos no devengados asociados con la incapacidad laboral causada por la enfermedad o, en su caso, por la muerte del paciente.

Ahora bien, al hacer un análisis íntegro tanto de la semaforización de las dimensiones, como de las correlaciones del mercado Amazonas, se concluye que algunas variables de la oferta y demanda si se relacionan con las fichas de evaluación, pero otras no son parte de las mismas. Tal es el caso de las variables, gasto, frecuencia de compra, motivo de compra e ingresos, que no están incluidas en ningún tema, subtema o

dimensión del PMS. No se podría afirmar lo mismo de las variables restantes de la correlación, ya que estas infieren en los resultados de la semaforización. Sin embargo, las variables que se refieren a plagas, limpieza, servicios higiénicos y consumo de comidas preparadas, permiten afirmar que el mercado no cumple totalmente con los requerimientos para ser saludables. Además, las respuestas de los demandantes (consumidores) permiten corroborar los datos que ya se obtuvo por el lado de la oferta, dado que el porcentaje en todas las preguntas de evaluación, sobrepasa el 50% (ver anexo 6), con tendencia a un resultado negativo. A manera de ejemplo en la dimensión que se refiere a limpieza, el 53,70% de la muestra, indican que la percepción de limpieza en los puestos de comercialización es regular, por lo cual, el semáforo en rojo de esta dimensión permite confirmar los resultados obtenidos para este mercado.

En el mercado Mayorista la situación es distinta, pues en la semaforización la variable plagas contribuye a que la dimensión relativa a control de plagas y roedores se encuentre en amarillo, pues en este caso tanto del lado de la oferta y la demanda han coincidido en que los requisitos en dicho mercado se cumplen parcialmente. En el caso de la variable limpieza, existe discrepancia. Por un parte, a través de la ficha de evaluación, la dimensión ha resultado en color verde, incluso cumple con los requisitos al 100%, no obstante, en los resultados de las correlaciones, esta representa una posible causal para que los consumidores presenten enfermedades de transmisión alimenticia. En este caso, este escenario se debe a que se evaluado la percepción de limpieza de los clientes.

Puesto que, hasta aquí se ha tomado en cuenta solo aquellas variables que resultaron significativas en la correlación, es necesario mencionar que el motivo de compra (en el mercado Mayorista) tampoco influye o se relaciona con el resultado de las dimensiones valoradas.

### **Propuesta de medidas de mejora para el mercado Amazonas y Mayorista**

Dentro del marco de medidas de mejora se propone dos estrategias o ejes macro de planificación que son:

1. Sistema de Gestión de manejo de mercados saludables tomando como base la Norma NTE INEN 2687:2013, en el cual se hace referencia a la infraestructura y la inocuidad alimenticia y ambiente operativo.
2. Establecer políticas y lineamientos de manejo de mercados saludables, para que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra- GADMI a través de ordenanzas o resoluciones puedan dar cumplimiento o acogerse a la normativa del PMS. Dichas políticas deben estar orientadas a dar solución al problema de desechos, plagas y transporte y conservación de alimentos.

Las estrategias mencionadas anteriormente abarcan los problemas detectados que se detallan a continuación, adjunto al planteamiento de la medida de mejora.

#### **Tabla 14**

*Medidas de mejora para el mercado Amazonas y Mayorista*

<b>Problema detectado</b>	<b>Medida de mejora</b>
<b>Infraestructura inadecuada</b>	<p>El gobierno local municipal o provincial debe asignar un proyecto dirigido a remodelar la infraestructura básica de ambos mercados para mejorar el saneamiento e inocuidad alimenticia, como son instalaciones de servicios higiénicos, lavamanos, sistemas de agua potable, drenaje, paredes, ventanas y pisos, así como la adecuada señalización y espacio para los puestos de comercialización.</p> <p>Realizar una reubicación de los puestos de comercialización de carnes, que se encuentran en la calle Eugenio Espejo, debido a que están expuestos al sol, a la lluvia y el viento.</p>

<p><b>Inadecuada manipulación y conservación de alimentos</b></p>	<p>Proteger los alimentos preparados o sin preparar de fuentes de contaminación como plagas, (roedores, mosquitos), microbios, bacterias, contaminantes químicos o físicos, así como de otras sustancias dañinas durante la manipulación, preparación, almacenamiento y el transporte.</p> <p>El personal encargado de la preparación de alimentos debe lavarse siempre las manos, antes y después de empezar sus actividades laborales, además deben evitar toser o estornudar sobre los productos.</p> <p>El personal encargado de la preparación de alimentos no debe fumar, ni limpiarse la nariz cuando se está manipulando comida, ni cuando se tiene heridas y llagas descubiertas.</p> <p>Mantener a los alimentos fuera del contacto con herramientas o utensilios sucios, de polvo, de basura y del humo de vehículos.</p>
<p><b>Falta de capacitaciones relativas a la inocuidad alimenticia</b></p>	<p>Se debe realizar capacitaciones para las personas que manipulan los alimentos en ambos mercados, por lo menos dos veces al año, en temas de higiene personal, higiene alimenticia, estilos de vida saludable (por ejemplo, consumo de tabaco, nutrición).</p> <p>Se debe desarrollar estrategias educativas y campañas informativos para las comerciante, con el objetivo de incentivar buenas prácticas saludables, entre ellas el correcto reciclado de basura y limpieza en el área de trabajo.</p>
<p><b>Mal manejo de los desechos</b></p>	<p>Evitar la acumulación de desechos orgánicos e inorgánicos en las áreas donde se almacena y manipula los alimentos preparados o sin preparar, así como en las calles que están alrededor de ambos mercados. Además, se debe dar un buen uso a los contenedores de basura que se encuentran allí, por parte de los comerciantes y consumidores a través de la adecuada clasificación de los residuos.</p>
<p><b>Presencia de plagas</b></p>	<p>Los agujeros, desagües, muebles, equipos y otros espacios por los que puedan ingresar las plagas deben mantenerse cerrados herméticamente, o protegido mediante redes metálicas,</p>

	colocadas en las ventanas abiertas, las puertas y las aberturas de ventilación, Se debe aplicar el Programa de Manejo Integrado de Plagas, mismo que consta en documentos, pero no se lo ha implementado de manera satisfactoria.
<b>Transporte de alimentos</b>	Los vehículos deben ser adecuados para que no contaminen los alimentos o el envase. Los encargados de conducirlos deben desinfectar el camión antes y después de cada carga de productos. Los vehículos deben estar diseñados para que permitan una separación efectiva entre los distintos alimentos y los artículos no alimentarios, para que proporcionen una protección eficaz contra la contaminación, incluidos el polvo, bacterias y humo.
<b>Falta de un adecuado ambiente operativo</b>	Las operaciones del mercado deben ser desarrolladas y efectuadas de tal manera que se promueva la salud para evitar las enfermedades de transmisión alimenticia. El mercado y especialmente el área de alimentos deben contar con un sistema administrativo funcional, manual de buenas prácticas manufactureras y programas que incluya procesos de inspección y evaluación de los alimentos inicuos.

*Elaborado por: Santiago Ramos*

De las evidencias anteriores, en ambos mercados existen fallas en las plazas de comercialización, lo que ha generado que ciertas variables (analizadas en la correlación) afecten a la salud de los consumidores, por ende, representa una problemática social que desde el punto de vista de económico se puede mejorar desde tres pilares. 1) Planificación estratégica local, 2) Planificación o asignación de presupuesto, 3) Incentivar el desarrollo económico local.

En primera instancia a través de la planificación estratégica local, la administración y ejecución de proyectos de mercados saludables debe estar reflejado en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT). Si bien es cierto, hasta ahora,

desde el GADMI se han planteado la realización de planes para municipios saludables y ciudades sostenibles, mas no existe un plan que priorice llegar a conseguir una certificación de mercados saludables, como lo expone la normativa legal.

De ahí que, para la consecución del análisis antes abordado, es necesario, la asignación de un presupuesto en el Plan Operativo Anual (POA), con el fin de poner en marcha o ejecución un proyecto con el objetivo de transformar los mercados, dotándolo de una infraestructura de calidad, acorde a las exigencias y parámetros técnicos actuales, articulando políticas, planes y procesos que permitan mejorar la calidad de la producción e inocuidad de alimentos y el servicio, así como fortaleciendo las capacidades de los productores y comerciantes.

Desde otro punto de vista, los mercados populares son un instrumento de desarrollo local, para lograr un apropiamiento de este concepto se requiere estructurar una organización participativa y abierta en el nivel local, que tenga un alto grado de representatividad del municipio, de la comunidad, instituciones gubernamentales y sector empresarial. Con esta afirmación, lo ideal es que los centros de abastecimiento sean lugares y espacios de encuentros frecuentes saludables, para así, pasar al siguiente nivel de desarrollo económico. Las actividades para el logro de este objetivo deben considerar a su vez dos ejes de trabajo. Por un lado, potenciar lo existente, las personas, recursos, empresas, instituciones, gobiernos municipales, entre otros y por otro, desarrollar la capacidad de gestión para la obtención de recursos externos al territorio, como financiamiento, asistencia técnica y apoyos de todo tipo.

## Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones

### Conclusiones

Los hallazgos obtenidos acerca del macroentorno en los mercados de estudio reflejan que los riesgos surgen a partir de la inadecuada planificación en el ámbito de la infraestructura, esto conlleva al limitado crecimiento económico de los comerciantes debido a que los espacios asignados para la distribución y comercialización de los productos crea una mala imagen en cuanto a salubridad, lo que influye directamente en el deseo de compra de los consumidores, pues asumen que no es un lugar limpio para adquirir alimentos preparados o sin preparar.

Al mismo tiempo, el riesgo de la presencia de plagas representa un peligro directo para la salud de las personas. Principalmente, los roedores son agentes contaminantes que transmiten, bacterias y microorganismos a los alimentos, si al momento de adquirirlos no se hace un correcto lavado puede provocar infecciones y enfermedades. De igual modo las plagas como gusanos, cucarachas, mosquitos entre otros hacen que se pierda la mercadería pues al contaminar los productos provocan que ya no se puedan vender lo que representa una pérdida económica directa para el comerciante. Sin embargo, existen casos en que se los conserva y se vende, sin medir el riesgo que representa para el consumidor.

En este contexto, es importante mencionar que la teoría del estado de bienestar fundamentada por Hicks explica que las competencias de bienestar de los diferentes niveles de gobierno deben ser delimitadas entre las que son exclusivas y las que son concurrentes (Vargas Hernández et al., 2015), con esta referencia, la adecuada planificación y ejecución de planes y proyectos evitaría que se materialicen los riesgos de los mercados antes mencionados. Se debe mencionar que los riesgos de infraestructura y



plagas son los más representativos en cuanto a peligros que pueden presentar ambos mercados.

La valoración del mercado Amazonas con enfoque de oferta a través de la norma NTE INEN 2687:2013, indican que dicho mercado no es saludable, pues las 12 fichas de evaluación se encuentran en semáforo rojo. En cambio, para el mercado Mayorista los resultados indican que 4 dimensiones de evaluación están en semáforo verde, 3 en amarillo y 5 en rojo, lo cual lo acredita como un lugar en el que existe más preocupación por la salud de los consumidores. El principal problema detectado en los dos mercados es en las dimensiones relativas a “control y aseguramiento de la inocuidad” y “servicios”, lo que significa que los requisitos que propone el PMS han sido cumplidos en un bajo porcentaje o nivel.

La Organización Mundial de la Salud (2006) afirma que “un mercado saludables es un lugar en el que los actores o participantes colaboran para proporcionar alimentación segura y nutritiva a la comunidad (pág. 9). Sin embargo, la raíz de estas problemáticas se origina desde dos puntos de vista que son, falta de presupuesto y mala planificación de las autoridades locales. Por un lado, los comerciantes han tenido que adaptarse a los puestos de comercialización que se les ha asignado, encontrándose estos en mal estado, deteriorados y sin las condiciones medioambientales necesarias para la conservación, preparación y venta de alimentos preparados o sin preparar.

En otro sentido, los administradores asignados para ambos mercados, se remiten a recaudar los impuestos que se exige por cada puesto de venta, planificar y dar respuesta a cada emergencia o necesidad que surge en el mercado, así como brindar seguridad en los alrededores del mismo, más no de realizar vigilancia y supervisión en las áreas donde se venden alimentos, para asegurar el orden y la limpieza. Además, el tema de la

delincuencia, así como el subempleo en los dos sectores ha aumentado significativamente, disminuyendo así la posibilidad de ser certificado como saludable.

Otro rasgo importante es que las 4 dimensiones que se encuentran en semáforo verde en el mercado Mayorista, son relativas a la limpieza, al transporte de alimentos y la utilización de equipos y utensilios. No obstante, como afirma Kopper et al., (2009) la situación sobre el control sanitario de los alimentos en los países en vías de desarrollo dista todavía de llegar a los niveles de control sanitario aceptables, sobre todo en el caso de los alimentos popularmente consumidos por la mayoría de la población (pp. 2). Esa afirmación significa que, aunque dicho mercado tenga dimensiones calificadas como “verde” aún está lejos de conseguir la certificación como saludable.

En consecuencia, el mercado Amazonas cumple con la normativa de mercados saludables en un 47,68%. De manera general se encuentran en semáforo rojo, es decir no cumplen con los requerimientos que se exigen para ser calificado como seguro y saludable. Por su parte el mercado Mayorista, ha cumplido en un 69,25%, aunque este porcentaje aún lo califica como semáforo rojo, está muy cerca o próximo a pasar al color amarillo, ya que debe corregir los problemas que tiene en áreas específicas

Por lo que respecta a la demanda se estudió también a los consumidores para conocer su percepción de limpieza en ambos mercados. Como se mencionó en el capítulo primero los determinantes de la demanda permiten conocer las preferencias de compradores.

En este contexto, en el mercado Amazonas las únicas variables que resultaron significativas y que tienen correlación con la variable dependiente (Enfermedades de Transmisión Alimenticia) son el motivo de compra y el ingreso. Por su parte el motivo de compra, ha sido categorizado con el precio la cantidad y la calidad. La razón por la

cual esta correlacionada con las enfermedades es que los consumidores prefieren la cantidad antes que la calidad de los productos o alimentos. Los clientes están en mejor situación para juzgar sus necesidades y preferencias, para ejercer sus propias opciones cuando son educados desde la niñez para tener un comportamiento racional ante el consumo, que significa tomar decisiones ante las opciones de que dispone de la manera más adecuada si perjudicar a su salud (Suárez, 2010).

En el caso de la variable ingreso, otros estudios similares también coinciden en que está relacionada o afecta a la variable dependiente. Según la Organización Mundial de la Salud el riesgo de padecer enfermedades de transmisión alimentaria es mayor en los países de ingresos bajos y medianos, y está vinculado a la preparación de alimentos con agua contaminada, la falta de higiene y condiciones inadecuadas en la producción y el almacenamiento de alimentos, el bajo nivel de alfabetismo y educación, y la insuficiencia de leyes en materia de inocuidad de los alimentos o su falta de aplicación. Es así que los consumidores del mercado Amazonas con menor capacidad adquisitiva optan por comprar productos que resultan más económicos allí, siendo muchas veces estos insalubres o mal conservados ya sea por la temperatura, por la infraestructura o por la inadecuada manipulación de los mismos. Esto se puede corroborar con lo expuesto en las fichas de evaluación de MS para dicho mercado, pues las condiciones de limpieza no son las mejores.

En lo que corresponde al mercado Mayorista las variables significativas y que están relacionadas con la dependiente son el motivo de compra, las plagas y la limpieza. La primera variable de análisis afecta a las enfermedades de transmisión alimenticia ya que los consumidores eligen la cantidad y el precio antes que calidad ya sea en alimentos preparados o sin preparar. Lo que sucede en este mercado es que, al ser mayorista, los compradores optan por llevar más cantidad a menos precio y por ende menos calidad

(aunque no siempre se cumple con esta afirmación). Es así que la calidad se la ve reflejada por el trato que se les da desde su transporte hasta su venta al consumidor final.

Por un lado las plagas, como ya se ha dicho en párrafos anteriores, agentes contaminantes para los productos que se venden allí, en este mercado especialmente los roedores son muy comunes en los locales con cubiertas y donde se vende frutas, verduras y hortalizas, al implantar algún tipo de bacteria en las mismas generan que los mismos pierdan su calidad, como consecuencia perjudica la salud de quien lo compra sino se hace una adecuada limpieza, de ahí que la percepción de limpieza para los consumidores ha sido calificada como regular por el 52.48% de los encuestados, de ahí su relación con la variable de enfermedades de transmisión alimenticia, entre otros factores están la insalubridad en los puestos de comercialización, el espacio reducido en los comedores, la mala desinfección de máquinas y utensilios.

Así mismo, Kenneth Arrow se refiere a la economía de la salud como la idea del “bienestar económico” donde destaca que las necesidades de los individuos surgen de su propia naturaleza y que cuando las necesidades son satisfechas el individuo vive y se desarrolla de mejor manera, al aumentar su estado del bienestar, es por ello que las decisiones de compra deben estar orientadas a cubrir la necesidad de salud.

Para finalizar, la falta de implementación de un programa de mercados saludables ha generado efectos negativos en los consumidores de ambos mercados, principalmente en su salud. La inocuidad de alimentos preparados y sin preparar conlleva a que las personas corran el riesgo de contraer una enfermedad, pero trae consigo muchas consecuencias sociales como son bajo rendimiento en actividades laborales o académicas, por ende, disminución de la productividad. Además, representa un gasto imprevisto para la persona que se vea afectada, pues debe invertir una determinada cantidad monetaria en consultas y medicamentos, reduciendo así el ingreso de su familia.

### **Recomendaciones**

- Para evitar que los riesgos descritos en este estudio (para ambos mercados) se materialicen el GADMI a través de un Sistema de Gestión o Administración debe asumir la responsabilidad de la prestación de servicios tales como la educación o la sanidad y ofrecerlos de forma no discriminatoria y sin costes para los ciudadanos.
- El GADMI dentro de la planificación del Plan Operativo Anual (POA) debe asignar un presupuesto para poder implementar y dar seguimiento a la Norma NTE INEN 2687:2013 de Mercados Saludables en el Cantón Ibarra.
- Elaborar un Plan de Gestión de Riesgos en ambos mercados, para evaluarlos, evitarlos, controlarlos y/o mitigarlos.
- Los mercados Amazonas y Mayorista deberían contar con un programa adecuado para asegurar la inocuidad alimenticia tanto en la manipulación y conservación.
- Realizar capacitaciones en temas de seguridad alimenticia, salubridad y correcto manejo de residuos tratando así el servicio a los consumidores ya sea cómo presentación, seguridad y confianza a los distintos productos o servicios que ofrecen cada comerciante.
- Deben reforzarse los controles y medidas de organización de la limpieza y desinfección del lugar y equipos de trabajo. Se recomienda incrementar la frecuencia de la limpieza (con productos adecuados) de los espacios comunes como pasillos, mostradores, puertas, muebles, pisos, vitrinas entre otros.
- A los consumidores, cuidar las instalaciones de los mercados, mantener buenas relaciones interpersonales con los comerciantes, para de esta manera también lograr un mercado saludable.

### Referencias bibliográficas

- Ávila, R. (2016). LA ECONOMÍA PETROLERA EN UN MUNDO POLITIZADO Y GLOBAL. México y Colombia. *Cuadernos de Economía* , 791–890. [www.ceconomia.unal.edu.co](http://www.ceconomia.unal.edu.co)
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2013). *Anexo 2. Indicadores ICES*. [https://issuu.com/alexandragarinfranz/docs/anexo\\_2\\_-\\_indicadores\\_ices](https://issuu.com/alexandragarinfranz/docs/anexo_2_-_indicadores_ices)
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). *Guía Metodológica Programa de Ciudades Emergentes y Sostenibles: Tercera edición | Publications*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Guía-Metodológica-Programa-de-Ciudades-Emergentes-y-Sostenibles-Tercera-edición.pdf>
- Banco Popular Dominicano. (2019, September 2). *Comercio: minorista vs. mayorista | Impulsa Popular | Banco Popular Dominicano : Impulsa Popular | Banco Popular Dominicano*. <https://www.impulsapopular.com/marketing/ventas/comercio-minorista-vs-mayorista/>
- Blackwell, R., Miniard, P., & Engel, J. (2002). *Comportamiento Del Consumidor*. International Thompson Editores S.A. <https://es.scribd.com/document/437411346/Blackwell-R-Miniard-P-Engel-J-Comportamiento-Del-Consumidor-Cap-8-1>
- Cante, F. (2000). EL TEOREMA DE LA IMPOSIBILIDAD DE ARROW Y LA ELECCIÓN INTERDEPENDIENTE. *Scielo-Cuadernos de Economía* , 19, 1–50. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-47722000000200004](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722000000200004)
- Changoluisa, P. (2017). *ANÁLISIS DE LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS POR PARTE DE LOS COMERCIANTES DE COMIDA PREPARADA DEL MERCADO CERRADO DE PUJILÍ* [Universidad de las Fuerzas Armadas]. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12051/1/T-ESPEL-ITH-0054.pdf>
- CONEVAL. (2010). *Guía para el diseño de Indicadores Estratégicos*. [https://www.transparenciapresupuestaria.gob.mx/work/models/PTP/Presupuesto/Seguimiento/guia\\_indicadores\\_estrategicos.pdf](https://www.transparenciapresupuestaria.gob.mx/work/models/PTP/Presupuesto/Seguimiento/guia_indicadores_estrategicos.pdf)
- Consejo Nacional de Competencias. (2014). *PROYECTO DE FORTALECIMIENTO*

*INSTITUCIONAL AL PROCESO DE DESCENTRALIZACIÓN 1. DATOS GENERALES DEL PROYECTO 1.1. Nombre del proyecto.*

[http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/12/proyecto\\_inversion\\_2014.pdf](http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/12/proyecto_inversion_2014.pdf)

Cortez, K., Lazo, R., & Rodríguez, M. (2008). *Factores que determinan la demanda y su utilidad en la toma de decisiones financieras ( Factors that determine the demand and its utility in the financial decision making ).* 5(1), 17–23.

De Jesús, J., Salcido, F., & Zamorano, D. de J. (2008). *ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL SERVICIO DE INTERNET POR CABLE EMPRESARIAL DE 1024 KBPS.*

De la Hoz, E. (2016). *COMPORTAMIENTO EPIDEMIOLOGICO DE LAS ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR ALIMENTOS (ETA) EN EL DEPARTAMENTO DE SUCRE DURANTE EL PERIODO 2012 – 2015* [Universidad Cooperativa de Colombia ].  
[https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/742/1/Especialización en epidemiología.-.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/742/1/Especialización%20en%20epidemiología.-.pdf)

VIRSAP E.P. (2019). *SELECCIÓN DEL ALIADO ESTRATÉGICO CON FINANCIAMIENTO PRIVADO.* 3–139.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). *EL MERCADO Y LA COMERCIALIZACIÓN GESTIÓN EMPRESARIAL TÁCTICA Y OPERATIVA.* 1–112.

Kopper, G., Calderón, G., Schneider, S., Domínguez, W., & Gutiérrez, G. (2009). *Enfermedades transmitidas por alimentos y su impacto socioeconómico Estudios de caso en Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.* In *Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación.*  
<http://www.fao.org/docrep/pdf/011/i0480s/i0480s.pdf>

Llanos, A., & Zambrano, C. (2020). *PLAN DE MEJORA EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL ARROZ BASADO EN LA NTE 2687:2013 PARA EL MERCADO LAS MANUELAS* [Universidad de Guayaquil ].  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/50977/1/BINGQ-ISCE-20P65.pdf>

- Mendoza, J. L. (2010). *ECONOMÍA APLICADA* (Editorial Universitaria). Callao: Universidad Nacional del Callao.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2020). *PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA MITIGACIÓN DEL RIESGO Y LA RECUPERACIÓN ANTE EMERGENCIAS EN ECUADOR (PMRRE)* (pp. 1–33). [https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/04/Evaluación-Social-ERL\\_Mar31\\_.pdf](https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/04/Evaluación-Social-ERL_Mar31_.pdf)
- Ministerio de Salud Pública. (n.d.). *Programa Nacional Municipios y Mercados Saludables – Ministerio de Salud Pública*. Retrieved August 18, 2021, from <https://www.salud.gob.ec/programa-nacional-de-municipios-saludables/>
- Organización Mundial Salud. (2006). Una guía para mercados de alimentos saludables. *Información de Catálogos y Publicaciones de La Biblioteca de La Oms*, 1–47. [file:///C:/Users/Master/Downloads/Preg 3 TF Socioant mercados-saludables.pdf](file:///C:/Users/Master/Downloads/Preg%203%20TF%20Socioant%20mercados-saludables.pdf)
- Organización Mundial de la Salud. (2006). *UNA GUÍA PARA MERCADOS DE ALIMENTOS SALUDABLES OMS*. 1–47.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2005). Enfermedades Transmitidas por Alimentos en Nicaragua . *Fao/Ops/Oms*, 32. <http://www.fao.org/3/i0480s/i0480s06.pdf>
- Organización Mundial de la Salud. (2020, April 30). *Inocuidad de los alimentos*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/food-safety>
- Quintanilla, R. H. (2013). Una aproximación a la microeconomía no neoclásica de Hicks. *Economía Informa*, 383, 77–89. [https://doi.org/10.1016/S0185-0849\(13\)71342-2](https://doi.org/10.1016/S0185-0849(13)71342-2)
- Quintanilla, R. H. (2016). *Ciencia Económica*. 8. <https://doi.org/10.22201/fe.24484962e.2016.v5n8.a2>
- Restrepo, J., & Rojas, K. (2016). La génesis de la Economía de la Salud en Kenneth Arrow (1963). *Lecturas de Economía*, 84, 209–253. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/lecturasdeeconomia/article/view/25649/2124>
- 6
- Rodríguez, H., Barreto, G., Sedrés, M., Bertot, J., Martínez, S., & Guevara, G. (2015). Las enfermedades transmitidas por alimentos, un problema sanitario que hereda e incrementa el nuevo milenio. *REDVET*, 16, 1–28.



<https://www.redalyc.org/pdf/636/63641401002.pdf>

Secretaría de Economía. (2010). *Comercialización*. <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion>

Suárez Lugo, N. (2010). La salud como resultado del consumo. *Revista Cubana de Salud Pública*, 36(4), 322–329. <https://doi.org/10.1590/s0864-34662010000400006>

Torrens, R., Argilagos, B., Cabrera, S., Valdés, B., Sáez, M., & Viera, G. (2015). *Las enfermedades transmitidas por alimentos , un problema sanitario que hereda e incrementa el nuevo milenio - The foodborne diseases , a health problem inherited and increased in the new millennium.*

Uriarte, J. (2020). *Estado de bienestar: qué es, historia, críticas y características*. <https://www.caracteristicas.co/estado-de-bienestar/>

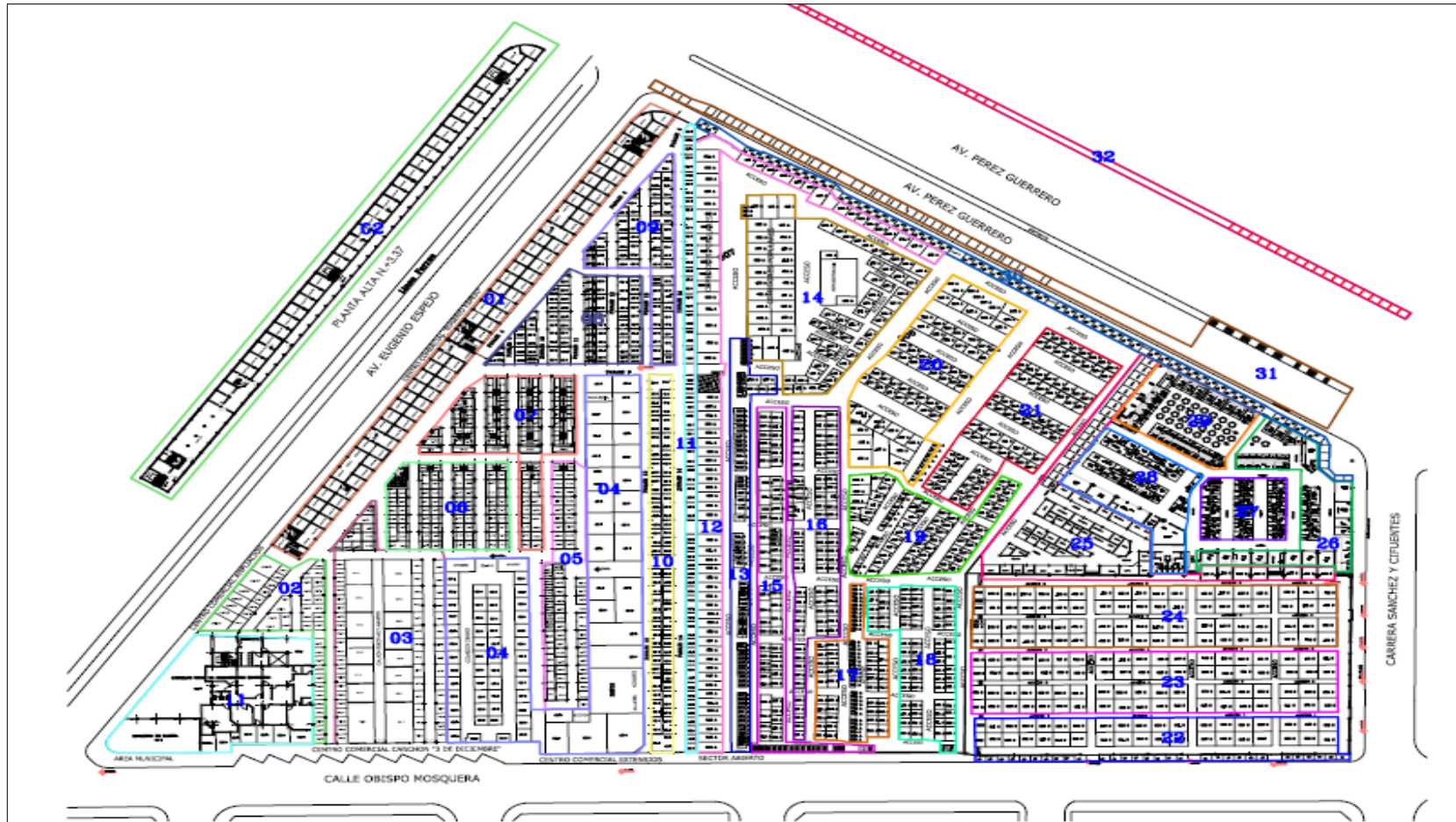
Vaca, C., Guevara, M., AVECILLA, D., & Tambini, G. (2016). *Manual para el reconocimiento y la certificación de mercados saludables I*. 1–84.

Vargas Hernández, J. G., Guerra García, E., & Valdez Zepeda, A. (2015). *La Nueva Gobernanza Instrumental Del Estado De Bienestar: Transformaciones Y Retos*.

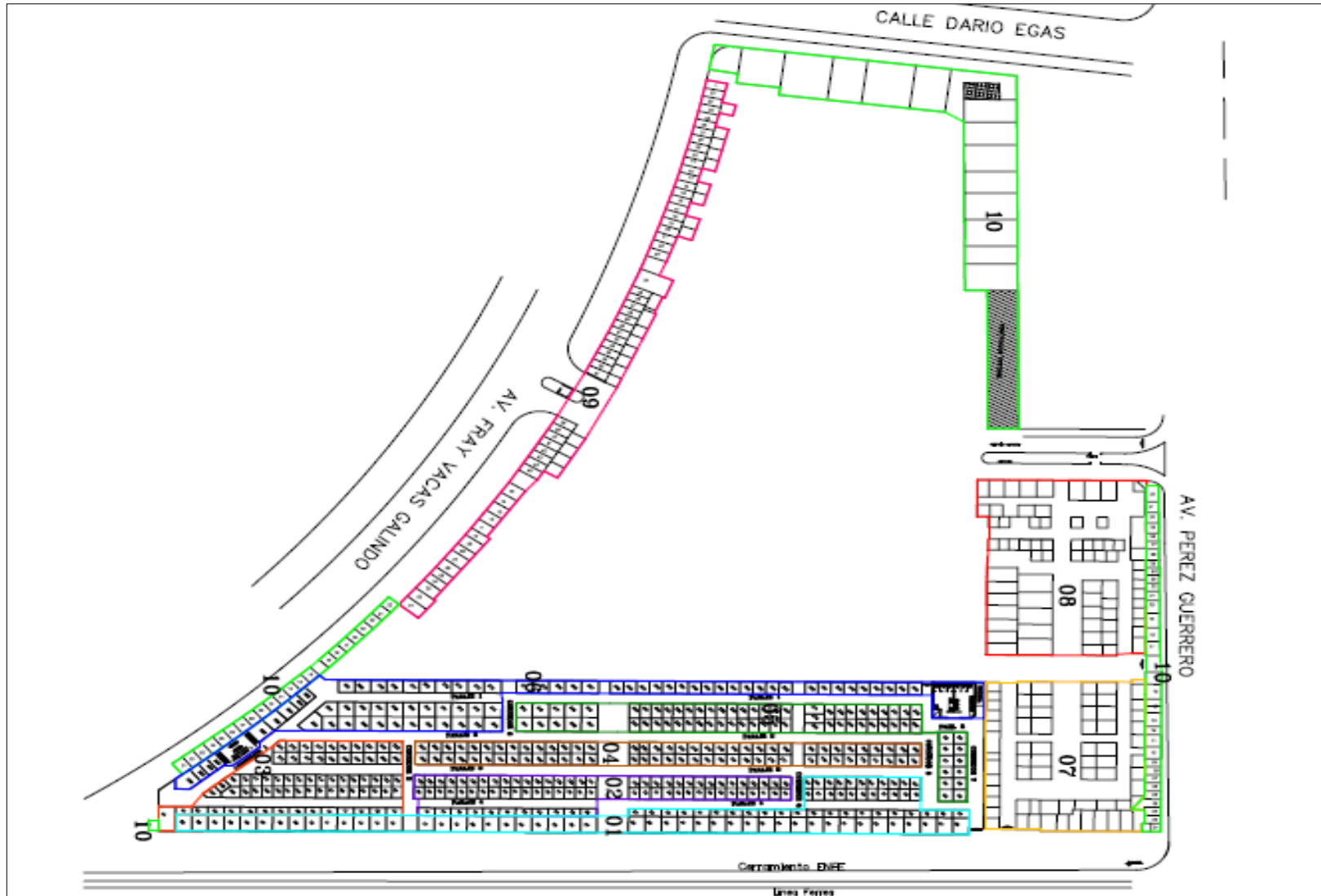
Vergara, R. (2017). “Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016.” *Universidad Cesar Vallejo*. [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30940/vergara\\_rr.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30940/vergara_rr.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

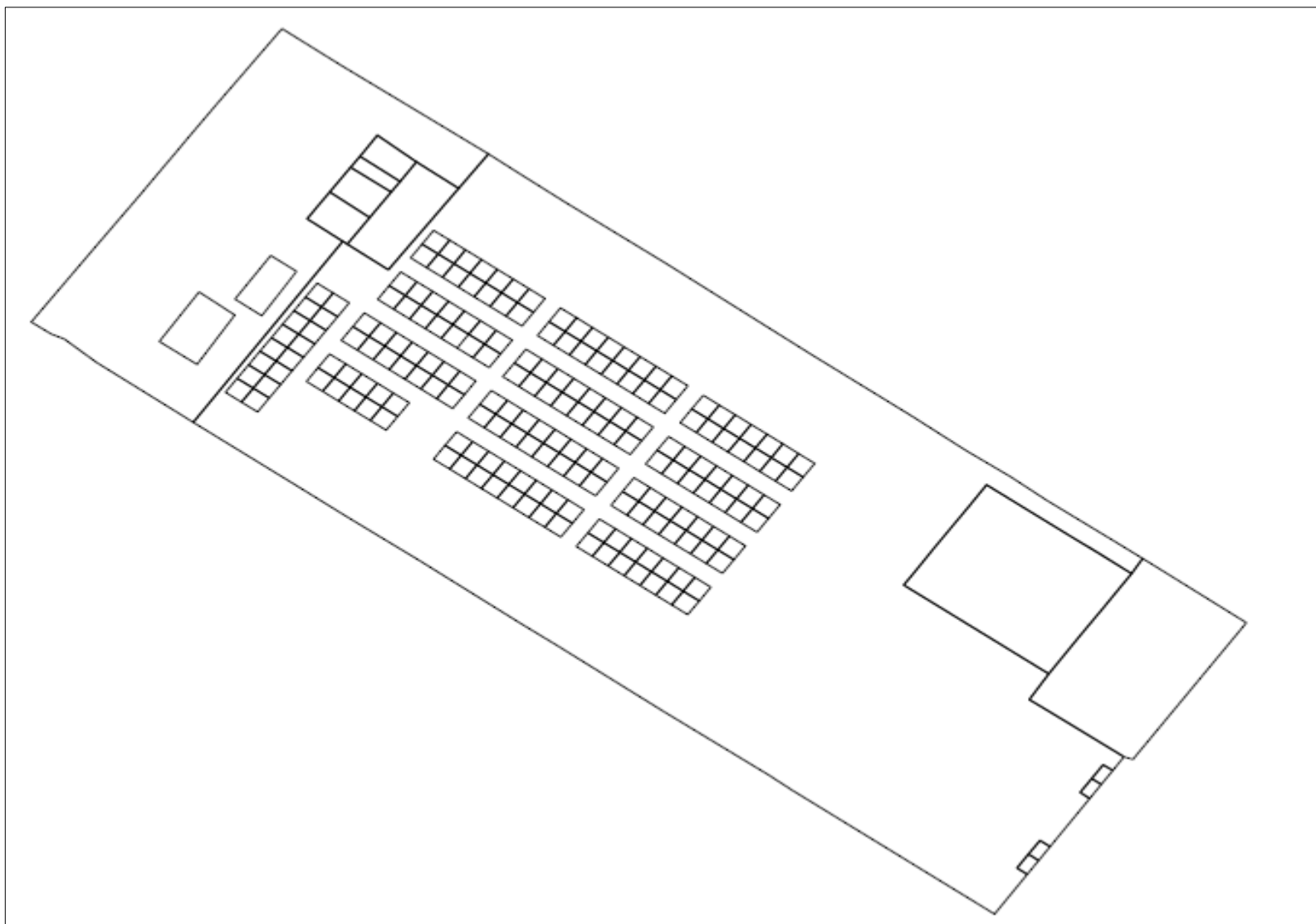
Anexo 1. Mapa catastral del Mercado Amazonas



Anexo 2. Mapa catastral del Mercado Amazonas – Extensión La Playa



Anexo 3. Mapa catastral del Mercado Mayorista



**Anexo 4.** Encuesta Mercado Amazonas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas  
Carrera de Economía

Objetivo: Recopilar información que permita identificar la satisfacción en cuanto a mercados saludables por parte de los usuarios de los mercados Amazonas y Mayorista.

ENCUESTA DIRGIDA A CLIENTES

1. ¿Qué edad tiene?  
\_\_\_\_\_
2. ¿Cuál es su nivel de instrucción académica?  
(1) Básico   
(2) Secundario   
(3) Superior
3. ¿En qué zona del cantón vive?  
(1) Urbana   
(2) Rural
4. Actividad a la que se dedica usted  
(1) Ama de casa   
(2) Estudiante   
(3) Jubilado   
(4) Ninguna Actividad   
(5) Asalariado   
(6) Trabajador por cuenta propia   
(7) Trabajador Familiar sin remuneración   
(8) Otro
5. ¿Con qué frecuencia acude a comprar al mercado al mes?  
(1) 1 o 2 veces   
(2) 3 o 4 veces   
(3) 5 veces o más
6. ¿Cuánto gasta en promedio en cada compra al mes?  
(1) \$ 20 dólares o menos   
(2) \$ 21 - \$ 30 dólares   
(3) \$ 31 - \$ 50 dólares   
(4) \$ 51 dólares o más
7. ¿En cuál de los siguientes productos gasta más en cada compra? (Seleccione máximo tres)  
(1) Verduras   
(2) Hortalizas   
(3) Abastos   
(4) Carnes (roja-blanca)   
(5) Embutidos   
(6) Frutas   
(7) Otros
8. ¿Ha consumido usted alguna vez comidas preparadas sin preparar en este mercado? (Si su respuesta es no pasar a la pregunta 11)  
(1) Si   
(2) No
9. ¿Con qué frecuencia consume comidas preparadas en este mercado al mes?  
(1) 1 o 2 veces   
(2) 3 o 4 veces   
(3) 5 veces o más
10. ¿Alguna vez el consumo de alimentos preparados o sin preparar en este mercado le ha afectado a su salud?  
(1) Si   
(2) No
11. ¿Cuándo realiza una compra su prioridad es?  
(1) Precio   
(2) Cantidad   
(3) Calidad
12. ¿Cuál es el ingreso promedio mensual de su familia?  
(1) \$200 - \$400 dólares   
(2) \$401 - \$600 dólares   
(3) \$601 - \$800 dólares   
(4) \$801 o más dólares
13. En tema de seguridad ¿cree Ud. que el mercado es?  
(1) Seguro   
(2) Inseguro
14. ¿Considera usted que la administración del mercado garantiza la seguridad de sus clientes?  
(1) Si   
(2) No
15. ¿Ha podido evidenciar equipos de seguridad como: cámaras de vigilancia, alarmas, etc.?  
(1) Si   
(2) No
16. ¿Cree Ud. que los espacios de los pasillos para recorrer los puestos de los mercados son adecuados?  
(1) Si   
(2) No
17. ¿Le ha afectado la aglomeración de personas que hay en el mercado al momento de hacer sus compras?  
(1) Nada   
(2) Un poco   
(3) Algo   
(4) Mucho   
(5) Bastante
18. ¿Ha evidenciado si en el mercado cuenta con rutas de evacuación, salidas de emergencia, etc.?  
(1) Si   
(2) No
19. ¿Cree Ud. que el mercado cuenta con unos adecuados servicios higiénicos?  
(0) Si   
(1) No
20. ¿Cuál es su percepción de la limpieza en este mercado?  
(1) Mala   
(2) Regular   
(3) Buena   
(4) Muy buena   
(5) Excelente
21. ¿Ha visto alguna vez la presencia de roedores en los puestos del mercado o fuera de este?  
(1) Si   
(2) No
22. ¿Cree Ud. que dentro del mercado exista alguna plaga que pueda afectar los productos que se venden aquí?  
(1) Si   
(2) No

Anexo 5. Encuesta Mercado Mayorista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas  
Carrera de Economía

Objetivo: Recopilar información que permita identificar la satisfacción en cuanto a mercados saludables por parte de los usuarios de los mercados Amazonas y Mayorista.

ENCUESTA DIRGIDA A CLIENTES

1. ¿Qué edad tiene?

\_\_\_\_\_

2. ¿Cuál es su nivel de instrucción académica?

- (1) Básico   
(2) Secundario   
(3) Superior

3. ¿En qué zona del cantón vive?

- (1) Urbana   
(2) Rural

4. Actividad a la que se dedica usted

- (1) Ama de casa   
(2) Estudiante   
(3) Jubilado   
(4) Ninguna Actividad   
(5) Asalariado   
(6) Trabajador por cuenta propia   
(7) Trabajador Familiar sin remuneración   
(8) Otro

5. ¿Con que frecuencia acude a comprar al mercado al mes?

- (1) 1 o 2 veces   
(2) 3 o 4 veces   
(3) 5 veces o más

6. ¿Cuánto gasta en promedio en cada compra al mes?

- (1) \$ 40 dólares o menos   
(2) \$ 41 - \$ 50 dólares   
(3) \$ 51 - \$ 60 dólares   
(4) \$61 dólares o más

7. ¿En cuál de los siguientes productos gasta más en cada compra? (Seleccione máximo tres)

- (1) Verduras   
(2) Hortalizas   
(3) Abastos   
(4) Carnes (roja-blanca)   
(5) Embutidos   
(6) Frutas   
(7) Otros

8. ¿Ha consumido Ud. alguna vez comidas preparadas o sin preparar en este mercado? (Si su respuesta es NO, pasar a la pregunta 11)

- (0) Si   
(1) No

9. ¿Con que frecuencia consume comidas preparadas en este mercado al mes?

- (1) 1 o 2 veces   
(2) 3 o 4 veces   
(3) 5 veces o más

10. ¿Alguna vez el consumo de alimentos preparados o sin preparar en este mercado le ha afectado a su salud?

- (1) Si   
(2) No

11. ¿Cuándo realiza una compra su prioridad es?

- (1) Precio   
(2) Cantidad   
(3) Calidad

12. ¿Cuál es el ingreso promedio mensual de su familia?

- (1) \$200 - \$400 dólares   
(2) \$401 - \$600 dólares   
(3) \$601 - \$800 dólares   
(4) \$801 o más dólares

13. En tema de seguridad ¿cree Ud. que el mercado es?

- (1) Seguro   
(2) Inseguro

14. ¿Considera usted que la administración del mercado garantiza la seguridad de sus clientes?

- (1) Si   
(2) No

15. ¿Ha podido evidenciar equipos de seguridad como: cámaras de vigilancia, alarmas, etc.?

- (1) Si   
(2) No

16. ¿Cree Ud. que los espacios de los pasillos para recorrer los puestos del mercado son adecuados?

- (1) Si   
(2) No

17. ¿Le ha afectado la aglomeración de personas que hay en el mercado al momento de hacer sus compras?

- (1) Nada   
(2) Un poco   
(3) Algo   
(4) Mucho   
(5) Bastante

18. ¿Ha evidenciado si en el mercado cuenta con rutas de evacuación, salidas de emergencia, etc.?

- (1) Si   
(2) No

19. ¿Cree Ud. que el mercado cuenta con unos adecuados servicios higiénicos?

- (0) Si   
(1) No

20. ¿Cuál es su percepción de la limpieza en este mercado?

- (1) Mala   
(2) Regular   
(3) Buena   
(4) Muy buena   
(5) Excelente

21. ¿Ha visto alguna vez la presencia de roedores en los puestos del mercado o fuera de este?

- (1) Si   
(2) No

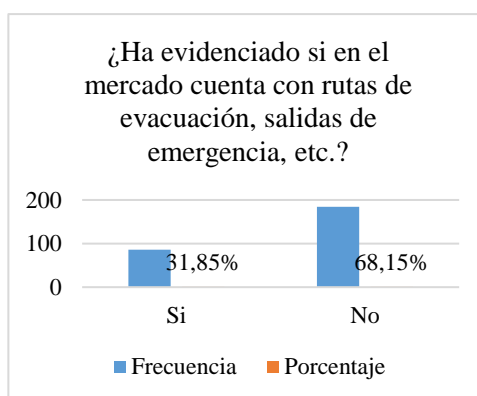
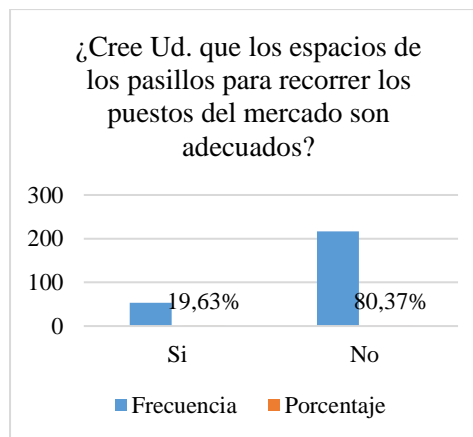
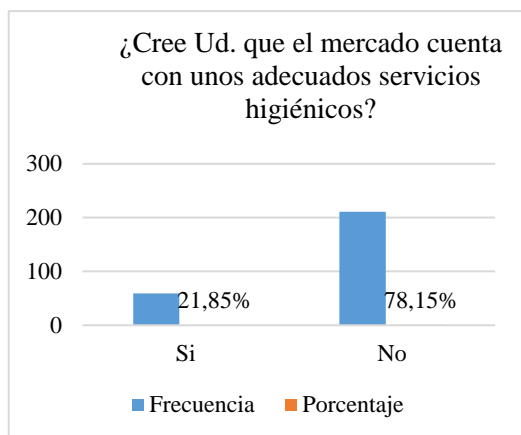
22. ¿Cree Ud. que dentro del mercado exista alguna plaga que pueda afectar los productos que se venden aquí?

- (1) Si   
(2) No

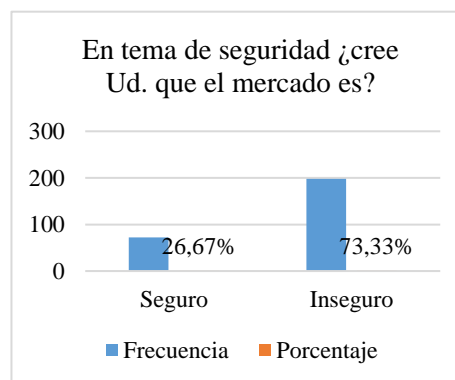
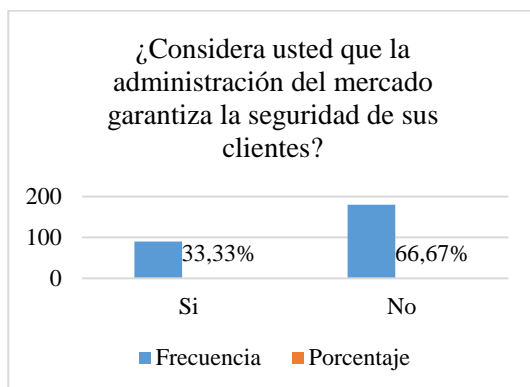
**Anexo 6.** Relación entre las fichas de evaluación de mercados saludables (oferta) y los datos obtenidos a partir de la encuesta (demanda)

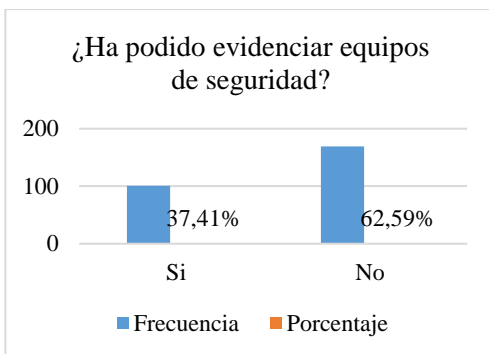
**Mercado Amazonas**

**Referente a Infraestructura**

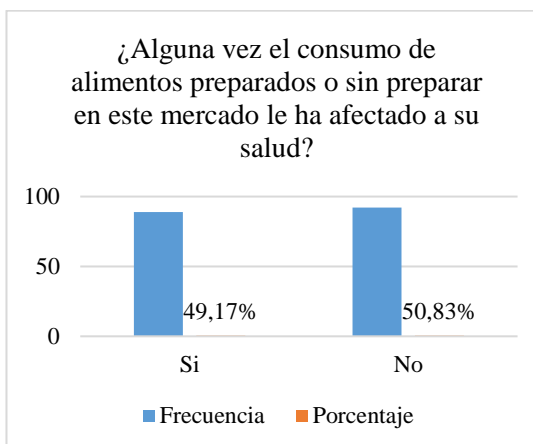
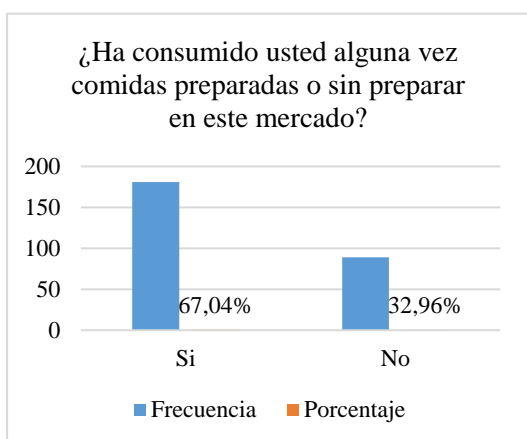


**Referente a Servicios**

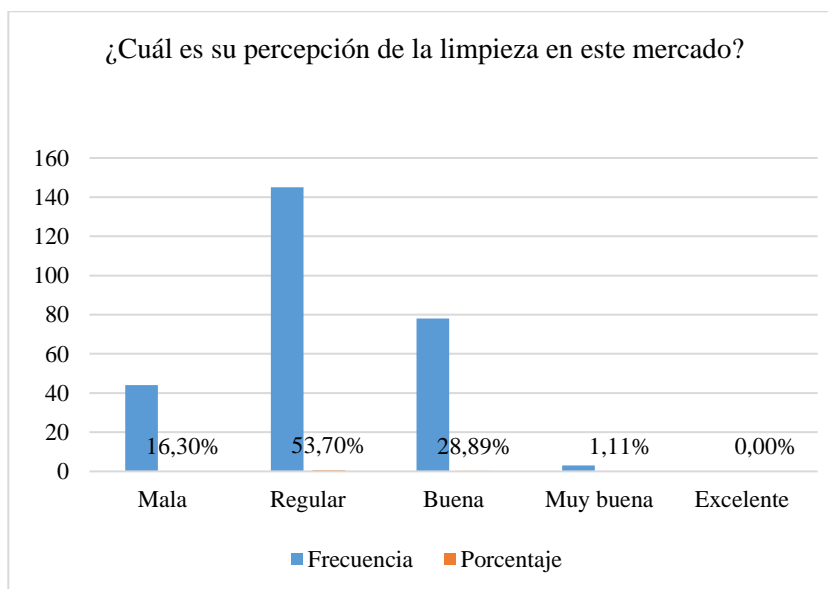




**Referente a preparación de alimentos y promotor de la salud**

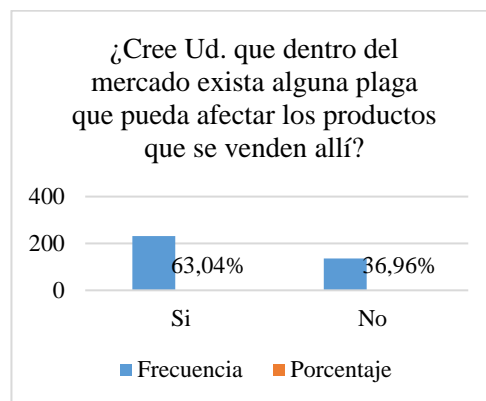
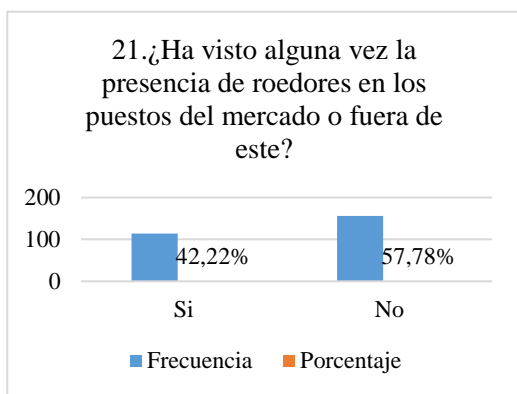


**Referente a limpieza y desinfección**



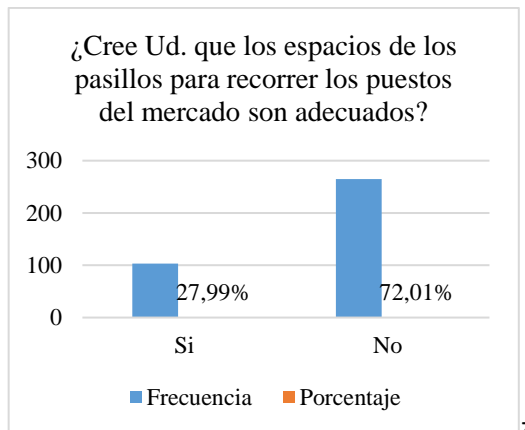
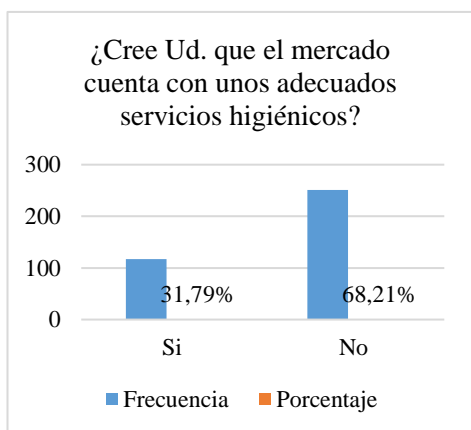


**Referente a control de plagas y roedores**

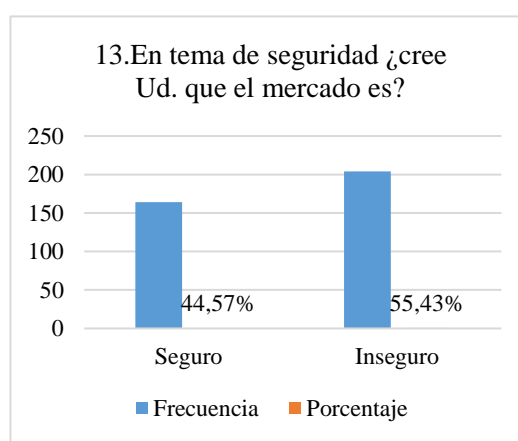
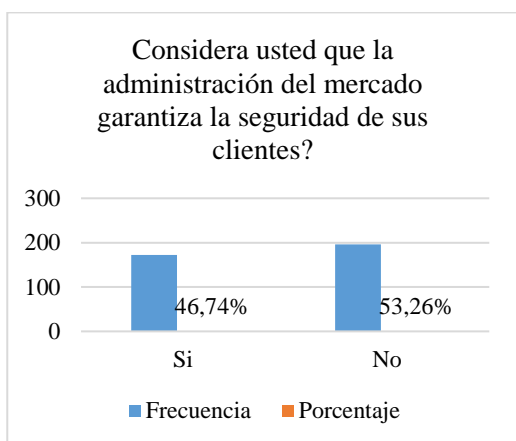


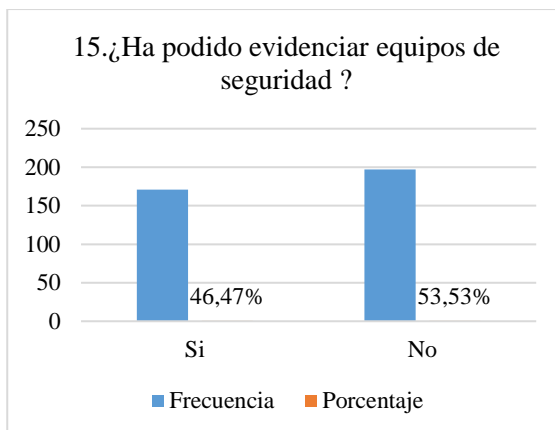
**Mercado Mayorista**

**Referente a Infraestructura**

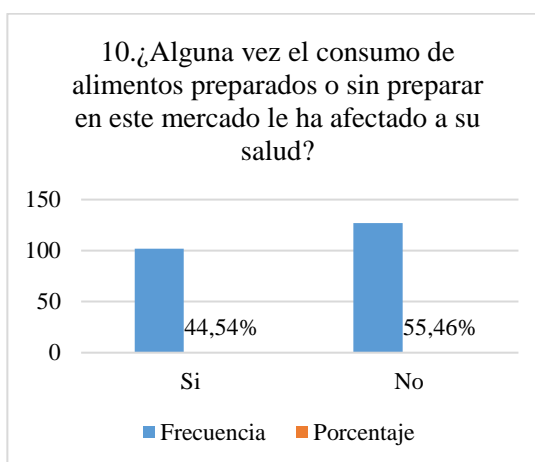
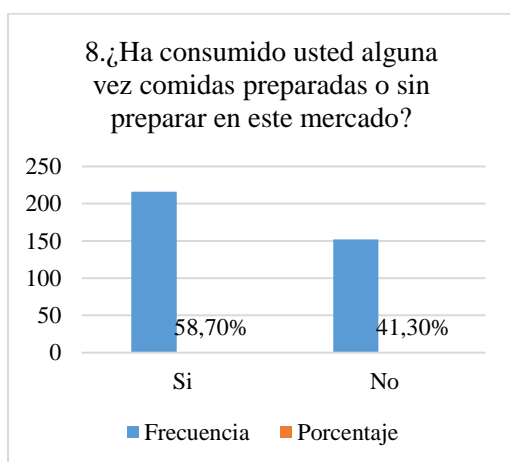


**Referente a Servicios**

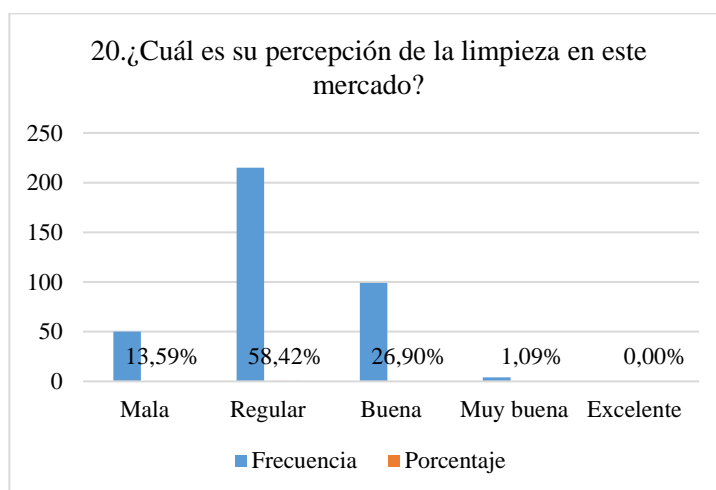


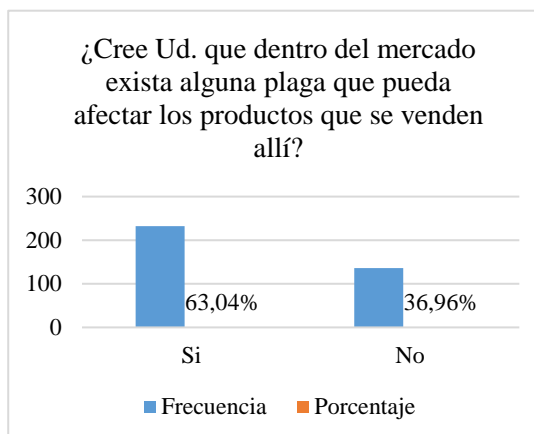
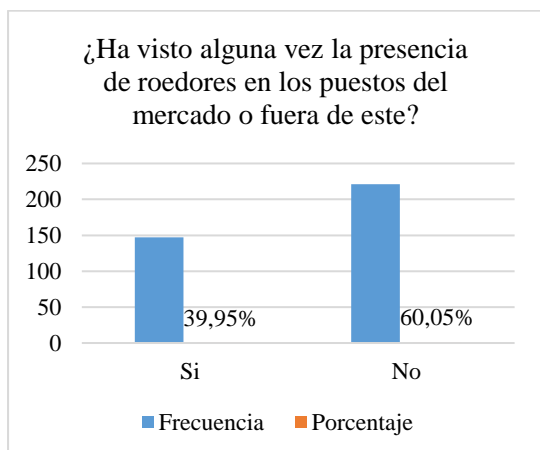


**Referente a preparación de alimentos y promotor de la salud**



**Referente a limpieza y desinfección**



**Referente a control de plagas y roedores**

**Anexo 7. Aplicación de encuestas Mercado Amazonas**



**Anexo 8. Aplicación de encuestas Mercado Mayorista**



### Anexo 9. Correlación para el mercado Amazonas

Correlaciones

		Saludporcons umodealime ospreparados	Consumodec omidasprepar adas
Saludporconsumodealime ntospreparados	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 181	-,043 ,562 181
Consumodecomidasprep aradas	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,043 ,562 181	1 ,562 181
FrecuenciadeCompra	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,089 ,232 181	,061 ,412 181
Gasto	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,118 ,113 181	-,011 ,883 181
MotivoCompra	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,208** ,005 181	,014 ,853 181
Ingreso	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,139 ,061 181	-,217** ,003 181
ServiciosHigiénicos	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,080 ,285 181	,021 ,782 181
Plagas	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,083 ,265 181	-,125 ,093 181
Limpieza	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,003 ,965 181	-,029 ,695 181

### Anexo 10. Correlación para el mercado Mayorista

#### Correlaciones

		Saludporcons umodecomida spreparadas	Frecuenciade compra	Gasto
Saludporconsumodecomi daspreparadas	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1  229	,063 ,345 229	,045 ,496 229
Frecuenciadecompra	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,063 ,345 229	1  229	,483** ,000 229
Gasto	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,045 ,496 229	,483** ,000 229	1  229
Consumodecomidasprep aradas	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,084 ,207 229	,251** ,000 229	,117 ,076 229
Motivodecompra	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,169* ,010 229	,113 ,089 229	,133* ,045 229
Ingreso	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,044 ,511 229	,250** ,000 229	,406** ,000 229
ServiciosHigiénicos	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,069 ,296 229	-,198** ,003 229	-,107 ,107 229
Limpieza	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,114 ,085 229	,328** ,000 229	,055 ,407 229
Plagas	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,192** ,004 229	-,002 ,981 229	-,037 ,579 229

**Anexo 11.** Fichas de Evaluación Mercado Amazonas**FICHAS DE VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y LA  
CERTIFICACIÓN DE MERCADOS SALUDABLES**

**Fecha de levantamiento de la información:** 03 de septiembre del 2021

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Ibarra

**Parroquia:** San Francisco

**Ubicación:** (X) Urbano () Rural () Urbano marginal

**GENERALIDADES**

**Nombre del mercado:** Amazonas

**Tiempo de funcionamiento:** (X) años () meses

**Dirección:** Pérez Guerrero y Sánchez y Cifuentes

**Horarios de atención:** 6:00 am – 18:00 pm

**Giros (o áreas) que tiene el mercado:** Perecibles y No perecibles

**Persona responsable de la verificación:** Econ. Fausto Hernández y Sr. Santiago Ramos

**Nombre del administrador del mercado:** Ing. Cesar Pérez

*Todas las celdas de la columna 'cumple' que se encuentran sombreadas, son los criterios mínimos de cumplimiento establecidos para ser reconocido como mercado responsable*

### 1. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos a la infraestructura

Localización, diseño y construcción	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Cercanía a fuentes de contaminación</b>			
El mercado está alejado de fuentes de contaminación.		X	
Se han planificado medidas preventivas frente al riesgo de contaminación.	X		
Se cuenta con presupuesto para implementar las medidas preventivas de contaminación.		X	
Se cuenta con plan de monitoreo de medidas preventivas frente al riesgo de contaminación.		X	
<b>Recomendaciones</b> 1) Concientizar sobre el peligro que representa que el mercado esté en zona cercana a fuentes de contaminación o inundación. 2) Presentar medidas preventivas. 3) Hacer plan de control de inundaciones y o contaminación industrial. 4) Hacer plan de monitoreo. 5) Iniciar actividades del plan de medidas de control y monitoreo.			
<b>Impedimento al acceso de animales, polvo, materias extrañas</b>			
La infraestructura física impide el ingreso de animales.		X	
La infraestructura física impide el ingreso de polvo que contamina los productos.		X	
Se han tomado acciones para el control de plagas.	X		
El mercado cuenta con un plan de control de plagas.			X
<b>Recomendaciones</b> 1) Elaborar un informe que detalle los riesgos de salud que tienen los usuarios por la presencia de animales, polvos y materias extrañas. 2) Elaborar un plan de trabajo que contemple las medidas complementarias y presupuesto para solucionar los problemas detectados. 3) Iniciar el proceso de construcción de las obras complementarias.			
<b>Disponibilidad de espacio</b>			
Existe espacio suficiente para los puestos de comercialización.		X	
Existe suficiente espacio para los equipos de los vendedores.		X	
Existe suficiente espacio para el movimiento de usuarios y materiales.			X

<b>Recomendaciones</b> 1) Verificar que el mercado esté edificado conforme las normas de construcción. 2) Realizar los estudios y diseños correspondientes para la ampliación de los espacios físicos y definir el presupuesto requerido. 3) Realizar la ampliación física del mercado de acuerdo con los procesos legales y técnicos.			
<b>Mantenimiento y limpieza</b>			
El mercado cuenta con servicios de limpieza y desinfección de la infraestructura.	X		
El mercado cuenta con un plan de mantenimiento de la infraestructura.		X	
El mercado cuenta con el presupuesto necesario para implementar el plan de mantenimiento de la infraestructura.	X		
<b>Recomendaciones</b> 1) Determinar e informar a las autoridades sobre las dificultades para realizar el mantenimiento, limpieza y desinfección de la infraestructura. 2) Cuantificar los costos para realizar los cambios necesarios a las facilidades. 3) Ejecutar acciones.			
<b>Cuidado de niños y niñas</b>			
El mercado cuenta con un centro de desarrollo infantil para el cuidado de niños/as, de los trabajadores/as del mercado.	X		
Si cuenta con el centro, este presta las condiciones necesarias exigidas por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (Ver Anexo 5. Normativa para la autorización de funcionamiento de la prestación de servicios de desarrollo integral)	X		
El mercado cuenta con los recursos necesarios para la construcción o adecuación de un centro de desarrollo infantil.	X		
<b>Recomendaciones</b> 1) Se establece la necesidad de contar con un centro de desarrollo infantil, se realiza el presupuesto necesario y se informa a las autoridades. 2) Construir o adecuar un centro de desarrollo infantil, de conformidad con las exigencias del MIES.			
<b>Sistema de drenaje</b>			
Cuenta con sistema de drenaje adecuado para agua lluvia.	X		
Cuenta con sistema de drenaje adecuado para aguas residuales.	X		
<b>Condición de los drenajes y sistemas de disposición de efluentes</b>			
Los drenajes y sistemas de disposición de efluentes están contruidos para evitar la contaminación de los alimentos, del agua potable o de otra fuente de agua.			X



<b>Recomendaciones</b>				
1) Elaborar un informe técnico respecto de la alta contaminación que se está generando e informar a las autoridades. 2) Realizar un estudio y diseño de alternativas de sistemas de evacuación de aguas lluvia y residuales con su debido tratamiento. 3) Ejecutar los procesos de construcción del sistema de drenaje de aguas lluvias y residuales.				
<b>Áreas y estructuras internas</b>		<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Cumplimiento parcial</b>
<b>Señalización</b>				
El mercado cuenta con señalización.		X		
La señalización facilita el flujo de trabajo y sigue de preferencia el principio de flujo hacia delante.		X		
La señalización es acorde con la norma. (Ver Anexo 6. NTE INEN ISO 3864-1:2013 sobre Símbolos gráficos, colores de seguridad y señales de seguridad, Parte 1: Principios de diseño para señales de seguridad e indicaciones de seguridad)		X		
<b>Recomendaciones</b>				
1) Realizar una reunión técnica con los responsables del mercado para analizar los requisitos de señalización que debe cumplir el mercado y presentar un informe a las autoridades. 2) Socializar la señalización de mercados de acuerdo con la norma NTE INEN-ISO 3864-1:2013, colores, señales y símbolos de seguridad, Parte 1: Principios de diseño para señales de seguridad e indicaciones de seguridad. 3) Realizar los diseños de acuerdo con la Norma vigente NTE INEN-ISO 3864-1:2013 y el presupuesto necesario. 4) Ejecutar las acciones correspondientes para la implementación de la señalización, de acuerdo con la norma antes citada.				
<b>División de áreas</b>				
Las áreas internas se encuentran divididas en zonas o giros.				X
Las zonas están divididas dependiendo de los riesgos de contaminación.		X		
<b>Recomendaciones</b>				
1) Realizar un diagnóstico de la distribución del mercado por giros o zonas. 2) Elaborar e implementar una propuesta de distribución de los productos por zonas o giros y presentarla a las autoridades.				
<b>Material pisos, paredes y techos</b>				
Los pisos son de material lavable, impermeable y no poroso.		X		
Las paredes son de material lavable, impermeable y no poroso.		X		
Los techos son de material lavable, impermeable y no poroso.		X		

<b>Recomendaciones</b>			
1) El administrador del mercado debe emitir un informe a las autoridades para que asignen recursos para el mantenimiento o adecuación y cambio de materiales de construcción si el existente no permite la limpieza, o si existen filtraciones en la cubierta u otros elementos del mercado. 2) Realizar un informe técnico de las necesidades de mantenimiento o adecuaciones y cambio de material de construcción y un plan de trabajo a corto plazo. 3) Asegurar el mantenimiento continuo de paredes, pisos y techos.			
<b>Material de las paredes de los puestos de comercialización</b>			
Las paredes de los puestos de comercialización tienen recubrimiento de cerámica o pintura lavable.			X
Las paredes de los puestos de comercialización miden 2 metro mínimo. (alto)		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Elaborar un informe del estado de las paredes de los puestos y la necesidad de colocar cerámica o pintura lavable o reemplazarla si se encuentra deteriorada. 2) Elaborar una propuesta técnica de cambio que incluya el presupuesto para mejorar las paredes de los puestos. 3) Realizar las acciones correspondientes para las adecuaciones de las paredes de los puestos.			
<b>Uniones</b>			
Las uniones de las paredes y pisos son cóncavas o redondeadas, lo que facilita la limpieza y desinfección		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar una inspección a las uniones de paredes y pisos. Efectuar una propuesta para mejorar, de manera que se facilite la limpieza y desinfección, y presentarla a las autoridades. 2) Identificar técnicamente las acciones correctivas necesarias y elaborar el presupuesto correspondiente. 3) Ejecutar las actividades de mejoramiento, según los procesos establecidos.			
<b>Área de preparación de alimentos</b>			
Las superficies que están en contacto con los alimentos no contienen sustancias tóxicas (como asbesto cemento) y son fáciles de mantener, limpiar y desinfectar.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Analizar el material y la superficie que están en contacto con los alimentos y elaborar un informe detallado sobre los cambios que hay que realizar. 2) Valorar el costo de cambios requeridos a las superficies que están en contacto con los alimentos. 3) Implementar las acciones para realizar el cambio.			
<b>Pisos</b>			
Los pisos son de material antideslizante y liso.		X	
Los pisos son resistentes al tráfico de personas, coches de productos y a los golpes.			X

Los pisos están libres de grietas y roturas.	X		
Los pisos tienen una pendiente mínima de 2 % para permitir el drenaje de efluentes, el agua no se acumula ni se produce fango con la movilización de las personas.			X
Los drenajes de piso tienen protección adecuada, son conducidos por cañerías y están diseñados para permitir la limpieza.	X		
Los drenajes tienen sellos hidráulicos y cuentan con trampas para grasa y sólidos.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Valorar el costo y nivel de esfuerzo requerido para reparar o reemplazar los pisos. 2) Realizar el diseño, definir el material que se usará y elaborar el presupuesto. 3) Realizar los trámites para cambiar los pisos.			
<b>Condiciones higiénico-sanitarias de los techos, falsos techos e instalaciones suspendidas</b>			
Los techos e instalaciones suspendidas facilitan la limpieza.	X		
<b>Están contruidos para evitar:</b>			
a) Acumulación de suciedad	X		
b) Condensación	X		
c) Formación de mohos	X		
<b>Construcción de las ventanas y aberturas</b>			
Las ventanas están contruidas para evitar la acumulación de polvo.	X		
Las ventanas están provistas de malla contra plagas.	X		
<b>Superficie de las puertas</b>			
<b>Las puertas tienen superficie:</b>			
a) Lisa	X		
b) No absorbente	X		
c) De fácil limpieza	X		
<b>Condición de superficies relacionadas con acumulación de restos de alimentos y suciedades</b>			
Se cuenta con un plan y con el presupuesto para la reparación inmediata de cualquier rotura o desperfecto en el mercado.	X		
<b>Condición de los pasillos</b>			
Los pasillos no son utilizados como área de almacenamiento.	X		

<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar una inspección y presentar un informe a las autoridades que indique la necesidad de hacer las adecuaciones necesarias.			
2) Elaborar el presupuesto correspondiente y solicitar la asignación presupuestaria para realizar las adecuaciones.			
3) Implementar las actividades de adecuación.			
<b>Iluminación y Ventilación</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Cumplimiento parcial</b>
<b>Iluminación</b>			
El mercado tiene la iluminación adecuada, ya sea natural o artificial.			X
<b>Sistema eléctrico</b>			
El sistema eléctrico está en buenas condiciones.		X	
El mercado cuenta con un generador alterno de energía.		X	
<b>Ventilación</b>			
Hay ventilación natural o artificial adecuada.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar una evaluación al sistema eléctrico y de ventilación, e informar a las autoridades.			
2) Elaborar un presupuesto.			
3) Ejecutar acciones.			
<b>Iluminaciones sanitarias</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Cumplimiento parcial</b>
<b>Dotación</b>			
<b>Cuenta con:</b>			
a) Servicios higiénicos	X		
b) Duchas		X	
c) Vestidores		X	
<b>Las instalaciones sanitarias:</b>			
a) Son suficientes en número (Ver Anexo 7. Baterías sanitarias en comercios y oficinas).		X	
b) Son distribuidas para hombres y mujeres.	X		
c) Son accesibles para personas con discapacidad según la norma INEN 2293 (Ver Anexo 8. NTE INEN 2293:2001 sobre Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico. Área higiénico-sanitaria)		X	

Condición			
Las instalaciones sanitarias están provistas de:			
a) Agua	X		
b) Insumos de higiene personal (papel higiénico, jabón líquido, gel antiséptico, toallas desechables o secadores eléctricos)	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Elaborar un informe sobre las necesidades de facilidades para la higiene personal. 2) Diseñar las facilidades de higiene requeridas, elaborar el presupuesto y presentarlo a las autoridades. 3) Construir los espacios necesarios para la higiene personal.			

## 2. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos a los servicios

Suministro de Agua	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Condiciones del agua potable</b>			
El Mercado dispone de:			
a) Sistema continuo de agua potable	X		
O de instalaciones para:			
a) Almacenamiento de agua		X	
b) Tratamiento de agua		X	
c) Distribución de agua	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Informar a las autoridades municipales sobre los efectos en la salud humana por el consumo de agua de mala calidad. 2) Almacenar el agua de manera que asegure las condiciones mínimas de calidad. 2) Monitorear la calidad de agua potable que se consume.			
<b>Condiciones de sistema de abastecimiento de agua no potable</b>			
Existe un sistema de abastecimiento de agua no potable independiente y está identificado.		X	
Se utiliza el agua no potable en sistemas contra incendios, refrigeración y otras aplicaciones similares.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Informar a las autoridades sobre la necesidad de abastecimiento de agua potable para consumo. 2) Informar a las autoridades sobre los problemas a la salud por el consumo de agua no potable. 3) Capacitar en el uso, almacenamiento, tratamiento y distribución de agua no potable. 4) Aplicar medidas y control sobre el cumplimiento de estas.			

Desechos líquidos y drenaje			
<b>Dotación de sistema de tratamiento de descargas líquidas</b>			
El mercado tiene un sistema de tratamiento de descargas líquidas.		X	
El sistema de tratamiento de descargas líquidas cuenta con dispositivos de separación de grasa.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Informar a las autoridades municipales sobre la necesidad de cumplir con la normativa ambiental vigente. 2) Evaluar la necesidad y las posibles alternativas de sistemas de tratamiento de descargas líquidas e informar a las autoridades sobre las opciones existentes. 3) Capacitar al personal sobre el manejo de descargas líquidas. 4) Realizar las acciones correctivas necesarias para restablecer el funcionamiento óptimo sistema de eliminación de desechos líquidos.			
Residuos Sólidos	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Gestión de los residuos sólidos</b>			
El mercado cuenta con:			
a) Un sistema de recolección diferenciada interna de desechos (orgánicos e inorgánicos)		X	
b) Áreas de almacenamiento provisional			X
<b>Características del área de almacenamiento:</b>			
a) Tiene cubierta		X	
b) Piso impermeable		X	
c) Ventilación	X		
d) Señalización		X	
e) Accesible para recolección	X		
f) Accesible para disposición final de los residuos		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Identificar el área de almacenamiento temporal de residuos sólidos y promover la clasificación interna. 2) Gestionar la continuidad del transporte ante el GAD. 3) Adecuar el área de almacenamiento diferenciado de residuos sólidos. 4) Capacitar a los comerciantes en la clasificación de residuos sólidos. 5) Elaborar un plan de manejo interno de residuos sólidos. 6) Gestionar ante el GAD los correctivos necesarios del transporte. 7) Implementar un plan de manejo interno de residuos sólidos.			

<b>Condición de los recipientes para residuos sólidos en los puestos</b>			
Hay recipientes para desechos		X	
<b>Los recipientes para desechos:</b>			
a) Están ubicados en lugares adecuados		X	
b) Están en buen estado		X	
c) Cuentan con funda plástica		X	
d) Tienen tapa		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar una inspección y elaborar un informe sobre el estado de los recipientes e informar a las autoridades. 2) Elaborar el presupuesto para el requerimiento de cambio de recipientes. 3) Implementar un plan de mantenimiento que incluya las acciones necesarias para asegurar un adecuado estado de los recipientes.			

### 3. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos a equipos y utensilios

Equipos y utensilios	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Condición de equipos y utensilios para manipulación</b>			
<b>Los equipos y utensilios:</b>			
a) Están en buen estado		X	
b) Son de materiales no tóxicos como acero inoxidable			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar una inspección y elaborar un informe sobre el estado de los recipientes, e informar a las autoridades. 2) Elaborar el presupuesto para el requerimiento de cambio de recipientes. 3) Implementar un plan de mantenimiento que incluya las acciones necesarias para asegurar un adecuado estado de los recipientes.			
<b>Materiales de los equipos y utensilios</b>			
Los equipos y utensilios son de materiales que permiten la fácil limpieza y desinfección.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes en la utilización de materiales que se puedan limpiar y desinfectar. 2) Determinar los costos de los materiales que deben cambiar. 3) Realizar la adquisición y cambio respectivo.			

<b>Tablas de cortar</b>			
<b>Las tablas de cortar son:</b>			
a) Fáciles de limpiar		X	
b) Se reemplazan cuando están deterioradas			X
c) Son de materiales adecuados (plástico, madera dura o vidrio)			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar una inspección y verificación del estado en que se encuentran las tablas de cortar, si no cumple con las condiciones exigidas informar a los comerciantes para su reposición. 2) Elaborar un detalle de las condiciones de las tablas y un presupuesto para su adquisición. 3) Realizar el proceso de acompañamiento para la compra y reposición, y elaborar un plan de monitoreo			
<b>Limpieza de los equipos</b>			
Los equipos se lavan y se desinfectan todos los días.			X
Se lavan con agua potable.	X		
Se desmontan las partes durante el lavado.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes sobre la necesidad de lavar los equipos después de cada jornada. 2) Realizar un plan de vigilancia y control de lavado y desinfectado de los equipos. 3) Monitorear permanentemente el cumplimiento de la disposición.			
<b>Limpieza de los utensilios</b>			
<b>Los utensilios se lavan con:</b>			
a) Detergente	X		
b) Agua potable	X		
c) Agua corriente (sin uso de baldes)		X	
<b>Los utensilios se almacenan</b>			
a) Limpios			X
b) Secos			X
c) Protegidos			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Inspeccionar que en el lavado de los utensilios se cumpla; capacitar a los comerciantes para que lo hagan. 2) Realizar inspecciones periódicas y observar a quienes no cumplen. 3) Realizar inspecciones continuas para exigir el cumplimiento.			

**4. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos a la adquisición, comercialización, transporte, recepción y almacenamiento de alimentos**

Adquisición y comercialización	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Adquisición y comercialización de alimentos</b>			
a) La comercialización, la adquisición y la conservación se hacen según el giro del producto, y en lugares limpios y sobre estantes o cajones.			X
<b>Recomendaciones</b> 1) Realizar un taller con los comerciantes de los mercados, introductores y expendedores para hacerles conocer la importancia de comercializar en áreas adecuadas. 2) Un equipo técnico municipal elabora un informe sobre las necesidades de mejorar los espacios y la dotación de insumos para proteger los alimentos. Este informe será socializado con los expendedores y las autoridades. 3) Acompañar a los actores y controlar a través de seguimiento sobre el cumplimiento de los compromisos es responsabilidad directa del administrador del mercado.			
<b>Adquisición de carnes</b>			
a) Las carnes y productos cármicos cuentan con sello del centro de faenamiento e inspección post mortem.			X
<b>Recomendaciones</b> 1) Capacitar a los expendedores sobre la necesidad de adquirir la carne con el sello del centro de faenamiento. 2) Vigilar el cumplimiento, en coordinación con los centros de faenamiento. 3) Exigir cumplimiento mediante la aplicación de la ordenanza o marco legal aplicable. 4) Coordinar con Agrocalidad.			
<b>Adquisición y comercialización de alimentos frescos</b>			
1) Los alimentos adquiridos y comercializados tienen propiedades organolépticas, de fresca (color, sabor, olor).			X
<b>Recomendaciones</b> 1) Capacitar a los comerciantes sobre la necesidad de expender productos frescos. 2) Realizar inspecciones frecuentes para asegurar que se expendan productos frescos, con el apoyo de autoridad (Policía Municipal). 3) Exigir cumplimiento por parte de los responsables de la administración del mercado mediante la aplicación del marco legal (ordenanza)			
<b>Adquisición y comercialización de alimentos procesados</b>			
a) Los alimentos procesados adquiridos y comercializados tienen notificación sanitaria.	X		

<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar un taller sobre la prohibición de comercializar productos procesados que no cuenten con notificación sanitaria, etiquetado y rotulado. 2) Realizar una capacitación relacionada al procesamiento de alimentos utilizando la clasificación NOVA, que rescata los alimentos naturales y desalienta el consumo de ultra procesados. 3) Realizar inspecciones frecuentes para vigilar cumplimiento. 4) Exigir cumplimiento mediante aplicación del marco legal aplicable (ordenanza).			
<b>Condición de alimentos procesados</b>			
a) Los alimentos procesados cumplen con los requisitos de etiquetado (Ver Anexo 9. Reglamento sanitario sustitutivo de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano).			X
<b>Recomendaciones</b> 1) Capacitar a los comerciantes sobre los riesgos de vender productos cuya fecha de vencimiento ha sido superada. 2) Realizar inspecciones frecuentes para vigilar cumplimiento. 3) Coordinar las inspecciones con la Comisaría. 4) Exigir Cumplimiento.			
<b>Transporte, recepción y almacenamiento</b>			
<b>Condición de vehículos que transportan alimentos para proveer al mercado</b>			
a) Los vehículos que proveen alimentos al mercado están limpios y libres de contaminantes, asegurando la inocuidad de los alimentos.		X	
b) Cuentan con condiciones de refrigeración según el tipo de alimento.		X	
<b>Recomendaciones</b> 1) Realizar un taller de capacitación con los transportistas de alimentos sobre las condiciones de transporte que deben reunir para realizar esta labor. 2) Coordinar con Agrocalidad la mejora del transporte. 3) Realizar un plan de trabajo para las adecuaciones en los vehículos de transporte para generar el servicio de transporte. 4) Exigir cumplimiento mediante la aplicación del marco legal aplicable (ordenanza).			
<b>Área de vehículos</b>			
<b>El área de los vehículos que transportan alimentos:</b>			
a) Es de material de fácil limpieza		X	
b) Protege al alimento de contaminaciones, alteraciones y efectos del cambio de temperaturas.		X	

<b>Recomendaciones</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Informar a los propietarios de los vehículos que transportan alimentos sobre las condiciones que deben tener estos para evitar la contaminación de los productos.</li> <li>2) Realizar un detalle por vehículo y tipo de alimento que transporta para que efectúe su adecuación correspondiente.</li> </ol>		
<b>Movilización de los vehículos transportadores para proveer al mercado de carne de animales de abasto</b>		
a) El vehículo proveedor de carne cuenta con la guía de movilización del centro de faenamiento.	X	
<b>Recomendaciones</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Hacer público a los transportistas de animales de abasto la exigencia de contar con el manual de movilización del centro de faenamiento de origen.</li> <li>2) Realizar inspecciones frecuentes.</li> <li>3) Exigir el cumplimiento de la normativa del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca</li> </ol>		
<b>Recepción de alimentos</b>		
a) Los alimentos son recibidos en áreas limpias y protegidas.	X	
b) Las carnes y pescados son colocados en bandejas.		X
c) Los productos a granel son colocados en envases.		X
<b>Recomendaciones</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Capacitar a los comerciantes sobre las condiciones que debe reunir para la recepción de los alimentos.</li> <li>2) Consultar para el caso en donde no existe un lugar adecuado para la recepción que se propone.</li> <li>3) Monitorear los cumplimientos de las condiciones de recepción de los alimentos.</li> <li>4) Realizar el requerimiento de la adecuación de las áreas de desembarque a la autoridad municipal.</li> </ol>		
<b>Almacenamiento de alimentos procesados</b>		
a) Los productos y alimentos procesados se almacenan de manera adecuada.	X	
<b>Recomendaciones</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Capacitar a los comerciantes sobre cómo almacenar los productos y alimentos procesados de manera que se evite el deterioro y contaminación.</li> <li>2) Inspeccionar el cumplimiento de las observaciones realizadas para evitar el deterioro y contaminación de los productos y alimentos.</li> <li>3) Exigir cumplimiento.</li> </ol>		
<b>Conservación de alimentos perecederos</b>		
a) Los alimentos perecederos se conservan refrigerados a las temperaturas recomendadas para cada alimento	X	

<b>Recomendaciones</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Capacitar a los comerciantes que expenden alimentos perecederos sobre el uso de mantenerles a los productos en refrigeración.</li> <li>2) Realizar inspecciones de cumplimiento, mediante la aplicación del marco legal aplicable.</li> <li>3) Exigir cumplimiento.</li> </ol>		
<b>Almacenamiento de productos y alimentos procesados</b>		
a) Los productos y alimentos procesados están almacenados en tarimas y estanterías.		X
b) Están ubicados por lo menos a 20 cm del piso y de la pared.		X
<b>Recomendaciones</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Capacitar a los comerciantes respecto del almacenamiento de los alimentos procesados.</li> <li>2) Realizar inspecciones, notificaciones o sanción económica de acuerdo con el marco legal aplicable (ordenanza).</li> </ol>		
<b>Almacenamiento de alimentos de origen animal y vegetal</b>		
a) Los alimentos de origen animal y vegetal se almacenan por separado evitando la contaminación cruzada.	X	
<b>Recomendaciones</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Informar a los comerciantes que se debe almacenar de forma separada los alimentos vegetales y animales.</li> <li>2) Presentar a los comerciantes un plan de separación de alimentos vegetales y animales.</li> <li>3) Se exige de forma inmediata la separación.</li> <li>4) Especificar en qué área se deben almacenar tanto los alimentos vegetales como los animales.</li> </ol>		
<b>Almacenamiento de alimentos crudos y cocidos</b>		
a) Los alimentos crudos y cocidos se encuentran almacenados en recipientes individuales para evitar la contaminación cruzada.		X
<b>Recomendaciones</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Capacitar a los comerciantes sobre el almacenamiento de productos cocidos y crudos.</li> <li>2) Realizar un instructivo de separación de alimentos crudos y cocidos, y entregarlo a los comerciantes para su cumplimiento.</li> <li>3) Exigir cumplimiento para precautelar la salud.</li> </ol>		

## 5. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos al puesto de comercialización

Requisitos relativos al puesto de comercialización	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Puesto de comercialización</b>			
a) Los puestos y sus alrededores se encuentran ordenados y limpios.		X	
b) Los puestos de comercialización se utilizan para el giro autorizado, no para vivienda.	X		
c) Los puestos están agrupados en giros de acuerdo con la naturaleza de los productos en secciones específicas, por ejemplo, frutas, hortalizas, entre otras.		X	
d) Las mesas y mostradores están ubicados de manera ordenada y alineada, facilitando el tránsito de usuarias y usuarios.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes sobre la necesidad de mantener limpios y ordenados los puestos y sus alrededores. 2) Realizar un control permanente para asegurar el cumplimiento. 3) Exigir cumplimiento por parte de los responsables de la administración del mercado.			
<b>Material de estanterías</b>			
a) Las estanterías son de material anticorrosivo o plástico, y permiten la limpieza y desinfección.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar una inspección a los materiales de las estanterías y realizar un plan de cambio, e informar a las autoridades y comerciantes el mal estado de estas. 2) Elaborar un detalle de necesidades de cambio de material de las estanterías y un presupuesto para el cambio respectivo. 3) Implementar las actividades necesarias para cambiar las estanterías y asignar los recursos para cambiarlas.			
<b>Exhibición de alimentos no perecederos</b>			
a) Los alimentos no perecederos están exhibidos y protegidos en vitrinas.	X		
b) Los alimentos perecederos están exhibidos en vitrinas frigoríficas y son colocados en recipientes individuales.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes sobre la necesidad de proteger en vitrinas a los alimentos perecederos y no perecederos. 2) Realizar inspecciones frecuentes para asegurar que se cumpla esta disposición. 3) Exigir a los comerciantes el uso de las vitrinas para asegurar la calidad de los alimentos.			
<b>Equipamiento de puestos de comercialización y manipulación de alimentos perecederos</b>			
a) Los puestos cuentan con agua potable			X
b) Los puestos de comercialización de los alimentos perecederos cuentan con instalaciones para aguas residuales.			X

c) Cuentan con recipientes diferenciados para residuos sólidos.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar un estudio para determinar las necesidades de adecuación de los puestos, de manera que cuenten con agua potable e instalaciones de evacuación de aguas residuales. 2) Realizar el requerimiento, elaborar el presupuesto necesario para efectuar la obra de dotación de agua potable e instalaciones para evacuación de aguas residuales. 3) Acompañar en la implementación de las obras de adecuación requeridas.			
<b>Manejo del puesto de comercialización de alimentos</b>			
a) El puesto de comercialización separa los alimentos de otros productos.		X	
b) El puesto de comercialización elimina los alimentos en mal estado.	X		
c) Protege de contaminación durante la manipulación y almacenamiento.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar talleres de capacitación dirigidos a los comerciantes para mantener los alimentos de acuerdo a las buenas prácticas higiénicas. 2) Efectuar inspecciones frecuentes 3) Exigir el cumplimiento, a través de los responsables de la administración del mercado.			
<b>Higiene del puesto de comercialización</b>			
Los puestos de comercialización se mantienen limpios y desinfectados.		X	
<b>La limpieza se hace siguiendo los siguientes pasos:</b>			
a) Se eliminan los desechos de las superficies		X	
b) Se aplica detergente para desprender la capa de suciedad y de microorganismos		X	
c) Se enjuaga con agua para eliminar suciedad suspendida y residuos de detergente		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes de los puestos sobre la correcta forma de mantenerlos desinfectados y sobre los métodos apropiados para mantener limpio un puesto. 2) Realizar inspecciones para verificar que se cumpla lo dispuesto, y elaborar un programa de limpieza y desinfección por parte de los comerciantes. 3) Exigir cumplimiento. 4) Aplicar el marco legal (ordenanza).			
<b>Implementos de limpieza</b>			
Son de uso exclusivo.			X
Se limpian y desinfectan frecuentemente.			X

## 6. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos a la preparación de alimentos

Requisitos relativos a la preparación de alimentos	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Preparación preliminar</b>			
<i>Lavado de las superficies que entren en contacto con los alimentos</i>			
a) Las superficies que entran en contacto con los alimentos se lavan y se desinfectan, antes del inicio y al final de la jornada,			XX
<i>Lavado de los utensilios que se utilizan</i>			
a) Los utensilios son lavados con agua potable y lavavajillas.	X		
<i>Mezcla de ingredientes y recipientes</i>			
a) Los ingredientes son mezclados en recipientes destinados para ese fin.	X		
b) Los recipientes no contienen sustancias tóxicas.			X
c) Los recipientes que se utilizan nunca han contenido anteriormente algún producto tóxico (pintura, aceite de motor, detergentes).	X		
<i>Aseo de manos de manipuladores de alimentos</i>			
a) Los manipuladores de alimentos se lavan las manos con agua y jabón.			X
b) Se desinfectan con algún producto antibacterial o alcohol (al 70%)			X
<i>Lavado de hortalizas, verduras y otros alimentos</i>			
a) Las hortalizas y verduras se lavan con agua potable (con especial cuidado hacia aquellas que se consumen crudas).			X
b) Se añaden soluciones desinfectantes que cuenten con notificación sanitaria obligatoria a hortalizas y verduras que se consumen crudas.		X	
c) Todos los alimentos son lavados previamente antes de su preparación, incluso carnes y productos cárnicos.		X	
<b>Preparación de alimentos</b>			
<i>Cocción de alimentos</i>			
a) Todos los alimentos son cocidos completamente; especialmente las carnes rojas, pollos, huevos y pescados.	X		

<i>Alimentos que no se sirven de inmediato</i>			
a) Los alimentos que no se sirven de inmediato se mantienen en un lugar fresco, ventilado o refrigerado.			X
<i>Conservación de alimentos</i>			
a) Los alimentos son refrigerados por debajo de los 5 °C			X
b) Los alimentos son hervidos, cocinados, homeados y calentados por sobre los 60°C.			X
c) Los alimentos congelados se mantienen a -18 °C.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes sobre: <ol style="list-style-type: none"> <li>La forma adecuada de mantener limpias las superficies que entran en contacto con alimentos</li> <li>La forma correcta de lavar los utensilios</li> <li>Tipos de recipientes adecuados para las preparaciones</li> <li>Técnicas de lavado de manos</li> <li>Técnicas de lavado de hortalizas, verduras y otros alimentos</li> <li>Técnicas de cocción de los alimentos</li> <li>Técnicas adecuadas de tratamiento de alimentos que no se sirven de inmediato</li> </ol>			
2) Hacer seguimiento de la aplicación de los conocimientos aprendidos.			
3) Exigir el cumplimiento de la normativa respecto a lo abordado en las capacitaciones.			
<i>Descongelamiento de alimentos</i>			
a) Los alimentos se descongelan bajo condiciones controladas y no se vuelven a congelar		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes que preparan alimentos en las técnicas de descongelamiento de alimentos mediante condiciones controladas.			
2) Realizar un plan de seguimiento para vigilar el cumplimiento de lo aprendido en la capacitación.			
3) Exigir el cumplimiento de la normativa.			
<i>Recalentado de alimentos</i>			
a) Se recalienta únicamente la porción que se sirve y no más de una vez.		X	
<i>Mezcla de los ingredientes de las ensaladas</i>			
a) Las ensaladas son preparadas utilizando utensilios para mezclar los ingredientes.			X
<i>Degustación de alimentos que se preparan</i>			
a) Para probar los alimentos se utilizan utensilios destinados para este fin.			X
b) Siempre que se introduce un utensilio se verifica que esté limpio y desinfectado.			X



Protección y servicio de alimentos		
<b>Protección de alimentos preparados que se exhiben</b>		
a) Los alimentos preparados se encuentran protegidos en vitrinas o cubiertos con campanas de malla metálica o plástico.	X	
b) Las vitrinas o mallas que protegen los alimentos tienen una altura igual o mayor a 60 cm.	X	
c) Las bebidas se encuentran protegidas con materiales plásticos o tapas.		X
<b>Servicio de alimentos y bebidas preparadas</b>		
a) Los alimentos y bebidas son servidos en platos, cubiertos y tazas, o vasos limpios y en buen estado.		X
<b>Disposición de alimentos preparados que no se hayan vendido</b>		
a) Los alimentos preparados se expenden solamente el día de la preparación.	X	
<b>Empaque de alimentos preparados que se expendan para llevar a casa</b>		
a) Los alimentos para llevar son empacados de manera higiénica con materiales limpios y de primer uso.		X
b) Nunca se usa papel impreso en contacto directo con los alimentos.	X	
<b>Manipulación de alimentos preparados</b>		
a) Los alimentos se manipulan con utensilios, sin el contacto directo de las manos con los alimentos o la superficie donde se colocan.		X
<b>Manipulación de dinero y alimentos preparados</b>		
a) Las personas que manipulan los alimentos no tocan dinero, cuando lo hacen, se lavan y desinfectan las manos.	X	
<b>Recomendaciones</b>		
1) Capacitar al personal que realiza la preparación de alimentos sobre: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Las técnicas adecuadas de recalentamiento de alimentos</li> <li>- Las técnicas de preparación de ensaladas</li> <li>- Las técnicas de degustación de alimentos preparados para corrección de sabores según las exigencias de la normativa</li> <li>- Las técnicas de protección de alimentos y bebidas preparadas que se exhiben</li> <li>- Las características que debe tener la vajilla donde se sirven alimentos y bebidas</li> <li>- Los plazos de venta de alimentos preparados</li> <li>- La forma correcta de empacar los alimentos preparados para llevar</li> <li>- Técnicas de manipulación de alimentos preparados</li> </ul> 2) Realizar el seguimiento, con la finalidad de asegurarse de que se implemente lo aprendido. 3) Exigir cumplimiento.		

Inocuidad de alimentos y bebidas preparadas de consumo directo		
a) Los alimentos y bebidas de consumo directo se someten a análisis periódicos, físicos, químicos y microbiológicos.	X	
<b>Recomendaciones</b>		
1) Capacitar al personal que administra el mercado sobre la necesidad de realizar análisis periódicos, físicos, químicos y microbiológicos de los alimentos y bebidas de consumo directo. 2) Realizar un convenio con algún laboratorio acreditado del cantón o de la región más próxima para que se realicen análisis periódicos, físicos, químicos y microbiológicos de los alimentos y bebidas de consumo directo, a costos asumibles por la Municipalidad. 3) Los administradores del mercado velan por el cumplimiento y ejecución del convenio entre la Municipalidad y un laboratorio acreditado para la realización periódica de análisis físicos, químicos y microbiológicos de los alimentos y bebidas de consumo directo.		

## 7. Ficha de proceso para el cumplimiento de requisitos relativos a la higiene del manipulador de alimentos preparados y comerciante

Requisitos relativos a la higiene del manipulador de alimentos preparados y comerciantes	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Higiene de los comerciantes y manipuladores de alimentos preparados</b>			
<b>Certificado de salud de trabajadores del mercado</b>			
a) Los trabajadores del mercado tienen certificado de salud.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar al personal sobre los requisitos que deben cumplir para obtener el certificado de salud. 2) Formular medidas de incentivo desde la administración para que los trabajadores cumplan requisitos para obtener certificado. 3) Verificación de cumplimiento. 4) Otorgar certificados de salud a los trabajadores del mercado a través de servicios de salud públicos o privados.			
<b>Vestimenta</b>			
a) La vestimenta de protección está acorde con la actividad que realiza según el giro.			X
b) Se mantiene limpia y en buenas condiciones.			X
c) El color de la vestimenta es blanca o de colores claros.	X		

<b>Aseo de manos</b>			
<i>Los manipuladores de alimentos preparados y comerciantes se lavan las manos y desinfectan:</i>			
a) Antes y después de actividades laborales			X
b) Luego de usar el baño			X
c) Luego de toser		X	
d) Luego de manipular envases, desechos, basura			X
e) Luego de manipular alimentos			X
Aquellos que usan guantes de látex, los reemplazan frecuentemente.		X	
<b>Higiene de manipulador de alimentos preparados y comerciantes</b>			
<i>Los manipuladores de alimentos preparados y comerciantes:</i>			
a) Mantiene el cabello cubierto con malla, gorro u otro medio			X
b) Usan mascarillas (obligatorio en preparación de alimentos)			X
c) Tienen uñas cortas, sin esmalte			X
d) No usan maquillaje			X
e) No usan joyas			X
f) No llevan barba ni bigotes expuestos			X
<b>Prácticas de manipulador de alimentos y comerciantes</b>			
<i>Los manipuladores de alimentos y comerciantes:</i>			
a) No fuman			X
b) No comen ni mastican chicle			X
c) No estornudan sobre los alimentos			X
<b>Enfermedad de manipulador de alimentos</b>			
<i>Los vendedores de alimentos preparados no manipulan los mismos cuando:</i>			
a) Sospechan tener una enfermedad transmisible a los alimentos con síntomas como diarrea, dolor abdominal, fiebre o escalofríos		X	
b) Cuando tienen heridas o irritaciones cutáneas		X	
1) Capacitar sobre: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características que debe reunir la vestimenta de protección</li> <li>• Requisitos de limpieza y desinfección de las manos y sobre el uso correcto de los guantes de látex</li> <li>• Forma apropiada de llevar el cabello, las uñas y el rostro</li> <li>• Comportamiento respecto de prácticas como fumar, comer o estornudar</li> <li>• Comportamiento ante la sospecha de tener alguna enfermedad transmisible a los alimentos o al tener heridas o irritaciones cutáneas</li> </ul>			
2) Realizar un plan de seguimiento a la implementación de lo aprendido.			
3) Exigir la implementación de lo aprendido.			

## 8. Ficha de proceso para el cumplimiento de requisitos relativos a la limpieza y desinfección

<b>Limpieza y desinfección de las instalaciones</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Cumplimiento parcial</b>
<b>Programa de limpieza y desinfección</b>			
<i>Se ejecuta con personal capacitado un programa de limpieza y desinfección del mercado (ejecutado por el GAD o tercerizado), que contempla:</i>			
a) Superficies, elementos del equipo y utensilios que han de limpiarse y desinfectarse		X	
b) Responsabilidad de tareas particulares y la respectiva capacitación			X
c) Método y frecuencia de la limpieza y desinfección			X
d) Medidas de verificación de cumplimiento		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Diseñar un programa de limpieza y desinfección del mercado en todas las áreas descritas.			
2) En caso de tener un programa que contemple solo algunas de las áreas, completarlo.			
3) En caso de que la limpieza y desinfección del mercado sea una práctica habitual de un modelo interno de procesos, documentar por escrito estas prácticas.			
<b>Uso de productos químicos de limpieza y desinfección</b>			
<i>Los productos químicos de limpieza y desinfección:</i>			
a) Cuentan con notificación sanitaria obligatoria	X		
b) Tienen una etiqueta o leyenda donde constan las instrucciones de uso	X		
c) El personal responsable conoce la forma de utilización de estos productos	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Verificar que los productos químicos cuenten con notificación sanitaria obligatoria			
2) Rotular los productos químicos con información relativa a requisitos de uso si no la tienen.			
3) Capacitar al personal responsable en el manejo adecuado de estos productos.			
<b>Almacenamiento de los productos químicos</b>			
Existe un espacio claramente identificado para almacenar los productos químicos.		X	
Los productos químicos se encuentran separados de los alimentos.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Determinar un área específica para almacenar los productos químicos de limpieza y desinfección.			
2) Capacitar al personal sobre el almacenamiento de los productos químicos de limpieza y desinfección.			

## 9. Ficha de proceso para el cumplimiento de requisitos relativos al control de plagas y roedores

Control de plagas y roedores	Cumple	No cumple	Cumplimiento Parcial
<b>Programa de control de plagas y roedores</b>			
El mercado cuenta con un programa de control de plagas implementado por el GAD o externalizado.			X
El control de plagas se hace como parte de una práctica habitual de un modelo interno de procesos.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Diseñar un programa de control de plagas. 2) Capacitar al personal en manejo de plagas cuando el servicio es propio del GAD o conocer los procedimientos si el servicio es externalizado. 3) Aplicar el programa de control de plagas. 4) Verificar el cumplimiento. 5) Documentar por escrito las prácticas relacionadas al control de plagas a través de un programa.			
<b>Uso de plaguicidas</b>			
Se usan plaguicidas.		X	
<b>Los plaguicidas que se utilizan:</b>			
a) Tienen notificación sanitaria.		X	
b) Son usados de acuerdo con la ficha técnica		X	
c) El personal responsable está capacitado en la forma de utilización de estos productos		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Verificar que los plaguicidas que se adquieran estén aprobados y registrados por la Autoridad Sanitaria Nacional. 2) Capacitar al personal en el manejo de los plaguicidas conforme a las instrucciones de la ficha técnica. 3) Rotular los plaguicidas con información relativa a la forma de uso.			
<b>Medidas adoptadas por vendedores para control de plagas</b>			
a) El personal del mercado adopta medidas seguras para mantener su puesto libre de plagas (roedores, moscas, gusanos, insectos, entre otros).		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar al personal en manejo de plagas. 2) Realizar inspecciones a fin de determinar que los puestos se encuentran libres de plagas. 3) Supervisar la adopción de medidas seguras de control de plagas por parte del personal del mercado.			

### Disposición de alimentos que hayan sido contaminados por plagas

a) Los alimentos contaminados por plagas o animales se retiran y se destruyen.		X
--	--	---

#### Recomendaciones

- 1) Diseñar un instructivo para la eliminación de alimentos contaminados.
- 2) Capacitar al personal para eliminar los alimentos contaminados.
- 3) Supervisar y registrar el cumplimiento del instructivo (fotografías, videos y documentación).

## 10. Ficha de proceso para el cumplimiento de requisitos relativos a la capacitación

Capacitación	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>El personal recibe capacitación</b>			
Todo el personal del mercado (incluidos administradores e inspectores) ha recibido capacitación.			X
<b>Los temas sobre los que se ha capacitado son:</b>			
a) Buenas prácticas de higiene	X		
b) Buenas prácticas de manufactura	X		
c) Buenas prácticas de almacenamiento	X		
d) Gestión integral de desechos	X		
e) Mercado saludable y productivo con un enfoque de inocuidad de alimentos		X	
<b>Programas específicos</b>			
Existen programas de entrenamiento específicos		X	
Estos programas incluyen:		X	
a) Normas (por ejemplo Norma INEN 2687:2013 Mercados Saludables. Requisitos)		X	
b) Procedimientos (por ejemplo procedimiento de lavado de manos)		X	
c) Precauciones (por ejemplo precauciones de uso de productos químicos)		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Diseñar y ejecutar el programa de capacitación sobre todos los temas señalados 2) Capacitar. 3) Registrar la capacitación. 4) Supervisar el cumplimiento de lo aprendido.			

## 11. Ficha de proceso para el cumplimiento de requisitos relativos al control y aseguramiento de la inocuidad

Control y aseguramiento de la Inocuidad	Cumple	No Cumple	Cumplimiento parcial
<b>Programa de control y aseguramiento de la inocuidad<sup>2</sup></b>			
El mercado cuenta con un programa de control y aseguramiento de la inocuidad.		X	
<b>Este programa tiene las siguientes características:</b>			
a) Es esencialmente preventivo		X	
b) Cubre todas las etapas de manipulación y elaboración del alimento (desde la recepción hasta la comercialización)		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Diseñar un programa de control y aseguramiento de la inocuidad, preventivo, sobre manipulación y elaboración de alimentos.			
2) Capacitar al personal en el programa de control y aseguramiento de la inocuidad, preventivo, sobre manipulación y elaboración de alimentos.			
3) El mercado debe implementar el programa de control y aseguramiento de la inocuidad, preventivo, sobre manipulación y elaboración de alimentos el cual es implementado y supervisado por personal capacitado.			
<b>Dotación de responsable(s) de la supervisión del programa de control y aseguramiento de la inocuidad</b>			
Existe uno o varios responsables capacitados para la supervisión del programa de control y aseguramiento de la inocuidad.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) El mercado debe nombrar a un responsable/es del programa de control y aseguramiento de la inocuidad.			
2) El mercado capacita al responsable/es del programa de control y aseguramiento de la inocuidad.			
<b>Supervisión del programa de control y aseguramiento de la inocuidad</b>			
<b>Los supervisores del programa realizan:</b>			
a) Inspecciones frecuentes		X	
b) Informes escritos		X	
c) Ponen en conocimiento de los involucrados estos informes (no solo al superior)		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar la programación de inspecciones.			
2) Realizar inspecciones frecuentes y reportarlas a través de informes escritos			

<b>Contenido del programa de control y aseguramiento de la inocuidad</b>			
<b>El programa de control y aseguramiento de la inocuidad contiene como mínimo:</b>			
<b>Criterios técnicos para la recepción de:</b>			
a) Alimentos frescos		X	
b) Alimentos procesados		X	
c) Alimentos preparados		X	
<b>Documentos técnicos como:</b>			
a) Manuales		X	
b) Procedimientos		X	
c) Instructivos		X	
d) Registros		X	
<b>Documentación de equipos de uso común que incluyan:</b>			
a) Planes de mantenimiento		X	
b) Programas		X	
c) Planes de muestreo		X	
d) Otros		X	
Programas de promoción y divulgación de mensajes sobre inocuidad de alimentos		X	
Muestreo frecuente y sin previo aviso de alimentos		X	
<b>Controles diarios de temperaturas en:</b>			
a) Equipos		X	
b) Alimentos		X	
c) Áreas de almacenamiento		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Diseñar un programa de aseguramiento de la inocuidad que contemple todos los aspectos detallados.			
2) Capacitar al personal en el programa de aseguramiento de la inocuidad.			
3) Implementar con el personal capacitado el programa de aseguramiento de la inocuidad.			

## 12. Ficha de proceso para la aplicación de las recomendaciones relativas a la promoción de la salud

Promoción de la salud	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Derechos humanos y prevención de la violencia de género</b>			
Cuenta con una planificación de capacitaciones en temas de:			
a) Derechos humanos			X
b) Violencia de género			X
c) Canales de protección a las víctimas de violencia de género			X
La capacitación se realiza por lo menos dos veces al año.	X		
Se realiza seguimiento a los casos de violencia de género suscitados dentro del mercado.	X		
Existe un registro del número de casos de violencia de género que se han derivado a las instancias pertinentes (MSP, Fiscalía).	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) El administrador hace las gestiones pertinentes ante el MSP para contar con un cronograma de capacitaciones sobre en temas de derechos, violencia de género y canales de protección a las víctimas.			
2) El administrador del mercado hace seguimiento al cronograma de capacitaciones el cual debe incluir la ruta de atención y denuncia, en coordinación con las instituciones pertinentes (MSP, Fiscalía).			
3) Llevar un registro del número de casos que se han derivado a las instancias pertinentes.			
<b>Salud sexual y reproductiva</b>			
Con una periodicidad de 2 veces al año, se solicita oficialmente al MSP el desarrollo de acciones de promoción de la salud sexual y reproductiva (talleres, capacitaciones o ferias , en temas de planificación familiar, derechos sexuales y derechos reproductivos y prevención de ITS, incluido el control durante el embarazo)		X	
El mercado cuenta dentro de sus servicios higiénicos con una máquina dispensadora de condones, masculinos o femeninos		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Se realizan las gestiones ante el MSP solicitando capacitación en temas de salud sexual y reproductiva.			
2) Se hacen las gestiones pertinentes para la instalación de una máquina dispensadora de condones.			
3) Se verifica que la máquina dispensadora esté debidamente recargada.			

<b>Consumo de alcohol, tabaco y otras sustancias nocivas</b>			
Con una periodicidad de 2 veces al año, se solicita oficialmente al MSP, el desarrollo de actividades de concientización y sensibilización en relación al:			
a) Consumo de alcohol.	X		
b) Consumo de tabaco.	X		
c) Consumo de sustancias estupefacientes y psicotrópicas.	X		
<b>Prácticas saludables</b>			
Con una periodicidad de 2 veces al año, se solicita oficialmente al MSP, el desarrollo de actividades de sensibilización en relación a:			
a) Nutrición y alimentación saludable: <ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción del consumo de frutas y verduras</li> <li>Fomento del consumo de porciones y cantidades adecuadas, en especial criterios para la preparación de un plato saludable para venta en el mercado</li> <li>Procesamiento de alimentos y etiquetado del semáforo</li> <li>Promoción del consumo de agua segura</li> </ul>		X	
b) La importancia de la práctica de actividad física		X	
c) Destrezas para el manejo de conflictos y el afrontamiento de ansiedad y estrés		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Se realizan las gestiones pertinentes para establecer un cronograma de capacitaciones por parte del MSP al personal del mercado sobre prácticas saludables (nutrición, actividad física, destrezas para el manejo de conflictos y el afrontamiento de ansiedad y estrés, consumos nocivos, entre otros).			
2) En el caso de identificar problemas por cualquiera de estos consumos, se derivará a los establecimientos de salud del MSP, a través de la línea 171, opción 2.			
3) Se prohíbe la venta de alcohol y tabaco dentro del mercado saludable.			
4) Se difunde material informativo sobre prácticas saludables a los trabajadores y usuarios del mercado.			
5) Se ejecuta y supervisa el cronograma de capacitaciones.			
<b>Espacios saludables</b>			
El mercado cuenta con:			
a) Bebedero(s) de agua	X		
b) Espacio(s) para la práctica de actividad física (bailoterapia, fútbol, ecuavoley, etc.)		X	
c) El mercado ha sido declarado como espacio libre de humo de tabaco.		X	

**Recomendaciones**

- 1) Verificación de espacios para la colocación de bebederos de agua y práctica de actividad física.
- 2) Declaración de mercado como espacio libre de humo de tabaco.
- 3) Presentar un plan a las autoridades municipales con un presupuesto para bebederos de agua, práctica de actividad física, comedores saludables y otras acciones para la generación de prácticas saludables.
- 4) Implementación del plan de promoción de agua segura, actividad física, alimentación saludable y otras acciones para la generación de prácticas saludables en los espacios del mercado.

*Elaboración: Equipo técnico de espacios y prácticas saludables. MSP/2015 en colaboración con Control Sanitario-MSP, MCDS y AME*

**Anexo 12.** Fichas de Evaluación Mercado Mayorista**FICHAS DE VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y LA CERTIFICACIÓN DE MERCADOS SALUDABLES**

**Fecha de levantamiento de la información:** 08 de septiembre del 2021

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Ibarra

**Parroquia:** Sagrario

**Ubicación:** (X) Urbano ( ) Rural ( ) Urbano marginal

**GENERALIDADES**

**Nombre del mercado:** Compañía de Economía Mixta Mercado Mayorista de Ibarra “COMERCIBARRA”

**Tiempo de funcionamiento:** (X) años ( ) meses

**Dirección:** Av. Jaime Roldos Aguilera y Calle Juan Hernández

**Horarios de atención:** 4:00 am – 22:00 pm

**Giros (o áreas) que tiene el mercado:** Perecibles al por mayor y menor

**Persona responsable de la verificación:** Eco. Fausto Hernández y Sr. Santiago Ramos

**Nombre del administrador del mercado:** Msc. Iván Lara Borja

*Todas las celdas de la columna 'cumple' que se encuentran sombreadas, son los criterios mínimos de cumplimiento establecidos para ser reconocido como mercado responsable*

## 1. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos a la infraestructura

Localización, diseño y construcción	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Cercanía a fuentes de contaminación</b>			
El mercado está alejado de fuentes de contaminación.		X	
Se han planificado medidas preventivas frente al riesgo de contaminación.	X		
Se cuenta con presupuesto para implementar las medidas preventivas de contaminación.	X		
Se cuenta con plan de monitoreo de medidas preventivas frente al riesgo de contaminación.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Concientizar sobre el peligro que representa que el mercado esté en zona cercana a fuentes de contaminación o inundación. 2) Presentar medidas preventivas. 3) Hacer plan de control de inundaciones y o contaminación industrial. 4) Hacer plan de monitoreo. 5) Iniciar actividades del plan de medidas de control y monitoreo.			
<b>Impedimento al acceso de animales, polvo, materias extrañas</b>			
La infraestructura física impide el ingreso de animales.		X	
La infraestructura física impide el ingreso de polvo que contamina los productos.		X	
Se han tomado acciones para el control de plagas.	X		
El mercado cuenta con un plan de control de plagas.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Elaborar un informe que detalle los riesgos de salud que tienen los usuarios por la presencia de animales, polvos y materias extrañas. 2) Elaborar un plan de trabajo que contemple las medidas complementarias y presupuesto para solucionar los problemas detectados. 3) Iniciar el proceso de construcción de las obras complementarias.			
<b>Disponibilidad de espacio</b>			
Existe espacio suficiente para los puestos de comercialización.	X		
Existe suficiente espacio para los equipos de los vendedores.	X		
Existe suficiente espacio para el movimiento de usuarios y materiales.	X		

<b>Recomendaciones</b>			
1) Verificar que el mercado esté edificado conforme las normas de construcción. 2) Realizar los estudios y diseños correspondientes para la ampliación de los espacios físicos y definir el presupuesto requerido. 3) Realizar la ampliación física del mercado de acuerdo con los procesos legales y técnicos.			
<b>Mantenimiento y limpieza</b>			
El mercado cuenta con servicios de limpieza y desinfección de la infraestructura.	X		
El mercado cuenta con un plan de mantenimiento de la infraestructura.	X		
El mercado cuenta con el presupuesto necesario para implementar el plan de mantenimiento de la infraestructura.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Determinar e informar a las autoridades sobre las dificultades para realizar el mantenimiento, limpieza y desinfección de la infraestructura. 2) Cuantificar los costos para realizar los cambios necesarios a las facilidades. 3) Ejecutar acciones.			
<b>Cuidado de niños y niñas</b>			
El mercado cuenta con un centro de desarrollo infantil para el cuidado de niños/as, de los trabajadores/as del mercado.		X	
Si cuenta con el centro, este presta las condiciones necesarias exigidas por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (Ver Anexo 5. Normativa para la autorización de funcionamiento de la prestación de servicios de desarrollo integral)		X	
El mercado cuenta con los recursos necesarios para la construcción o adecuación de un centro de desarrollo infantil.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Se establece la necesidad de contar con un centro de desarrollo infantil, se realiza el presupuesto necesario y se informa a las autoridades. 2) Construir o adecuar un centro de desarrollo infantil, de conformidad con las exigencias del MIES.			
<b>Sistema de drenaje</b>			
Cuenta con sistema de drenaje adecuado para agua lluvia.	X		
Cuenta con sistema de drenaje adecuado para aguas residuales.		X	
<b>Condición de los drenajes y sistemas de disposición de efluentes</b>			
Los drenajes y sistemas de disposición de efluentes están construidos para evitar la contaminación de los alimentos, del agua potable o de otra fuente de agua.	X		



<b>Recomendaciones</b>			
1) Elaborar un informe técnico respecto de la alta contaminación que se está generando e informar a las autoridades. 2) Realizar un estudio y diseño de alternativas de sistemas de evacuación de aguas lluvia y residuales con su debido tratamiento. 3) Ejecutar los procesos de construcción del sistema de drenaje de aguas lluvias y residuales.			
<i>Áreas y estructuras internas</i>	<i>Cumple</i>	<i>No cumple</i>	<i>Cumplimiento parcial</i>
<b>Señalización</b>			
El mercado cuenta con señalización.	X		
La señalización facilita el flujo de trabajo y sigue de preferencia el principio de flujo hacia delante.	X		
La señalización es acorde con la norma. (Ver Anexo 6. NTE INEN ISO 3864-1:2013 sobre Símbolos gráficos, colores de seguridad y señales de seguridad, Parte 1: Principios de diseño para señales de seguridad e indicaciones de seguridad)	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar una reunión técnica con los responsables del mercado para analizar los requisitos de señalización que debe cumplir el mercado y presentar un informe a las autoridades. 2) Socializar la señalización de mercados de acuerdo con la norma NTE INEN-ISO 3864-1:2013, colores, señales y símbolos de seguridad, Parte 1: Principios de diseño para señales de seguridad e indicaciones de seguridad. 3) Realizar los diseños de acuerdo con la Norma vigente NTE INEN-ISO 3864-1:2013 y el presupuesto necesario. 4) Ejecutar las acciones correspondientes para la implementación de la señalización, de acuerdo con la norma antes citada.			
<b>División de áreas</b>			
Las áreas internas se encuentran divididas en zonas o giros.	X		
Las zonas están divididas dependiendo de los riesgos de contaminación.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar un diagnóstico de la distribución del mercado por giros o zonas. 2) Elaborar e implementar una propuesta de distribución de los productos por zonas o giros y presentarla a las autoridades.			
<b>Material pisos, paredes y techos</b>			
Los pisos son de material lavable, impermeable y no poroso.	X		
Las paredes son de material lavable, impermeable y no poroso.	X		
Los techos son de material lavable, impermeable y no poroso.	X		

<b>Recomendaciones</b>			
1) El administrador del mercado debe emitir un informe a las autoridades para que asignen recursos para el mantenimiento o adecuación y cambio de materiales de construcción si el existente no permite la limpieza, o si existen filtraciones en la cubierta u otros elementos del mercado. 2) Realizar un informe técnico de las necesidades de mantenimiento o adecuaciones y cambio de material de construcción y un plan de trabajo a corto plazo. 3) Asegurar el mantenimiento continuo de paredes, pisos y techos.			
<b>Material de las paredes de los puestos de comercialización</b>			
Las paredes de los puestos de comercialización tienen recubrimiento de cerámica o pintura lavable.	X		
Las paredes de los puestos de comercialización miden 2 metro mínimo. (alto)	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Elaborar un informe del estado de las paredes de los puestos y la necesidad de colocar cerámica o pintura lavable o reemplazarla si se encuentra deteriorada. 2) Elaborar una propuesta técnica de cambio que incluya el presupuesto para mejorar las paredes de los puestos. 3) Realizar las acciones correspondientes para las adecuaciones de las paredes de los puestos.			
<b>Uniones</b>			
Las uniones de las paredes y pisos son cóncavas redondeadas, lo que facilita la limpieza y desinfección	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar una inspección a las uniones de paredes y pisos. Efectuar una propuesta para mejorar, de manera que se facilite la limpieza y desinfección, y presentarla a las autoridades. 2) Identificar técnicamente las acciones correctivas necesarias y elaborar el presupuesto correspondiente. 3) Ejecutar las actividades de mejoramiento, según los procesos establecidos.			
<b>Área de preparación de alimentos</b>			
Las superficies que están en contacto con los alimentos no contienen sustancias tóxicas (como asbesto cemento) y son fáciles de mantener, limpiar y desinfectar.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Analizar el material y la superficie que están en contacto con los alimentos y elaborar un informe detallado sobre los cambios que hay que realizar. 2) Valorar el costo de cambios requeridos a las superficies que están en contacto con los alimentos. 3) Implementar las acciones para realizar el cambio.			
<b>Pisos</b>			
Los pisos son de material antideslizante y liso.		X	
Los pisos son resistentes al tráfico de personas, coches de productos y a los golpes.	X		

Los pisos están libres de grietas y roturas.			X
Los pisos tienen una pendiente mínima de 2 % para permitir el drenaje de efluentes, el agua no se acumula ni se produce fango con la movilización de las personas.	XX		
Los drenajes de piso tienen protección adecuada, son conducidos por cañerías y están diseñados para permitir la limpieza.	X		
Los drenajes tienen sellos hidráulicos y cuentan con trampas para grasa y sólidos.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Valorar el costo y nivel de esfuerzo requerido para reparar o reemplazar los pisos.			
2) Realizar el diseño, definir el material que se usará y elaborar el presupuesto.			
3) Realizar los trámites para cambiar los pisos.			
<b>Condiciones higiénico-sanitarias de los techos, falsos techos e instalaciones suspendidas</b>			
Los techos e instalaciones suspendidas facilitan la limpieza.	X		
<b>Están contruidos para evitar:</b>			
a) Acumulación de suciedad			X
b) Condensación		X	
c) Formación de mohos			X
<b>Construcción de las ventanas y aberturas</b>			
Las ventanas están contruidas para evitar la acumulación de polvo.	X		
Las ventanas están provistas de malla contra plagas.	X		
<b>Superficie de las puertas</b>			
<b>Las puertas tienen superficie:</b>			
a) Lisa		X	
b) No absorbente		X	
c) De fácil limpieza	X		
<b>Condición de superficies relacionadas con acumulación de restos de alimentos y suciedades</b>			
Se cuenta con un plan y con el presupuesto para la reparación inmediata de cualquier rotura o desperfecto en el mercado.	X		
<b>Condición de los pasillos</b>			
Los pasillos no son utilizados como área de almacenamiento.	X		

**Recomendaciones**

- 1) Realizar una inspección y presentar un informe a las autoridades que indique la necesidad de hacer las adecuaciones necesarias.
- 2) Elaborar el presupuesto correspondiente y solicitar la asignación presupuestaria para realizar las adecuaciones.
- 3) Implementar las actividades de adecuación.

<i>Iluminación y Ventilación</i>	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Iluminación</b>			
El mercado tiene la iluminación adecuada, ya sea natural o artificial.	X		
<b>Sistema eléctrico</b>			
El sistema eléctrico está en buenas condiciones.	X		
El mercado cuenta con un generador alterno de energía.		X	
<b>Ventilación</b>			
Hay ventilación natural o artificial adecuada.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar una evaluación al sistema eléctrico y de ventilación, e informar a las autoridades.			
2) Elaborar un presupuesto.			
3) Ejecutar acciones.			
<i>Iluminaciones sanitarias</i>	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Dotación</b>			
<b>Cuenta con:</b>			
a) Servicios higiénicos	X		
b) Duchas			X
c) Vestidores			X
<b>Las instalaciones sanitarias:</b>			
a) Son suficientes en número (Ver Anexo 7. Baterías sanitarias en comercios y oficinas).	X		
b) Son distribuidas para hombres y mujeres.	X		
c) Son accesibles para personas con discapacidad según la norma INEN 2293 (Ver Anexo 8. NTE INEN 2293:2001 sobre Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico. Área higiénico-sanitaria)		X	

Condición			
Las instalaciones sanitarias están provistas de:			
a) Agua	X		
b) Insumos de higiene personal (papel higiénico, jabón líquido, gel antiséptico, toallas desechables o secadores eléctricos)	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Elaborar un informe sobre las necesidades de facilidades para la higiene personal.			
2) Diseñar las facilidades de higiene requeridas, elaborar el presupuesto y presentarlo a las autoridades.			
3) Construir los espacios necesarios para la higiene personal.			

## 2. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos a los servicios

Suministro de Agua	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Condiciones del agua potable</b>			
El Mercado dispone de:			
a) Sistema continuo de agua potable	X		
O de instalaciones para:			
a) Almacenamiento de agua		X	
b) Tratamiento de agua		X	
c) Distribución de agua	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Informar a las autoridades municipales sobre los efectos en la salud humana por el consumo de agua de mala calidad.			
2) Almacenar el agua de manera que asegure las condiciones mínimas de calidad.			
2) Monitorear la calidad de agua potable que se consume.			
<b>Condiciones de sistema de abastecimiento de agua no potable</b>			
Existe un sistema de abastecimiento de agua no potable independiente y está identificado.		X	
Se utiliza el agua no potable en sistemas contra incendios, refrigeración y otras aplicaciones similares.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Informar a las autoridades sobre la necesidad de abastecimiento de agua potable para consumo.			
2) Informar a las autoridades sobre los problemas a la salud por el consumo de agua no potable.			
3) Capacitar en el uso, almacenamiento, tratamiento y distribución de agua no potable.			
4) Aplicar medidas y control sobre el cumplimiento de estas.			

Desechos líquidos y drenaje			
<b>Dotación de sistema de tratamiento de descargas líquidas</b>			
El mercado tiene un sistema de tratamiento de descargas líquidas.		X	
El sistema de tratamiento de descargas líquidas cuenta con dispositivos de separación de grasa.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Informar a las autoridades municipales sobre la necesidad de cumplir con la normativa ambiental vigente.			
2) Evaluar la necesidad y las posibles alternativas de sistemas de tratamiento de descargas líquidas e informar a las autoridades sobre las opciones existentes.			
3) Capacitar al personal sobre el manejo de descargas líquidas.			
4) Realizar las acciones correctivas necesarias para restablecer el funcionamiento óptimo sistema de eliminación de desechos líquidos.			
Residuos Sólidos	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Gestión de los residuos sólidos</b>			
El mercado cuenta con:			
a) Un sistema de recolección diferenciada interna de desechos (orgánicos e inorgánicos)	X		
b) Áreas de almacenamiento provisional	X		
<b>Características del área de almacenamiento:</b>			
a) Tiene cubierta		X	
b) Piso impermeable		X	
c) Ventilación	X		
d) Señalización	X		
e) Accesible para recolección	X		
f) Accesible para disposición final de los residuos	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Identificar el área de almacenamiento temporal de residuos sólidos y promover la clasificación interna.			
2) Gestionar la continuidad del transporte ante el GAD.			
3) Adecuar el área de almacenamiento diferenciado de residuos sólidos.			
4) Capacitar a los comerciantes en la clasificación de residuos sólidos.			
5) Elaborar un plan de manejo interno de residuos sólidos.			
6) Gestionar ante el GAD los correctivos necesarios del transporte.			
7) Implementar un plan de manejo interno de residuos sólidos.			

<b>Condición de los recipientes para residuos sólidos en los puestos</b>			
Hay recipientes para desechos	X		
<b>Los recipientes para desechos:</b>			
a) Están ubicados en lugares adecuados	X		
b) Están en buen estado	X		
c) Cuentan con funda plástica		X	
d) Tienen tapa	X		
<b>Recomendaciones</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Realizar una inspección y elaborar un informe sobre el estado de los recipientes e informar a las autoridades.</li> <li>2) Elaborar el presupuesto para el requerimiento de cambio de recipientes.</li> <li>3) Implementar un plan de mantenimiento que incluya las acciones necesarias para asegurar un adecuado estado de los recipientes.</li> </ol>			

### 3. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos a equipos y utensilios

Equipos y utensilios	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Condición de equipos y utensilios para manipulación</b>			
<b>Los equipos y utensilios:</b>			
a) Están en buen estado			X
b) Son de materiales no tóxicos como acero inoxidable	X		
<b>Recomendaciones</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Realizar una inspección y elaborar un informe sobre el estado de los recipientes, e informar a las autoridades.</li> <li>2) Elaborar el presupuesto para el requerimiento de cambio de recipientes.</li> <li>3) Implementar un plan de mantenimiento que incluya las acciones necesarias para asegurar un adecuado estado de los recipientes.</li> </ol>			
<b>Materiales de los equipos y utensilios</b>			
Los equipos y utensilios son de materiales que permiten la fácil limpieza y desinfección.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Capacitar a los comerciantes en la utilización de materiales que se puedan limpiar y desinfectar.</li> <li>2) Determinar los costos de los materiales que deben cambiar.</li> <li>3) Realizar la adquisición y cambio respectivo.</li> </ol>			

<b>Tablas de cortar</b>			
<b>Las tablas de cortar son:</b>			
a) Fáciles de limpiar	X		
b) Se reemplazan cuando están deterioradas	X		
c) Son de materiales adecuados (plástico, madera dura o vidrio)	X		
<b>Recomendaciones</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Realizar una inspección y verificación del estado en que se encuentran las tablas de cortar, si no cumple con las condiciones exigidas informar a los comerciantes para su reposición.</li> <li>2) Elaborar un detalle de las condiciones de las tablas y un presupuesto para su adquisición.</li> <li>3) Realizar el proceso de acompañamiento para la compra y reposición, y elaborar un plan de monitoreo.</li> </ol>			
<b>Limpieza de los equipos</b>			
Los equipos se lavan y se desinfectan todos los días.	X		
Se lavan con agua potable.	X		
Se desmontan las partes durante el lavado.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Capacitar a los comerciantes sobre la necesidad de lavar los equipos después de cada jornada.</li> <li>2) Realizar un plan de vigilancia y control de lavado y desinfectado de los equipos.</li> <li>3) Monitorear permanentemente el cumplimiento de la disposición.</li> </ol>			
<b>Limpieza de los utensilios</b>			
<b>Los utensilios se lavan con:</b>			
a) Detergente	X		
b) Agua potable	X		
c) Agua corriente (sin uso de baldes)	X		
<b>Los utensilios se almacenan</b>			
a) Limpios	X		
b) Secos		X	
c) Protegidos		X	
<b>Recomendaciones</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Inspeccionar que en el lavado de los utensilios se cumpla; capacitar a los comerciantes para que lo hagan.</li> <li>2) Realizar inspecciones periódicas y observar a quienes no cumplen.</li> <li>3) Realizar inspecciones continuas para exigir el cumplimiento.</li> </ol>			

#### 4. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos a la adquisición, comercialización, transporte, recepción y almacenamiento de alimentos

Adquisición y comercialización	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Adquisición y comercialización de alimentos</b>			
a) La comercialización, la adquisición y la conservación se hacen según el giro del producto, y en lugares limpios y sobre estantes o cajones.	X		
<b>Recomendaciones</b> 1) Realizar un taller con los comerciantes de los mercados, introductores y expendedores para hacerles conocer la importancia de comercializar en áreas adecuadas. 2) Un equipo técnico municipal elabora un informe sobre las necesidades de mejorar los espacios y la dotación de insumos para proteger los alimentos. Este informe será socializado con los expendedores y las autoridades. 3) Acompañar a los actores y controlar a través de seguimiento sobre el cumplimiento de los compromisos es responsabilidad directa del administrador del mercado.			
<b>Adquisición de carnes</b>			
a) Las carnes y productos cárnicos cuentan con sello del centro de faenamiento e inspección post mortem.	X		
<b>Recomendaciones</b> 1) Capacitar a los expendedores sobre la necesidad de adquirir la carne con el sello del centro de faenamiento. 2) Vigilar el cumplimiento, en coordinación con los centros de faenamiento. 3) Exigir cumplimiento mediante la aplicación de la ordenanza o marco legal aplicable. 4) Coordinar con Agrocalidad.			
<b>Adquisición y comercialización de alimentos frescos</b>			
1) Los alimentos adquiridos y comercializados tienen propiedades organolépticas, de frescura (color, sabor, olor).	X		
<b>Recomendaciones</b> 1) Capacitar a los comerciantes sobre la necesidad de expender productos frescos. 2) Realizar inspecciones frecuentes para asegurar que se expendan productos frescos, con el apoyo de autoridad (Policía Municipal). 3) Exigir cumplimiento por parte de los responsables de la administración del mercado mediante la aplicación del marco legal (ordenanza)			
<b>Adquisición y comercialización de alimentos procesados</b>			
a) Los alimentos procesados adquiridos y comercializados tienen notificación sanitaria.	X		

<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar un taller sobre la prohibición de comercializar productos procesados que no cuenten con notificación sanitaria, etiquetado y rotulado. 2) Realizar una capacitación relacionada al procesamiento de alimentos utilizando la clasificación NOVA, que rescata los alimentos naturales y desalienta el consumo de ultra procesados. 3) Realizar inspecciones frecuentes para vigilar cumplimiento. 4) Exigir cumplimiento mediante aplicación del marco legal aplicable (ordenanza).			
<b>Condición de alimentos procesados</b>			
a) Los alimentos procesados cumplen con los requisitos de etiquetado (Ver Anexo 9. Reglamento sanitario sustitutivo de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano).			X
<b>Recomendaciones</b> 1) Capacitar a los comerciantes sobre los riesgos de vender productos cuya fecha de vencimiento ha sido superada. 2) Realizar inspecciones frecuentes para vigilar cumplimiento. 3) Coordinar las inspecciones con la Comisaría. 4) Exigir Cumplimiento.			
<b>Transporte, recepción y almacenamiento</b>			
<b>Condición de vehículos que transportan alimentos para proveer al mercado</b>			
a) Los vehículos que proveen alimentos al mercado están limpios y libres de contaminantes, asegurando la inocuidad de los alimentos.			X
b) Cuentan con condiciones de refrigeración según el tipo de alimento.		X	
<b>Recomendaciones</b> 1) Realizar un taller de capacitación con los transportistas de alimentos sobre las condiciones de transporte que deben reunir para realizar esta labor. 2) Coordinar con Agrocalidad la mejora del transporte. 3) Realizar un plan de trabajo para las adecuaciones en los vehículos de transporte para generar el servicio de transporte. 4) Exigir cumplimiento mediante la aplicación del marco legal aplicable (ordenanza).			
<b>Área de vehículos</b>			
<b>El área de los vehículos que transportan alimentos:</b>			
a) Es de material de fácil limpieza	X		
b) Protege al alimento de contaminaciones, alteraciones y efectos del cambio de temperaturas.			X

<b>Recomendaciones</b>			
1) Informar a los propietarios de los vehículos que transportan alimentos sobre las condiciones que deben tener estos para evitar la contaminación de los productos.			
2) Realizar un detalle por vehículo y tipo de alimento que transporta para que efectúe su adecuación correspondiente.			
<b>Movilización de los vehículos transportadores para proveer al mercado de carne de animales de abasto</b>			
a) El vehículo proveedor de carne cuenta con la guía de movilización del centro de faenamiento.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Hacer público a los transportistas de animales de abasto la exigencia de contar con el manual de movilización del centro de faenamiento de origen.			
2) Realizar inspecciones frecuentes.			
3) Exigir el cumplimiento de la normativa del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca			
<b>Recepción de alimentos</b>			
a) Los alimentos son recibidos en áreas limpias y protegidas.	X		
b) Las carnes y pescados son colocados en bandejas.	X		
c) Los productos a granel son colocados en envases.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes sobre las condiciones que debe reunir para la recepción de los alimentos.			
2) Consultar para el caso en donde no existe un lugar adecuado para la recepción que se propone.			
3) Monitorear los cumplimientos de las condiciones de recepción de los alimentos.			
4) Realizar el requerimiento de la adecuación de las áreas de desembarque a la autoridad municipal.			
<b>Almacenamiento de alimentos procesados</b>			
a) Los productos y alimentos procesados se almacenan de manera adecuada.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes sobre cómo almacenar los productos y alimentos procesados de manera que se evite el deterioro y contaminación.			
2) Inspeccionar el cumplimiento de las observaciones realizadas para evitar el deterioro y contaminación de los productos y alimentos.			
3) Exigir cumplimiento.			
<b>Conservación de alimentos perecederos</b>			
a) Los alimentos perecederos se conservan refrigerados a las temperaturas recomendadas para cada alimento	X		

<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes que expenden alimentos perecederos sobre el uso de mantenerles a los productos en refrigeración.			
2) Realizar inspecciones de cumplimiento, mediante la aplicación del marco legal aplicable.			
3) Exigir cumplimiento.			
<b>Almacenamiento de productos y alimentos procesados</b>			
a) Los productos y alimentos procesados están almacenados en tarimas y estanterías.			X
b) Están ubicados por lo menos a 20 cm del piso y de la pared.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes respecto del almacenamiento de los alimentos procesados.			
2) Realizar inspecciones, notificaciones o sanción económica de acuerdo con el marco legal aplicable (ordenanza).			
<b>Almacenamiento de alimentos de origen animal y vegetal</b>			
a) Los alimentos de origen animal y vegetal se almacenan por separado evitando la contaminación cruzada.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Informar a los comerciantes que se debe almacenar de forma separada los alimentos vegetales y animales.			
2) Presentar a los comerciantes un plan de separación de alimentos vegetales y animales.			
3) Se exige de forma inmediata la separación.			
4) Especificar en qué área se deben almacenar tanto los alimentos vegetales como los animales.			
<b>Almacenamiento de alimentos crudos y cocidos</b>			
a) Los alimentos crudos y cocidos se encuentran almacenados en recipientes individuales para evitar la contaminación cruzada.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes sobre el almacenamiento de productos cocidos y crudos.			
2) Realizar un instructivo de separación de alimentos crudos y cocidos, y entregarlo a los comerciantes para su cumplimiento.			
3) Exigir cumplimiento para precautelar la salud.			

## 5. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos al puesto de comercialización

Requisitos relativos al puesto de comercialización	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Puesto de comercialización</b>			
a) Los puestos y sus alrededores se encuentran ordenados y limpios.	X		
b) Los puestos de comercialización se utilizan para el giro autorizado, no para vivienda.	X		
c) Los puestos están agrupados en giros de acuerdo con la naturaleza de los productos en secciones específicas, por ejemplo, frutas, hortalizas, entre otras.	X		
d) Las mesas y mostradores están ubicados de manera ordenada y alineada, facilitando el tránsito de usuarias y usuarios.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes sobre la necesidad de mantener limpios y ordenados los puestos y sus alrededores. 2) Realizar un control permanente para asegurar el cumplimiento. 3) Exigir cumplimiento por parte de los responsables de la administración del mercado.			
<b>Material de estanterías</b>			
a) Las estanterías son de material anticorrosivo o plástico, y permiten la limpieza y desinfección.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar una inspección a los materiales de las estanterías y realizar un plan de cambio, e informar a las autoridades y comerciantes el mal estado de estas. 2) Elaborar un detalle de necesidades de cambio de material de las estanterías y un presupuesto para el cambio respectivo. 3) Implementar las actividades necesarias para cambiar las estanterías y asignar los recursos para cambiarlas.			
<b>Exhibición de alimentos no perecederos</b>			
a) Los alimentos no perecederos están exhibidos y protegidos en vitrinas.		X	
b) Los alimentos perecederos están exhibidos en vitrinas frigoríficas y son colocados en recipientes individuales.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes sobre la necesidad de proteger en vitrinas a los alimentos perecederos y no perecederos. 2) Realizar inspecciones frecuentes para asegurar que se cumpla esta disposición. 3) Exigir a los comerciantes el uso de las vitrinas para asegurar la calidad de los alimentos.			
<b>Equipamiento de puestos de comercialización y manipulación de alimentos perecederos</b>			
a) Los puestos cuentan con agua potable			X
b) Los puestos de comercialización de los alimentos perecederos cuentan con instalaciones para aguas residuales.		X	

c) Cuentan con recipientes diferenciados para residuos sólidos.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar un estudio para determinar las necesidades de adecuación de los puestos, de manera que cuenten con agua potable e instalaciones de evacuación de aguas residuales. 2) Realizar el requerimiento, elaborar el presupuesto necesario para efectuar la obra de dotación de agua potable e instalaciones para evacuación de aguas residuales. 3) Acompañar en la implementación de las obras de adecuación requeridas.			
<b>Manejo del puesto de comercialización de alimentos</b>			
a) El puesto de comercialización separa los alimentos de otros productos.	X		
b) El puesto de comercialización elimina los alimentos en mal estado.	X		
c) Protege de contaminación durante la manipulación y almacenamiento.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar talleres de capacitación dirigidos a los comerciantes para mantener los alimentos de acuerdo a las buenas prácticas higiénicas. 2) Efectuar inspecciones frecuentes 3) Exigir el cumplimiento, a través de los responsables de la administración del mercado.			
<b>Higiene del puesto de comercialización</b>			
Los puestos de comercialización se mantienen limpios y desinfectados.			X
<b>La limpieza se hace siguiendo los siguientes pasos:</b>			
a) Se eliminan los desechos de las superficies	X		
b) Se aplica detergente para desprender la capa de suciedad y de microorganismos			X
c) Se enjuaga con agua para eliminar suciedad suspendida y residuos de detergente			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes de los puestos sobre la correcta forma de mantenerlos desinfectados y sobre los métodos apropiados para mantener limpio un puesto. 2) Realizar inspecciones para verificar que se cumpla lo dispuesto, y elaborar un programa de limpieza y desinfección por parte de los comerciantes. 3) Exigir cumplimiento. 4) Aplicar el marco legal (ordenanza).			
<b>Implementos de limpieza</b>			
Son de uso exclusivo.	X		
Se limpian y desinfectan frecuentemente.		X	

## 6. Ficha de proceso de cumplimiento de requisitos relativos a la preparación de alimentos

Requisitos relativos a la preparación de alimentos	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Preparación preliminar</b>			
<b>Lavado de las superficies que entren en contacto con los alimentos</b>			
a) Las superficies que entran en contacto con los alimentos se lavan y se desinfectan, antes del inicio y al final de la jornada,			X
<b>Lavado de los utensilios que se utilizan</b>			
a) Los utensilios son lavados con agua potable y lavavajillas.	X		
<b>Mezcla de ingredientes y recipientes</b>			
a) Los ingredientes son mezclados en recipientes destinados para ese fin.	X		
b) Los recipientes no contienen sustancias tóxicas.	X		
c) Los recipientes que se utilizan nunca han contenido anteriormente algún producto tóxico (pintura, aceite de motor, detergentes).	X		
<b>Aseo de manos de manipuladores de alimentos</b>			
a) Los manipuladores de alimentos se lavan las manos con agua y jabón.			X
b) Se desinfectan con algún producto antibacterial o alcohol (al 70%)			X
<b>Lavado de hortalizas, verduras y otros alimentos</b>			
a) Las hortalizas y verduras se lavan con agua potable (con especial cuidado hacia aquellas que se consumen crudas).			X
b) Se añaden soluciones desinfectantes que cuenten con notificación sanitaria obligatoria a hortalizas y verduras que se consumen crudas.		X	
c) Todos los alimentos son lavados previamente antes de su preparación, incluso carnes y productos cárnicos.	X		
<b>Preparación de alimentos</b>			
<b>Cocción de alimentos</b>			
a) Todos los alimentos son cocidos completamente; especialmente las carnes rojas, pollos, huevos y pescados.	X		

<b>Alimentos que no se sirven de inmediato</b>			
a) Los alimentos que no se sirven de inmediato se mantienen en un lugar fresco, ventilado o refrigerado.	X		
<b>Conservación de alimentos</b>			
a) Los alimentos son refrigerados por debajo de los 5 °C	X		
b) Los alimentos son hervidos, cocinados, horneados y calentados por sobre los 60°C.	X		
c) Los alimentos congelados se mantienen a -18 °C.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes sobre: <ol style="list-style-type: none"> <li>La forma adecuada de mantener limpias las superficies que entran en contacto con alimentos</li> <li>La forma correcta de lavar los utensilios</li> <li>Tipos de recipientes adecuados para las preparaciones</li> <li>Técnicas de lavado de manos</li> <li>Técnicas de lavado de hortalizas, verduras y otros alimentos</li> <li>Técnicas de cocción de los alimentos</li> <li>Técnicas adecuadas de tratamiento de alimentos que no se sirven de inmediato</li> </ol>			
2) Hacer seguimiento de la aplicación de los conocimientos aprendidos.			
3) Exigir el cumplimiento de la normativa respecto a lo abordado en las capacitaciones.			
<b>Descongelamiento de alimentos</b>			
a) Los alimentos se descongelan bajo condiciones controladas y no se vuelven a congelar			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar a los comerciantes que preparan alimentos en las técnicas de descongelamiento de alimentos mediante condiciones controladas.			
2) Realizar un plan de seguimiento para vigilar el cumplimiento de lo aprendido en la capacitación.			
3) Exigir el cumplimiento de la normativa.			
<b>Recalentado de alimentos</b>			
a) Se recalienta únicamente la porción que se sirve y no más de una vez.	X		
<b>Mezcla de los ingredientes de las ensaladas</b>			
a) Las ensaladas son preparadas utilizando utensilios para mezclar los ingredientes.	X		
<b>Degustación de alimentos que se preparan</b>			
a) Para probar los alimentos se utilizan utensilios destinados para este fin.			X
b) Siempre que se introduce un utensilio se verifica que esté limpio y desinfectado.			X



Protección y servicio de alimentos			
<b>Protección de alimentos preparados que se exhiben</b>			
a) Los alimentos preparados se encuentran protegidos en vitrinas o cubiertos con campanas de malla metálica o plástico.		X	
b) Las vitrinas o mallas que protegen los alimentos tienen una altura igual o mayor a 60 cm.		X	
c) Las bebidas se encuentran protegidas con materiales plásticos o tapas.			X
<b>Servicio de alimentos y bebidas preparadas</b>			
a) Los alimentos y bebidas son servidos en platos, cubiertos y tazas, o vasos limpios y en buen estado.	X		
<b>Disponición de alimentos preparados que no se hayan vendido</b>			
a) Los alimentos preparados se expenden solamente el día de la preparación.	X		
<b>Empaque de alimentos preparados que se expendan para llevar a casa</b>			
a) Los alimentos para llevar son empacados de manera higiénica con materiales limpios y de primer uso.	X		
b) Nunca se usa papel impreso en contacto directo con los alimentos.	X		
<b>Manipulación de alimentos preparados</b>			
a) Los alimentos se manipulan con utensilios, sin el contacto directo de las manos con los alimentos o la superficie donde se colocan.		X	
<b>Manipulación de dinero y alimentos preparados</b>			
a) Las personas que manipulan los alimentos no tocan dinero, cuando lo hacen, se lavan y desinfectan las manos.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar al personal que realiza la preparación de alimentos sobre: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Las técnicas adecuadas de recalentamiento de alimentos</li> <li>- Las técnicas de preparación de ensaladas</li> <li>- Las técnicas de degustación de alimentos preparados para corrección de sabores según las exigencias de la normativa</li> <li>- Las técnicas de protección de alimentos y bebidas preparadas que se exhiben</li> <li>- Las características que debe tener la vajilla donde se sirven alimentos y bebidas</li> <li>- Los plazos de venta de alimentos preparados</li> <li>- La forma correcta de empacar los alimentos preparados para llevar</li> <li>- Técnicas de manipulación de alimentos preparados</li> </ul> 2) Realizar el seguimiento, con la finalidad de asegurarse de que se implemente lo aprendido. 3) Exigir cumplimiento.			

Inocuidad de alimentos y bebidas preparadas de consumo directo			
a) Los alimentos y bebidas de consumo directo se someten a análisis periódicos, físicos, químicos y microbiológicos.			X
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar al personal que administra el mercado sobre la necesidad de realizar análisis periódicos, físicos, químicos y microbiológicos de los alimentos y bebidas de consumo directo. 2) Realizar un convenio con algún laboratorio acreditado del cantón o de la región más próxima para que se realicen análisis periódicos, físicos, químicos y microbiológicos de los alimentos y bebidas de consumo directo, a costos asumibles por la Municipalidad. 3) Los administradores del mercado velan por el cumplimiento y ejecución del convenio entre la Municipalidad y un laboratorio acreditado para la realización periódica de análisis físicos, químicos y microbiológicos de los alimentos y bebidas de consumo directo.			

## 7. Ficha de proceso para el cumplimiento de requisitos relativos a la higiene del manipulador de alimentos preparados y comerciante

Requisitos relativos a la higiene del manipulador de alimentos preparados y comerciantes	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Higiene de los comerciantes y manipuladores de alimentos preparados</b>			
<b>Certificado de salud de trabajadores del mercado</b>			
a) Los trabajadores del mercado tienen certificado de salud.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Capacitar al personal sobre los requisitos que deben cumplir para obtener el certificado de salud. 2) Formular medidas de incentivo desde la administración para que los trabajadores cumplan requisitos para obtener certificado. 3) Verificación de cumplimiento. 4) Otorgar certificados de salud a los trabajadores del mercado a través de servicios de salud públicos o privados.			
<b>Vestimenta</b>			
a) La vestimenta de protección está acorde con la actividad que realiza según el giro.			X
b) Se mantiene limpia y en buenas condiciones.			X
c) El color de la vestimenta es blanca o de colores claros.		X	

<b>Aseo de manos</b>			
<i>Los manipuladores de alimentos preparados y comerciantes se lavan las manos y desinfectan:</i>			
a) Antes y después de actividades laborales		X	
b) Luego de usar el baño			X
c) Luego de toser		X	
d) Luego de manipular envases, desechos, basura		X	
e) Luego de manipular alimentos		X	
Aquellos que usan guantes de látex, los reemplazan frecuentemente.	X		
<b>Higiene de manipulador de alimentos preparados y comerciantes</b>			
<i>Los manipuladores de alimentos preparados y comerciantes:</i>			
a) Mantienen el cabello cubierto con malla, gorro u otro medio	X		
b) Usan mascarillas (obligatorio en preparación de alimentos)	X		
c) Tienen uñas cortas, sin esmalte			X
d) No usan maquillaje		X	
e) No usan joyas		X	
f) No llevan barba ni bigotes expuestos		X	
<b>Prácticas de manipulador de alimentos y comerciantes</b>			
<i>Los manipuladores de alimentos y comerciantes:</i>			
a) No fuman	X		
b) No comen ni mastican chicle			X
c) No estornudan sobre los alimentos			X
<b>Enfermedad de manipulador de alimentos</b>			
<i>Los vendedores de alimentos preparados no manipulan los mismos cuando:</i>			
a) Sospechan tener una enfermedad transmisible a los alimentos con síntomas como diarrea, dolor abdominal, fiebre o escalofríos			X
b) Cuando tienen heridas o irritaciones cutáneas			X
1) Capacitar sobre: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características que debe reunir la vestimenta de protección</li> <li>• Requisitos de limpieza y desinfección de las manos y sobre el uso correcto de los guantes de látex</li> <li>• Forma apropiada de llevar el cabello, las uñas y el rostro</li> <li>• Comportamiento respecto de prácticas como fumar, comer o estornudar</li> <li>• Comportamiento ante la sospecha de tener alguna enfermedad transmisible a los alimentos o al tener heridas o irritaciones cutáneas</li> </ul>			
2) Realizar un plan de seguimiento a la implementación de lo aprendido.			
3) Exigir la implementación de lo aprendido.			

## 8. Ficha de proceso para el cumplimiento de requisitos relativos a la limpieza y desinfección

<b>Limpieza y desinfección de las instalaciones</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Cumplimiento parcial</b>
<b>Programa de limpieza y desinfección</b>			
<i>Se ejecuta con personal capacitado un programa de limpieza y desinfección del mercado (ejecutado por el GAD o tercerizado), que contempla:</i>			
a) Superficies, elementos del equipo y utensilios que han de limpiarse y desinfectarse	X		
b) Responsabilidad de tareas particulares y la respectiva capacitación	X		
c) Método y frecuencia de la limpieza y desinfección	X		
d) Medidas de verificación de cumplimiento	X		
<b>Recomendaciones</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Diseñar un programa de limpieza y desinfección del mercado en todas las áreas descritas.</li> <li>2) En caso de tener un programa que contemple solo algunas de las áreas, completarlo.</li> <li>3) En caso de que la limpieza y desinfección del mercado sea una práctica habitual de un modelo interno de procesos, documentar por escrito estas prácticas.</li> </ol>			
<b>Uso de productos químicos de limpieza y desinfección</b>			
<i>Los productos químicos de limpieza y desinfección:</i>			
a) Cuentan con notificación sanitaria obligatoria	X		
b) Tienen una etiqueta o leyenda donde constan las instrucciones de uso	X		
c) El personal responsable conoce la forma de utilización de estos productos	X		
<b>Recomendaciones</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Verificar que los productos químicos cuenten con notificación sanitaria obligatoria</li> <li>2) Rotular los productos químicos con información relativa a requisitos de uso si no la tienen.</li> <li>3) Capacitar al personal responsable en el manejo adecuado de estos productos.</li> </ol>			
<b>Almacenamiento de los productos químicos</b>			
Existe un espacio claramente identificado para almacenar los productos químicos.	X		
Los productos químicos se encuentran separados de los alimentos.	X		
<b>Recomendaciones</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Determinar un área específica para almacenar los productos químicos de limpieza y desinfección.</li> <li>2) Capacitar al personal sobre el almacenamiento de los productos químicos de limpieza y desinfección.</li> </ol>			

## 9. Ficha de proceso para el cumplimiento de requisitos relativos al control de plagas y roedores

Control de plagas y roedores	Cumple	No cumple	Cumplimiento Parcial
<b>Programa de control de plagas y roedores</b>			
El mercado cuenta con un programa de control de plagas implementado por el GAD o externalizado.	X		
El control de plagas se hace como parte de una práctica habitual de un modelo interno de procesos.	X		
<b>Recomendaciones</b> 1) Diseñar un programa de control de plagas. 2) Capacitar al personal en manejo de plagas cuando el servicio es propio del GAD o conocer los procedimientos si el servicio es externalizado. 3) Aplicar el programa de control de plagas. 4) Verificar el cumplimiento. 5) Documentar por escrito las prácticas relacionadas al control de plagas a través de un programa.			
<b>Uso de plaguicidas</b>			
Se usan plaguicidas.	X		
<b>Los plaguicidas que se utilizan:</b>			
a) Tienen notificación sanitaria.	X		
b) Son usados de acuerdo con la ficha técnica	X		
c) El personal responsable está capacitado en la forma de utilización de estos productos	X		
<b>Recomendaciones</b> 1) Verificar que los plaguicidas que se adquieran estén aprobados y registrados por la Autoridad Sanitaria Nacional. 2) Capacitar al personal en el manejo de los plaguicidas conforme a las instrucciones de la ficha técnica. 3) Rotular los plaguicidas con información relativa a la forma de uso.			
<b>Medidas adoptadas por vendedores para control de plagas</b>			
a) El personal del mercado adopta medidas seguras para mantener su puesto libre de plagas (roedores, moscas, gusanos, insectos, entre otros).			X
<b>Recomendaciones</b> 1) Capacitar al personal en manejo de plagas. 2) Realizar inspecciones a fin de determinar que los puestos se encuentran libres de plagas. 3) Supervisar la adopción de medidas seguras de control de plagas por parte del personal del mercado.			

<b>Disposición de alimentos que hayan sido contaminados por plagas</b>			
a) Los alimentos contaminados por plagas o animales se retiran y se destruyen.		X	
<b>Recomendaciones</b> 1) Diseñar un instructivo para la eliminación de alimentos contaminados. 2) Capacitar al personal para eliminar los alimentos contaminados. 3) Supervisar y registrar el cumplimiento del instructivo (fotografías, videos y documentación).			

## 10. Ficha de proceso para el cumplimiento de requisitos relativos a la capacitación

Capacitación	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>El personal recibe capacitación</b>			
Todo el personal del mercado (incluidos administradores e inspectores) ha recibido capacitación.	X		
<b>Los temas sobre los que se ha capacitado son:</b>			
a) Buenas prácticas de higiene	X		
b) Buenas prácticas de manufactura	X		
c) Buenas prácticas de almacenamiento	X		
d) Gestión integral de desechos	X		
e) Mercado saludable y productivo con un enfoque de inocuidad de alimentos		X	
<b>Programas específicos</b>			
Existen programas de entrenamiento específicos	X		
Estos programas incluyen:			
a) Normas (por ejemplo Norma INEN 2687:2013 Mercados Saludables. Requisitos)	X		
b) Procedimientos (por ejemplo procedimiento de lavado de manos)	X		
c) Precauciones (por ejemplo precauciones de uso de productos químicos)	X		
<b>Recomendaciones</b> 1) Diseñar y ejecutar el programa de capacitación sobre todos los temas señalados 2) Capacitar. 3) Registrar la capacitación. 4) Supervisar el cumplimiento de lo aprendido.			

## 11. Ficha de proceso para el cumplimiento de requisitos relativos al control y aseguramiento de la inocuidad

Control y aseguramiento de la Inocuidad	Cumple	No Cumple	Cumplimiento parcial
<b>Programa de control y aseguramiento de la inocuidad<sup>2</sup></b>			
El mercado cuenta con un programa de control y aseguramiento de la inocuidad.		X	
<i>Este programa tiene las siguientes características:</i>			
a) Es esencialmente preventivo		X	
b) Cubre todas las etapas de manipulación y elaboración del alimento (desde la recepción hasta la comercialización)		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Diseñar un programa de control y aseguramiento de la inocuidad, preventivo, sobre manipulación y elaboración de alimentos. 2) Capacitar al personal en el programa de control y aseguramiento de la inocuidad, preventivo, sobre manipulación y elaboración de alimentos. 3) El mercado debe implementar el programa de control y aseguramiento de la inocuidad, preventivo, sobre manipulación y elaboración de alimentos el cual es implementado y supervisado por personal capacitado.			
<b>Dotación de responsable(s) de la supervisión del programa de control y aseguramiento de la inocuidad</b>			
Existe uno o varios responsables capacitados para la supervisión del programa de control y aseguramiento de la inocuidad.		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) El mercado debe nombrar a un responsable/es del programa de control y aseguramiento de la inocuidad. 2) El mercado capacita al responsable/es del programa de control y aseguramiento de la inocuidad.			
<b>Supervisión del programa de control y aseguramiento de la inocuidad</b>			
<i>Los supervisores del programa realizan:</i>			
a) Inspecciones frecuentes			X
b) Informes escritos			X
c) Ponen en conocimiento de los involucrados estos informes (no solo al superior)	X		
<b>Recomendaciones</b>			
1) Realizar la programación de inspecciones. 2) Realizar inspecciones frecuentes y reportarlas a través de informes escritos			

<b>Contenido del programa de control y aseguramiento de la inocuidad</b>			
<i>El programa de control y aseguramiento de la inocuidad contiene como mínimo:</i>			
<i>Criterios técnicos para la recepción de:</i>			
a) Alimentos frescos	X		
b) Alimentos procesados	X		
c) Alimentos preparados	X		
<i>Documentos técnicos como:</i>			
a) Manuales		X	
b) Procedimientos		X	
c) Instructivos		X	
d) Registros		X	
<i>Documentación de equipos de uso común que incluyan:</i>			
a) Planes de mantenimiento	X		
b) Programas	X		
c) Planes de muestreo		X	
d) Otros		X	
Programas de promoción y divulgación de mensajes sobre inocuidad de alimentos		X	
Muestreo frecuente y sin previo aviso de alimentos	X		
<i>Controles diarios de temperaturas en:</i>			
a) Equipos		X	
b) Alimentos	X		
c) Áreas de almacenamiento		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Diseñar un programa de aseguramiento de la inocuidad que contemple todos los aspectos detallados. 2) Capacitar al personal en el programa de aseguramiento de la inocuidad. 3) Implementar con el personal capacitado el programa de aseguramiento de la inocuidad.			

## 12. Ficha de proceso para la aplicación de las recomendaciones relativas a la promoción de la salud

Promoción de la salud	Cumple	No cumple	Cumplimiento parcial
<b>Derechos humanos y prevención de la violencia de género</b>			
Cuenta con una planificación de capacitaciones en temas de:			
a) Derechos humanos	X		
b) Violencia de género	X		
c) Canales de protección a las víctimas de violencia de género	X		
La capacitación se realiza por lo menos dos veces al año.		X	
Se realiza seguimiento a los casos de violencia de género suscitados dentro del mercado.		X	
Existe un registro del número de casos de violencia de género que se han derivado a las instancias pertinentes (MSP, Fiscalía).		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) El administrador hace las gestiones pertinentes ante el MSP para contar con un cronograma de capacitaciones sobre en temas de derechos, violencia de género y canales de protección a las víctimas.			
2) El administrador del mercado hace seguimiento al cronograma de capacitaciones el cual debe incluir la ruta de atención y denuncia, en coordinación con las instituciones pertinentes (MSP, Fiscalía).			
3) Llevar un registro del número de casos que se han derivado a las instancias pertinentes.			
<b>Salud sexual y reproductiva</b>			
Con una periodicidad de 2 veces al año, se solicita oficialmente al MSP el desarrollo de acciones de promoción de la salud sexual y reproductiva (talleres, capacitaciones o ferias, en temas de planificación familiar, derechos sexuales y derechos reproductivos y prevención de ITS, incluido el control durante el embarazo)		X	
El mercado cuenta dentro de sus servicios higiénicos con una máquina dispensadora de condones, masculinos o femeninos		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Se realizan las gestiones ante el MSP solicitando capacitación en temas de salud sexual y reproductiva.			
2) Se hacen las gestiones pertinentes para la instalación de una máquina dispensadora de condones.			
3) Se verifica que la máquina dispensadora esté debidamente recargada.			

<b>Consumo de alcohol, tabaco y otras sustancias nocivas</b>			
Con una periodicidad de 2 veces al año, se solicita oficialmente al MSP, el desarrollo de actividades de concientización y sensibilización en relación a:			
a) Consumo de alcohol.			X
b) Consumo de tabaco.			X
c) Consumo de sustancias estupefacientes y psicotrópicas.			X
<b>Prácticas saludables</b>			
Con una periodicidad de 2 veces al año, se solicita oficialmente al MSP, el desarrollo de actividades de sensibilización en relación a:			
a) Nutrición y alimentación saludable:		X	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción del consumo de frutas y verduras</li> <li>• Fomento del consumo de porciones y cantidades adecuadas, en especial criterios para la preparación de un plato saludable para venta en el mercado</li> <li>• Procesamiento de alimentos y etiquetado del semáforo</li> <li>• Promoción del consumo de agua segura</li> </ul>			
b) La importancia de la práctica de actividad física			X
c) Destrezas para el manejo de conflictos y el afrontamiento de ansiedad y estrés		X	
<b>Recomendaciones</b>			
1) Se realizan las gestiones pertinentes para establecer un cronograma de capacitaciones por parte del MSP al personal del mercado sobre prácticas saludables (nutrición, actividad física, destrezas para el manejo de conflictos y el afrontamiento de ansiedad y estrés, consumos nocivos, entre otros).			
2) En el caso de identificar problemas por cualquiera de estos consumos, se derivará a los establecimientos de salud del MSP, a través de la línea 171, opción 2.			
3) Se prohíbe la venta de alcohol y tabaco dentro del mercado saludable.			
4) Se difunde material informativo sobre prácticas saludables a los trabajadores y usuarios del mercado.			
5) Se ejecuta y supervisa el cronograma de capacitaciones.			
<b>Espacios saludables</b>			
El mercado cuenta con:			
a) Bebedero(s) de agua	X		
b) Espacio(s) para la práctica de actividad física (bailoterapia, fútbol, ecuavoley, etc.)		X	
c) El mercado ha sido declarado como espacio libre de humo de tabaco.		X	

**Recomendaciones**

- 1) Verificación de espacios para la colocación de bebederos de agua y práctica de actividad física.
- 2) Declaración de mercado como espacio libre de humo de tabaco.
- 3) Presentar un plan a las autoridades municipales con un presupuesto para bebederos de agua, práctica de actividad física, comedores saludables y otras acciones para la generación de prácticas saludables.
- 4) Implementación del plan de promoción de agua segura, actividad física, alimentación saludable y otras acciones para la generación de prácticas saludables en los espacios del mercado.

*Elaboración: Equipo técnico de espacios y prácticas saludables. MSP/2015 en colaboración con Control Sanitario-MSP, MCDS y AME*