



**FACULTAD DE PREGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACION**

**VARIACIÓN EN LAS GANANCIAS DE LOS LOCATARIOS DEL
MERCADO GUAMILITO A PARTIR DE SU REAPERTURA EL
14 DE OCTUBRE DE 2022**

**SUSTENTADO POR:
DAYAN DIAZ LOPEZ
REYBI RODRIGUEZ PINEDA**

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

**LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A.

ENERO, 2023

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

CAMPUS CEUTEC

FACULTAD DE PREGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

**PRESIDENTE EJECUTIVA /
RECTOR**

ROSALPINA RODRIGUEZ GUEVARA

**SECRETARIO GENERAL
ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL
JAVIER SALGADO LEZAMA**

**DECANA DE PREGRADO CEUTEC
DINA VENTURA**

**VARIACIÓN EN LAS GANANCIAS DE LOS LOCATARIOS DEL
MERCADO GUAMILITO A PARTIR DE SU REAPERTURA EL
14 DE OCTUBRE DE 2022**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ASESOR METODOLÓGICO

JOSUE MANUEL MORENO ORELLANA

MIEMBROS DE LA TERNA (o comisión evaluadora):

JULIO CESAR FIGUEROA

MEDARDO GALINDO MENDOZA

KENSSY JACKELINE LICONA

Dedicatoria

Dedicado a quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto, a Dios, el que siempre ha estado conmigo. A mi madre hasta el cielo y a mi padre quienes me dieron la vida, educación, consejos y apoyo absoluto, ya que sin ellos no lo hubiese logrado. A mis hermanos y demás familia quienes me han apoyado incondicionalmente. A mis amigos por sus consejos y su ayuda brindada en todo momento.

Reybi Rodríguez Pineda

Le dedico este proyecto a Dios, que estuvo presente en cada etapa de mi vida, guiándome y dándome sabiduría. A mis padres por su ejemplo de esfuerzo y valentía, sus consejos y su ayuda en todo momento. A mi futuro esposo por su incondicional apoyo, por siempre ser mi soporte y motivación.

Dayan Diaz Lopez

Agradecimientos

Agradecido con mi Familia por estar siempre a mi lado en el proceso académico, así como al licenciado Moreno por el apoyo y consejos, así como al mercado Guamilito por permitirnos hacer nuestra investigación.

Reybi Rodríguez Pineda

Agradezco a mi familia por su apoyo en todo momento, a nuestro asesor Josué Moreno por su compromiso y paciencia durante este proceso y al mercado municipal Guamilito por abrirnos sus puertas para la elaboración de este proyecto.

Dayan Diaz

Resumen Ejecutivo

Introducción. En el presente informe se muestra como ha sido la variación en las ganancias de los locatarios del mercado municipal Guamilito desde su reapertura el 14 de octubre del 2022.

Métodos. Para recopilar información y opiniones de los locatarios del mercado Guamilito se aplicó una encuesta donde se plantean diferentes preguntas relacionadas a las variables con el fin de responder a las preguntas de investigación, también se realizaron entrevistas a los locatarios con preguntas que pueden ser de utilidad para las partes interesadas. **Resultados de la encuesta.**

El 56.7% de los locatarios que operan en el mercado actualmente abrieron su negocio entre enero del 2011 y diciembre del 2019. El 69% de los locatarios percibían un ingreso mensual entre 70,001.00 y 90,000.00 Lps. antes de la reapertura del mercado. El 95% de los locatarios indicaron que sus ingresos disminuyeron desde la reapertura del mercado. El 62.1% de los locatarios observaron una disminución entre el 21% y 30% en sus ingresos. EL 83% de los locatarios tenían gastos menores a 30,000 Lps. antes de la reapertura. El 99% de los locatarios indicaron que sus gastos aumentaron desde la reapertura del mercado y de estos el 30.3% observaron un incremento entre 31% y 40% en sus gastos. El 100% de los locatarios indicaron que sus ganancias han disminuido desde que el mercado Guamilito tuvo su reapertura de los cuales el 48% observó una disminución entre el 71% y 80%. El 63% considera que la causa principal de la disminución en sus ganancias es el aumento del costo de renta de los locales y el 37% considera que es debido a la baja afluencia de personas en el mercado. **Conclusión.** Desde la reapertura del mercado Guamilito los locatarios han observado una disminución en sus ingresos mensuales, aumento en sus gastos y por ende una disminución en sus ganancias.

Abstract

Introduction. This report shows the variation in the profits of the tenants of the Guamilito municipal market since its reopening on October 14, 2022. **Methods.** To gather information and opinions of the Guamilito market tenants, a survey was applied where different questions related to the variables were posed in order to answer the research questions, interviews were also conducted with tenants with questions that may be useful to stakeholders. **Survey results.** 56.7% of the tenants currently operating in the market opened their business between January 2011 and December 2019. 69% of the tenants earned a monthly income between Lps. 70,001.00 and 90,000.00 prior to the reopening of the market. 95% of the tenants indicated that their income decreased since the reopening of the market. 62.1% of the tenants observed a decrease of between 21% and 30% in their income. 83% of the tenants had expenses of less than 30,000 Lps. before the reopening of the market. 99% of the tenants indicated that their expenses increased since the reopening of the market and of these, 30.3% observed an increase of between 31% and 40% in their expenses. 100% of the tenants indicated that their profits have decreased since the reopening of the Guamilito market, of which 48% observed a decrease between 71% and 80%. Sixty-three percent consider that the main cause of the decrease in their profits is the increase in the cost of renting the premises and 37% consider that it is due to the low influx of people in the market. **Conclusion.** Since the reopening of the Guamilito market, the tenants have observed a decrease in their monthly income, an increase in their expenses and therefore a decrease in their profits.

Índice de contenido

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
2.1 Antecedentes	2
2.2 Definición del problema	3
2.2.1 Enunciado del problema	3
2.2.2 Formulación del problema	4
2.3 Preguntas de investigación.....	4
2.4 Hipótesis	5
2.5 Variables de investigación	5
2.6 Justificación	6
CAPÍTULO III OBJETIVOS	8
3.1 Objetivo general.....	8
3.2 Objetivos específicos	8
CAPÍTULO IV MARCO TEORICO.....	10
4.1 Microentorno.....	10
4.2 Macroentorno	11
4.3 Teorías de sustento.....	15
4.3.1 Características de los Mercados Municipales	16

4.4 Conceptualización.....	16
CAPITULO V METODOLOGÍA	19
5.1 Congruencia metodológica	19
5.1.1 Matriz metodológica	19
5.2 Operacionalización de variables	22
5.3 Enfoque y métodos	25
5.3.1 Alcance de la investigación	25
5.3.2 Diseño de la investigación	26
5.4 Población y muestra.....	27
5.4.1 Población total	27
5.4.2 Muestra	29
5.4.3 Unidad de análisis	29
5.4.4 Unidad de respuestas.....	29
5.4.5 Técnicas e instrumentos aplicados.....	30
5.5 Fuentes de información.....	35
5.5.1 Fuentes de información primarias.....	35
5.5.2 Fuentes de información secundarias	35
5.3 Limitaciones del proyecto.....	36
5.4 Cronología del trabajo.....	37

CAPITULO VI RESULTADOS Y ANALISIS	38
6.1 Resultados y análisis de la encuesta.....	38
6.2 Resultados y Análisis de las entrevistas.....	48
CAPITULO VII COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	50
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO GUAMILITO ...	52
BIBIOGRAFÍA.....	53
ANEXOS	56

Índice de tablas

Tabla 5.1 Matriz metodológica.....	19
Tabla 5.2 Operacionalización de variable independiente	22
Tabla 5.3 Operacionalización de variables dependientes	23

Índice de figuras

Figura 2.1 Variables de investigación.....	6
Figura 4.1 Información ley de municipalidades	14
Figura 4.2 Información ley de municipalidades	14
Figura 5.1 Alcance del proyecto de investigación	27
Figura 5.2 Constancia de locales ocupados en el mercado municipal Guamilito.....	29
Figura 5.3 Cronología del trabajo	37
Figura 6.1 Gráfico de la pregunta 1 de la encuesta.....	38
Figura 6.2 Gráfico de la pregunta 2 de la encuesta.....	39
Figura 6.3 Gráfico de la pregunta 3 de la encuesta.....	40
Figura 6.4 Gráfico de la pregunta 4 de la encuesta.....	40
Figura 6.5 Gráfico de la pregunta 5 de la encuesta.....	41
Figura 6.6 Gráfico de la pregunta 6 de la encuesta.....	42
Figura 6.7 Gráfico de la pregunta 7 de la encuesta.....	43
Figura 6.8 Gráfico de la pregunta 8 de la encuesta.....	43
Figura 6.9 Gráfico de la pregunta 9 de la encuesta.....	44
Figura 6.10 Gráfico de la pregunta 10 de la encuesta.....	44
Figura 6.11 Gráfico de la pregunta 11 de la encuesta.....	45

Figura 6.12 Gráfico de las preguntas 12 y 13 de la encuesta.....	46
Figura 6.13 Gráfico de la pregunta 14 de la encuesta.....	47
Figura 6.14 Gráfico de la pregunta 15 de la encuesta.....	47

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

Una Introducción abarca los antecedentes (tratados de manera breve, concreta y específica), el planteamiento del problema (objetivos y preguntas de investigación, así como la justificación del estudio), un sumario de la revisión de la literatura, el contexto de la investigación (cómo, cuándo y dónde se realizó), las variables y los términos de la investigación, lo mismo que las limitaciones de ésta. Es importante que se comente la utilidad del estudio para el campo académico y profesional. (Hernández Sampieri, Collado, & Lucio, 2014).

La presente investigación abarca el tema de la variación en las ganancias que tienen los locatarios del mercado Guamilito de San Pedro Sula a partir de su reapertura el 14 de octubre de 2022 en comparación con el antiguo edificio que funcionaba en el mismo lugar.

A partir de las diversas quejas que han hecho los locatarios del mercado Guamilito con respecto a los nuevos costos que se han presentado y como ha impactado en sus ganancias se establecieron diferentes interrogantes para determinar cómo ha sido esta variación en sus ingresos, egresos y, por ende, en sus ganancias.

Para responder a estas interrogantes se tomarán en cuenta diferentes variables como ser la reapertura del mercado Guamilito (variable independiente) y los ingresos, egresos y ganancias con su aumento y/o disminución (variables dependientes).

CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Antecedentes

Sampieri, Collado, & Lucio (2014) afirman: “Es necesario revisar estudios, investigaciones y trabajos anteriores, especialmente si uno no es experto en el tema” (p. 26).

En el año 2013 se llevó a cabo un congreso de mercados municipales en Barcelona, donde Jordi Torrades, gerente del Instituto Municipal de Mercados de Barcelona menciona que al realizar remodelaciones en los mercados municipales se espera un incremento en las ventas, además de una sostenibilidad y el desarrollo económico de la zona (Bonnemaison, 2013).

En el año 2008 se realizó una investigación en el Mercado Municipal de Ciudad el Carmen (Mexico) el cual fue remodelado y se concluyó que la esta obra era importante para el progreso económico y social de la región, aumentando las ganancias de los locatarios gradualmente (Soluciones Productivas Ambientales, 2008).

La Prensa (2020) informó que el día 17 de junio del año 2020 ocurrió un incendio que consumió alrededor del 60% de las instalaciones del mercado municipal Guamilito, ubicado en la ciudad de San Pedro Sula, dejando a cientos de emprendedores sin sustento en los tiempos de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.

En junio del año 2022 se terminó la construcción de un nuevo y moderno edificio para ser ocupado por los locatarios del mercado Guamilito el cual fue inaugurado el 14 de octubre del mismo año y la inversión que se requirió para la construcción de las nuevas instalaciones fue de

140 millones de Lempiras (Proceso Digital, 2022).

2.2 Definición del problema

“Plantear el problema no es sino afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación” (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014, p. 36).

2.2.1 Enunciado del problema

Enunciar un problema de investigación consiste en presentar, mostrar y exponer las características o los rasgos del tema, situación o aspecto de interés que va a estudiarse, es decir, describir el estado actual del problema (Bernal, 2010).

Actualmente los locatarios del mercado municipal Guamilito se encuentran en proceso de reintegrarse a los locales construidos luego que un incendio consumiera las antiguas instalaciones del mercado y con esto, los costos de alquiler se han incrementado, lo que ocasiona una variación en sus ganancias mensuales (Gomez, 2022).

La Corporación Municipal aprobó una moción para que se realice un nuevo cobro por el servicio de arrendamiento de los locales del Mercado Guamilito, en la cual se recomienda implementar una nueva tasa que cubra los costos operativos, costos de mantenimiento y parte de los costos financieros, esto con el servicio de alquiler de locales y estacionamientos. Se detalló por medio de la Gerencia de Participación Ciudadana y Servicios Comunitarios que algunos de los precios que pagarán (diario por metro cuadrado) serán, entre otros, abarroterías y carnicerías, L. 11.51; tortillas, L. 9.45; zapaterías, L. 14.96; y locales frente a la calle/avenida L. 15.062 (Más Noticias

Televisión , 2022).

Estos incrementos traen consigo consecuencias como locales sin alquilar, disminución de ventas y tráfico en el mercado. Lo que a su vez ocasiona que el funcionamiento del mercado municipal no sea sostenible, pues a pesar de que la municipalidad absorbe la mayor parte de los costos, es necesario que todos, o la mayoría de los locales estén alquilados para favorecer las ganancias tanto del mercado como de los locatarios.

2.2.2 Formulación del problema

La formulación del problema consiste en el planteamiento de una pregunta que define exactamente cuál es el problema que el investigador debe resolver mediante el conocimiento sistemático a partir de la observación, descripción, explicación y predicción (Mendez, 1995).

¿Cuál es la variación en las ganancias de los locatarios del mercado municipal Guamilito con la reapertura el 14 de octubre de 2022?

2.3 Preguntas de investigación

Las preguntas están orientadas a interrogar sobre aspectos concretos del problema y no al problema en su totalidad, pero que en su conjunto conforman la totalidad (Bernal, 2010).

¿Cuál es la variación de los ingresos del mercado Guamilito con la reapertura el 14 de octubre de 2022?

¿Cuál es la variación de los egresos del mercado Guamilito con la reapertura el 14 de octubre de 2022?

¿Cuál es la variación de las utilidades del mercado Guamilito con la reapertura el 14 de octubre de 2022?

2.4 Hipótesis

Una hipótesis es una suposición o solución anticipada al problema objeto de la investigación y, por tanto, la tarea del investigador debe orientarse a probar tal suposición o hipótesis (Bernal, 2010).

H_i: Las ganancias de los locatarios disminuyeron luego de la reapertura del mercado Guamilito en 2022

H₀: Las ganancias de los locatarios no disminuyeron luego de la reapertura del mercado Guamilito en 2022

H_{a1}: Las ganancias de los locatarios aumentaron luego de la reapertura del mercado Guamilito en 2022.

H_{a2}: Las ganancias de los locatarios se mantienen igual luego de la reapertura del mercado Guamilito.

2.5 Variables de investigación

Se denomina variable independiente a todo aquel aspecto, hecho, situación, rasgo, etcétera, que se considera como la “causa de” en una relación entre variables y la se conoce como variable

dependiente al “resultado” o “efecto” producido por la acción de la variable independiente (Bernal, 2010).



Figura 2.1 Variables de investigación

Fuente: Elaboración propia

2.6 Justificación

Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante (Sampieri, 2017).

La investigación se realizará con el fin de conocer las ganancias que han tenido los locatarios luego de la reapertura del mercado Guamilito a partir de octubre de 2022, con esto identificar si las utilidades han aumentado o han disminuido en comparación de las utilidades que se tenían antes de la remodelación del edificio. Esto desde la perspectiva de los locatarios.

Con esta información, los locatarios que tenían su negocio en el mercado Guamilito desde antes de la remodelación y ahora se volvieron a integrar podrán hacer una comparación en sus ganancias y dependiendo de los resultados diseñar estrategias para aumentar sus ingresos, disminuir sus costos, y, por ende, modificar sus utilidades.

Esta investigación también es de utilidad para la administración del mercado Guamilito ya que se podrá analizar la situación actual y tomar las mejores decisiones si se desea hacer alguna inversión o modificación en el mercado; así como a la municipalidad de San Pedro Sula para saber si la inversión que se ha realizado en la remodelación ha sido beneficiosa.

CAPÍTULO III OBJETIVOS

Señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014)

3.1 Objetivo general

El objetivo general debe reflejar la esencia del planteamiento del problema y la idea expresada en el título del proyecto de investigación (Bernal, 2010).

Conocer la variación de las ganancias de los locatarios con la reapertura del mercado Guamilito a partir de octubre de 2022.

3.2 Objetivos específicos

Los objetivos específicos se desprenden del general y deben formularse de forma que estén orientados al logro del objetivo general, es decir, que cada objetivo específico esté diseñado para lograr un aspecto de aquél; y todos en su conjunto, la totalidad del objetivo general (Bernal, 2010).

- a. Identificar la variación en los ingresos de los locatarios del mercado Guamilito con la reapertura en octubre de 2022.
- b. Identificar la variación en los costos de los locatarios del mercado Guamilito con la reapertura en octubre de 2022.

- c. Determinar la variación de las utilidades con la reapertura del mercado Guamilito a partir de octubre de 2022.

CAPÍTULO IV MARCO TEORICO

El marco teórico proporciona una visión de donde se sitúa el planteamiento propuesto dentro del campo de conocimiento en el cual nos "moveremos" (Hernández Sampieri, Roberto, 2006).

4.1 Microentorno

El microentorno también es conocido como entorno específico, entorno de acción directa o entorno inmediato. Se refiere a todos los aspectos o elementos relacionados en forma permanente con la empresa y que influyen tanto en las operaciones diarias como en los resultados. (ESAN, 2016)

En el análisis del microentorno identificaremos los factores que están directamente involucrados en la variación de las ganancias de los locatarios del mercado Guamilito.

4.1.1 Proveedores: El mercado cuenta con varios proveedores, tanto de materia prima, como la central de abastos, artesanos de diferentes partes del país (Intibucá, Puerto Cortes, Copan, etc.) así como de otros proveedores como ser: Empresa Energía Honduras (EEH) SANAA).

Los proveedores afectan en las ganancias ya que luego de la pandemia los precios de la mercadería incrementaron.

4.1.2 Clientes: Los clientes del mercado Guamilito van desde turistas a locales que van por los diferentes negocios de artesanías, comida típica y abarrotes que existen. Actualmente la afluencia

de clientes ha bajado y esto implica que hay menos ingresos por ventas para los locatarios.

4.1.3 Competidores:

- Mercado Municipal Medina — 73 4 Avenida SE, San Pedro Sula
- Mercado Las Brisas — San Pedro Sula
- Plaza Lempira — barrio Lempira 7calle 6 y 7 ave s.o
- Mercado El Rápido — 7 Avenida SE, San Pedro Sula
- Wal-Mart México y Centroamérica.
- Supermercados La Colonia.
- PriceSmart Honduras.
- Supermercado colonial.

La competencia afecta porque luego de estar cerrado el mercado las personas prefieren ir con los competidores ya sea por comodidad o necesidad.

4.2 Macroentorno

4.2.2. Entorno político

En octubre de 2021, previo a las elecciones generales, Roberto Contreras se postuló como candidato independiente, pero luego se convirtió en el candidato oficial de Libre tras sellar una alianza con los candidatos Omar Menjívar y Julio Montessi, de los partidos Libre y Partido Salvador de Honduras (PSH) respectivamente (Contracorriente. Red, 2022).

Tras su elección como alcalde, Roberto Contreras comenzó a dirigir el proyecto de remodelación y reapertura del mercado Guamilito y con esto se establecieron nuevos precios a la renta de locales, nuevas directrices en cuanto a la manera de organizar los locales y su forma de operar, un nuevo diseño de las instalaciones, entre otros cambios que afectaron a los locatarios.

4.2.4. Entorno económico

Durante el período 2016-2020, se presenta una desaceleración económica en las tasas de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de 2.7% en 2019, debido a la reducción de la inversión (en maquinaria e infraestructura pública) y del crédito dedicado al consumo y la vivienda, según indica la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), y por los efectos económicos de la pandemia por COVID-19, en el año 2020, que ubican al crecimiento del país en un valor de -9.0.

Luego de la pandemia la economía de los hondureños en general se vio afectada, en el caso de los locatarios del mercado Guamilito con el mercado cerrado y con toda la población en confinamiento, las ventas disminuyeron y se vieron obligados a buscar alternativas para generar ingresos como la venta mercadería desde sus casas, venta de comida, venta de productos de bioseguridad, etc.

4.2.5. Entorno social

Las personas que acuden al mercado Guamilito son en su mayoría ciudadanos de San Pedro Sula quienes van para hacer compras de abarrotes, flores, comida, etc. También acuden turistas quienes en su mayoría van para probar las comidas típicas y adquirir souvenirs en los locales de artesanías.

Acuden personas de todas las edades, estado socioeconómico, niveles de escolaridad y el mercado está ubicado en un lugar céntrico de la ciudad, cerca de farmacias, bancos, cooperativas, etc.

4.2.6. Entorno tecnológico

Las nuevas Tecnologías de la Información están acelerando los procesos de digitalización impactando positivamente las economías y los mercados de trabajo. Las economías desarrolladas disfrutan de su impacto medible en todos sus sectores mientras las economías emergentes son impulsadas por sectores como la manufactura y las exportaciones, por lo tanto, la digitalización mejora sus tasas de empleo, pero tiene un impacto más lento en su crecimiento económico (Centeno, 2017)

San Pedro Sula es una ciudad con crecientes necesidades tecnológicas y de capital humano para crear soluciones en el desarrollo de productos y servicios en las empresas y también para atraer oportunidades de inversión extranjera. Esto también aplica para los locatarios del mercado Guamilito quienes se han visto obligado a hacer uso de las nuevas tecnologías para mantener sus negocios a flote. Se ha dificultado más para los locatarios que llevan hasta 15 años en su negocio y ahora deben utilizar diferentes medios como las redes sociales para poder realizar algunas ventas.

4.2.7. Entorno legal

Art. 112.- Los contribuyentes sujetos a este Impuesto, tributarán de acuerdo con su volumen de producción, ingresos o ventas anuales así:

DE	HASTA	IMPUESTO POR MILLAR
L. 0.00	L. 500,000.00	L. 0.30
L. 500,001.00	L. 10, 000,000.00	L. 0.40
L. 10, 000,001.00	L. 20, 000,000.00	L. 0.30
L. 20, 000,001.00	L. 30, 000,000.00	L. 0.20
L. 30, 000,001.00	L. En adelante	L. 0.15

Figura 4.1 Información ley de municipalidades

Fuente: Ley de municipalidades, 2010

El monto de los ingresos obtenidos en el año anterior servirá de base para aplicarles las respectivas tasas por millar que se establece en la tarifa arriba expresada y la suma de este resultado será el importe mensual a pagar. Ejemplo: Una persona natural o jurídica con ingresos brutos anuales de Lps. 16, 850,000.00; Por los primeros 500,000.00 se le aplicará la tarifa de Lps. 0.30 por millar, por la diferencia hasta Lps. 10,000,000.00 se aplicará Lps. 0.40 por millar, al saldo de Lps. 6,850,000.00 se le aplicará Lps. 0.30 por millar. El cálculo se hace así:

$$\text{ICS} = 500,000.00 \times 0.30/1.000 = \text{Lps. } 150.00$$

(se restan los 500,000.00 de 10,000,000.00 y el saldo que es de 9,500,000.00 se multiplica por 0.40).

$$\text{ICS} = 9, 500,000.00 \times 0.40/1.000 = \text{Lps. } 3,800.00$$

$$\text{ICS} = 6, 850,000.00 \times 0.30/1.000 = \text{Lps. } 2,055.00$$

$$\text{Total a pagar mensualmente ICS} = \text{Lps. } 6,005.00$$

Figura 4.2 Información ley de municipalidades

Fuente: Ley de municipalidades, 2010

Artículo 165.- Los contribuyentes sujetos a los impuestos y tasas municipales podrán pagar dichos tributos en forma anticipada. Siempre que ese pago se efectúe totalmente con cuatro o más meses de anticipación al plazo legal, los contribuyentes tendrán derecho a que la Municipalidad les conceda un descuento del diez por ciento (10%) del total del tributo pagado en forma anticipada. (Judicial, 2010)

Por consiguiente, para tener derecho a este descuento los tributos deben pagarse a más tardar: a) El impuesto sobre Bienes Inmuebles, en el mes de abril o antes; b) El Impuesto Personal, en el mes de enero o antes; c) El impuesto sobre Industrias, Comercios y Servicios, en el mes de

septiembre del año anterior o antes, cuando se pague por todo el año, y en forma proporcional cuando el pago se efectúe después de esta fecha. d) Los demás impuestos y tasas municipales deben cumplir con los cuatro meses de anticipación como mínimo. (Judicial, 2010)

4.3 Teorías de sustento

El valor social y comunitario que tienen los mercados como puntos de encuentro e interacción ha sido reconocido históricamente. Los mercados contribuyen a la vitalidad de un barrio en diversas formas. El comercio de proximidad que se ubica en los mercados y en sus alrededores dota de centralidad a los barrios, genera interacción social en el nivel vecinal y aporta actividad en el espacio público (Walliser, 2013).

Los mercados públicos o municipales se están convirtiendo en equipamientos estratégicos en el nuevo escenario urbano. La transformación del modelo de consumo y ciudad en relación con los mercados todavía no ha sido suficientemente estudiada (Hernandez & Andreeva, 2016).

Si hay algo de vital importancia para el sector primario en su conjunto en cualquier ciudad o pueblo de nuestra geografía son los mercados municipales, por la cercanía, precios, calidad y seguridad alimentaria (Aleman, 2016).

En cuanto a precios y de forma general, los mercados municipales se apoyan en una estrategia de elasticidad cruzada de precios que se traduce en la combinación de precios en algunos productos con precios reducidos en otros artículos (Martín, 2009).

4.3.1 Características de los Mercados Municipales

Dentro de las características que poseen los mercados municipales se pueden mencionar las siguientes:

- Son de carácter público
- Los vendedores están sujetos a tarifas impositivas;
- Reciben aseo y mantenimiento por parte del Gobierno Local correspondiente;
- Están constituidos para albergar a la población comerciante en condiciones de estabilidad, salubridad y comodidad, supliendo una necesidad detectada;
- Cuenta con los servicios de seguridad por medio de la Policía Municipal.

4.4 Conceptualización

Se entiende por conceptualización la representación de una idea abstracta en un concepto; surge de los conocimientos generales que se poseen sobre diversos temas (Morales, 2013).

Ingreso: Importe de la venta de bienes y prestación de servicios que son el objeto del tráfico de la empresa. Comprende también otros ingresos, variación de existencias y beneficios del ejercicio. HAROLD, Kerzner (2003).

Gasto: El gasto es una salida de dinero que «no es recuperable», a diferencia del costo, que sí lo es, por cuanto la salida es con la intención de obtener una ganancia y esto lo hace una inversión que es recuperable: es una salida de dinero y además se obtiene una utilidad. (Donaldson, 2007)

Ganancia: Se entiende por ganancia, beneficio o utilidades a los saldos positivos obtenidos a

partir de un proceso o una actividad económica o financiera. (Donaldson, 2007)

Reapertura:

Acción de abrir de nuevo un establecimiento, una actividad, un expediente o cualquier cosa que hubiera sido cerrada con anterioridad. (Española, 2022)

Mercado: Es un espacio público destinado a las actividades de intercambio comercial, socio económico y cultural, con un beneficio común entre un comprador y un vendedor.

Tipos de mercado

Estos se clasifican según sus características, éstas son determinadas por el uso, capacidad, necesidades y su radio de influencia en la población, y varía en función de la ubicación, naturaleza de los servicios que prestan.

Mercado Municipal: Este es parte del gobierno, es administrado por la municipalidad y cooperativas de vendedores para usos de la comunidad en donde se proveen los suministros principales para el consumo local.

Mercado Mayoreo: Es el que provee de productos por mayor y abastece a mercados minoristas, partiendo de éstos los mercados locales de cada lugar.

Áreas de afluencia

Directa: Es la población residente dentro de un radio de acción de tres kilómetros del mercado.

Indirecta: Son sectores de la población bien delimitados por el fácil acceso al mercado por medio de transporte Público.

Indirecta dispersa: Cuando la demanda se diluye en toda el área metropolitana

CAPITULO V METODOLOGÍA

5.1 Congruencia metodológica

En el medio académico es común trabajar con proyectos de investigación que incluyen el diseño de la estrategia metodológica para alcanzar el conocimiento que solucione el problema que originó el estudio (Pedraza, 2001).

5.1.1 Matriz metodológica

Es la herramienta que posibilita el análisis e interpretación de la operatividad teórica del proyecto de investigación, que sistematiza al conjunto: Problema, objetivos, variables y operacionalización de las variables (Pérez & Ortiz, s.f.).

Tabla 5.1

Matriz metodológica

Titulo	Formulación del problema.	Preguntas de investigación.	Objetivos		Variables	
			General	Específicos	Dependiente	Independiente
Variación que tienen en las ganancias los locatarios del mercado municipal Guamilito a partir de su reapertura el 14 de octubre de 2022	¿Cuál es la variación en las ganancias de los locatarios del mercado municipal Guamilito con la reapertura el 14 de octubre de 2022?	<p>¿Cuál es la variación de los ingresos del mercado Guamilito con la reapertura el 14 de octubre de 2022?</p> <p>¿Cuál es la variación de los egresos del mercado Guamilito con la reapertura el 14 de octubre de 2022?</p> <p>¿Cuál es la variación de las utilidades del mercado Guamilito con la reapertura el 14 de octubre de 2022?</p>	Conocer la variación de las ganancias de los locatarios con la reapertura del mercado Guamilito a partir de octubre de 2022.	<p>a. Identificar la variación en los ingresos de los locatarios del mercado Guamilito con la reapertura en octubre de 2022.</p> <p>b. Identificar la variación en los costos de los locatarios del mercado Guamilito con la reapertura en octubre de 2022.</p>	Ingresos Costos Utilidades	Reapertura del Mercado Guamilito

				c. Determinar la variación de las utilidades con la reapertura del mercado Guamilito a partir de octubre de 2022.		
--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Operacionalización de variables

Operacionalizar una variable significa traducir la variable a indicadores, es decir, traducir los conceptos hipotéticos a unidades de medición (Bernal, 2010).

Tabla 5.2

Operacionalización de variable independiente

Variable independiente	Definición		Dimensiones	Indicador
	Conceptual	Operacional		
Reapertura del Mercado Guamilito	La reapertura del Mercado significa que debido a la reconstrucción del edificio se volvió habilitar los locales comerciales al público.	La información se recopilará mediante la interrogante número 7 que se encuentra en la encuesta que es el instrumento que se está utilizando para la recolección de datos	Variación en las ganancias debido al cambio en los costos y los ingresos	Porcentaje de aumento /disminución de ganancias Afluencia de clientes

Tabla 5.3

Operacionalización de variables dependientes

Variables dependientes	Definición		Dimensiones	Indicador
	Conceptual	Operacional		
Ingresos	Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno.	Esta variable se recopilará mediante la pregunta que hace referencia al porcentaje de ingresos por ventas de los locatarios del Mercado Guamilito.	Unidades vendidas Precios	Porcentaje de aumento/disminución
Gastos	Los gastos representan las salidas de dinero para realizar pagos.	Los gastos por concepto de pago alquileres, servicios públicos, impuestos y todo lo relacionado con salida de efectivo de los locales del Mercado Guamilito.	Alquiler Servicios Públicos Impuestos	Porcentaje de aumento/disminución

Utilidades	Ganancias obtenidas en un periodo determinado de tiempo resultado de la resta de los ingresos menos los gastos.	Utilidades que han percibido los locatarios actualmente y antes de la reapertura del Mercado Guamilito para conocer la variación de estas.		Porcentaje de aumento/disminución
------------	---	--	--	-----------------------------------

Fuente: Elaboración Propia

5.3 Enfoque y métodos

El enfoque de la investigación es un proceso sistemático, disciplinado y controlado y está directamente relacionada a los métodos de investigación que son dos: método inductivo generalmente asociado con la investigación cualitativa que consiste en ir de los casos particulares a la generalización; mientras que el método deductivo, es asociado habitualmente con la investigación cuantitativa cuya característica es ir de lo general a lo particular (Ruiz M. , 2012).

El estudio de la variación de las utilidades del Mercado Guamilito de San Pedro Sula, luego de su reapertura en octubre de 2022 se define con un enfoque de investigación mixto, porque se involucran lo relacionado con el método cualitativo como ser: las causas que generaron variación en los ingresos por las ventas, así como lo relacionado con el método cuantitativo porque se trabaja con datos numéricos, como lo es el porcentaje de aumento o disminución de los ingresos y gastos así como los rangos de ingresos y gastos.

5.3.1 Alcance de la investigación

La delimitación o el alcance en investigación se refiere a la dimensión o al cubrimiento que ésta tendrá en el espacio geográfico, período de tiempo y perfil sociodemográfico del objeto de estudio (Bernal, 2010).

Estudio Correlacional causal: tienen como objetivo describir relaciones entre dos o más variables en un momento determinado (Orengo, 2012).

Basado en el planteamiento y en las hipótesis el estudio es correlacional causal ya que busca

identificar como las variables de investigación están relacionadas entre sí.

La variable independiente representa la reapertura del Mercado Guamilito de San Pedro Sula y las variables dependientes los ingresos por ventas, los costos y las utilidades. La causa representa la variación de las ganancias del Mercado Guamilito luego de su reapertura.

5.3.2 Diseño de la investigación

(Hernandez Sampieri, Collado, & Lucio, 2014) Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento.

La investigación se realiza mediante el enfoque mixto pues se recopilaban datos numéricos como porcentajes y rangos de ingresos, costos y ganancias, pero también se buscaban características, o factores que los locatarios observaban en relación con el tema. El diseño es no experimental transversal porque las variables no se manipularon recurriendo a entrevistas y aplicación de encuestas para recopilar información.

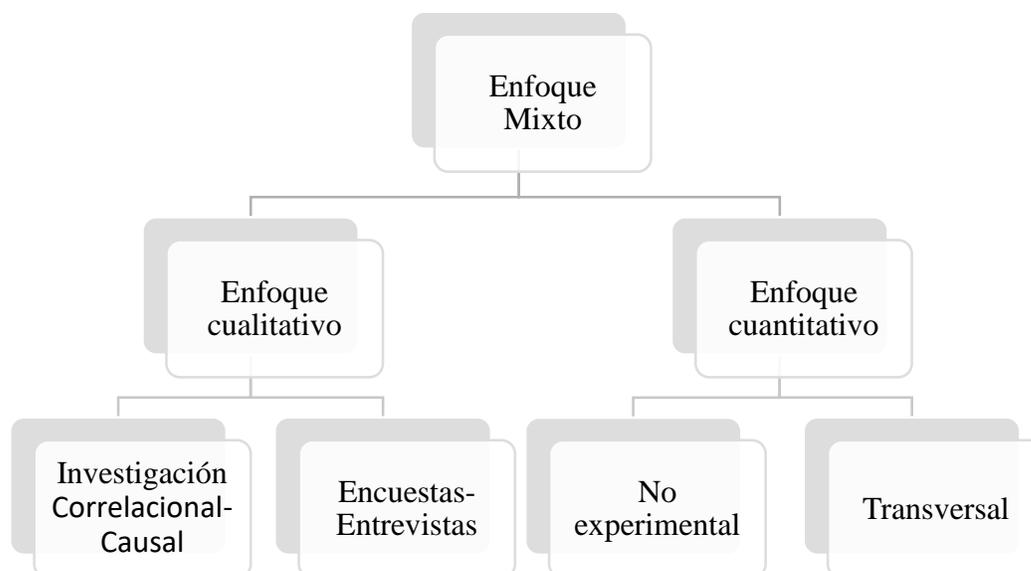


Figura 5.1 Alcance del proyecto de investigación

Fuente: Elaboración Propia

5.4 Población y muestra

La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Es preferible establecer con claridad las características de la población, con la finalidad de delimitar cuáles serán los parámetros muestrales (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014).

En esta parte de la investigación, el interés consiste en definir quienes y qué características deberán tener los sujetos (personas, organizaciones o situaciones y factores) objeto de estudio (Bernal, 2010).

5.4.1 Población total

De acuerdo con Fracica (1988), población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se

refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo.

Según la administración del mercado municipal Guamilito, existen aproximadamente 330 locales de los cuales hay 230 ocupados. Sin embargo, no todos están operando aún; los locales que están abiertos son 127 de los cuales 100 cumplen con las características requeridas de esta investigación.

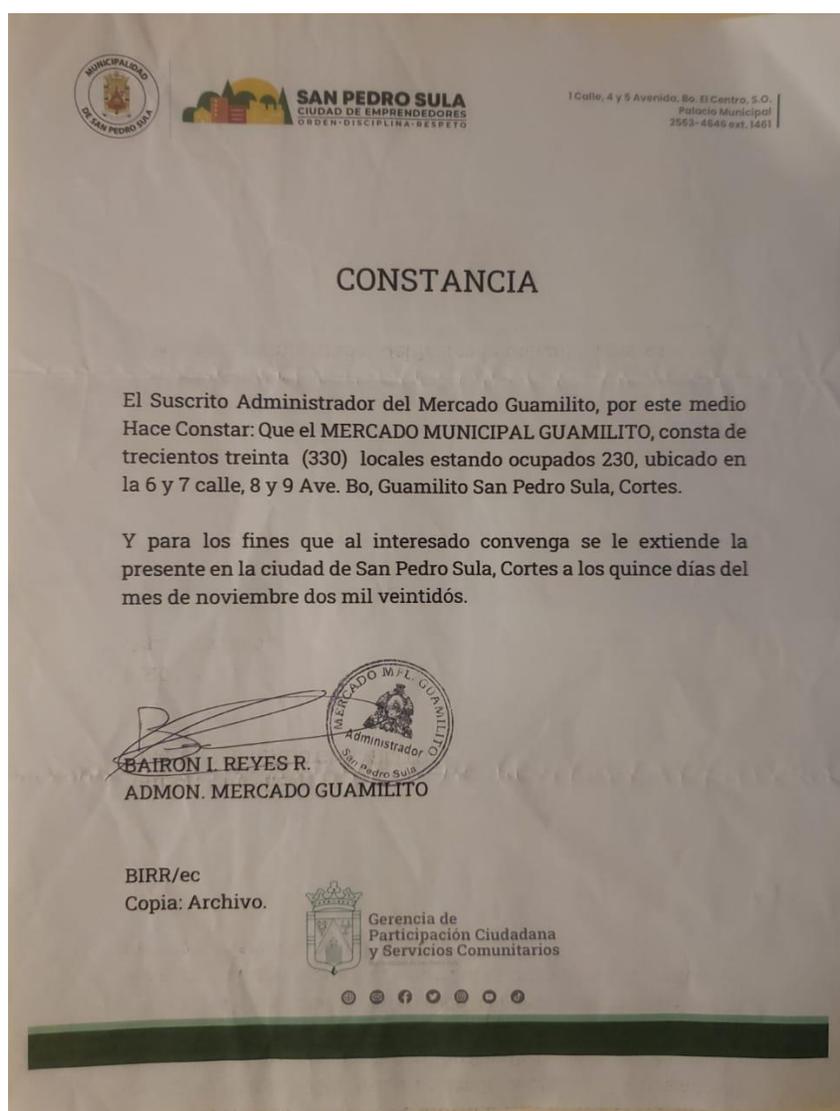


Figura 5.2 Constancia de locales ocupados en el mercado municipal Guamilito

Fuente: Administración del mercado municipal Guamilito

5.4.2 Muestra

Se realizó un muestreo por conveniencia aplicando las encuestas a los 100 locatarios ya que toda la población se encontraba centralizada en las instalaciones del mercado Guamilito y de esta forma los resultados de la investigación serían completamente verídicos.

5.4.3 Unidad de análisis

Según Jany (1994), población es “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia” (p. 48)

Para identificar las variaciones que han tenido los locatarios en sus ganancias se recopilará información por medio de encuestas y entrevistas a las personas que cumplan las siguientes características:

- Personas que tengan un negocio de cualquier rubro y renten un local en el mercado Guamilito actualmente, y;
- Que haya tenido un negocio de cualquier rubro y haya rentado un local en el mercado Guamilito antes que el edificio fuera remodelado.

5.4.4 Unidad de respuestas

La unidad de análisis son los sujetos que van a ser medidos (Sampieri R. H., 2014).

Los datos que se utilizarán para recopilar la información y que están dentro de las preguntas de la encuesta son el rango de los ingresos actuales y anteriores a la remodelación del mercado Guamilito, el rango de los costos actuales y anteriores, las ganancias actuales y anteriores, además de los gastos que aumentaron en cuanto a los locales luego de la remodelación.

5.4.5 Técnicas e instrumentos aplicados

Encuesta Aplicada

Somos estudiantes de la Licenciatura en Administración de Empresas en el Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC) y estamos realizando una investigación acerca de la variación que han tenido los locatarios del mercado municipal Guamilito a partir de su reapertura en octubre del 2022 y para la recopilación de datos hemos realizado esta encuesta la cual será aplicada a un grupo aleatorio de locatarios. Agradecemos su colaboración.

1. ¿Es usted locatario en el mercado Guamilito actualmente?

Si

No (Finaliza)

2. ¿En qué año se aperturó su local en el mercado Guamilito?

a. Antes del 2010

b. De enero del 2011- a diciembre de 2019

c. Después de enero del 2020 (Finaliza)

3. ¿Cuál era el rango de sus ingresos mensuales antes de la reconstrucción del mercado Guamilito?

a. Menos de Lps. 100,000

b. Lps. 100,001 – 200,000

- c. Lps. 200,001 – 300,000
- d. Más de Lps. 300,000

4. ¿Cómo es la variación de sus ingresos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

- a. Los ingresos aumentaron (pasar a la pregunta 5)
- b. Los ingresos disminuyeron (pasar a la pregunta 6)
- c. Los ingresos se mantuvieron (pasar a la pregunta 7)

5. ¿Cuál ha sido el porcentaje de incremento de sus ingresos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

- a. Menos del 10%
- b. Entre 11% y 20%
- c. Entre 21% y 30%
- d. Entre 31% y 40%
- e. Entre 41% y 50%
- f. Entre 51% y 60%
- g. Entre 61% y 70%
- h. Entre 71% y 80%
- i. Entre 81% y 90%
- j. Entre 91% y 100%
- k. Más de 100%

6. ¿Cuál ha sido el porcentaje de disminución de sus ingresos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

- a. Menos del 10%
- b. Entre 11% y 20%
- c. Entre 21% y 30%
- d. Entre 31% y 40%

- e. Entre 41% y 50%
- f. Entre 51% y 60%
- g. Entre 61% y 70%
- h. Entre 71% y 80%
- i. Entre 81% y 90%
- j. Entre 91% y 100%
- k. Más de 100%

7. ¿Cuál era el rango de sus gastos mensuales antes de la reconstrucción del mercado Guamilito?

- a. Menos de Lps. 100,000
- b. Lps. 100,001 – 200,000
- c. Lps. 200,001 – 300,000
- d. Más de Lps. 300,000

8. ¿Cómo es la variación de sus gastos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

- a. Los gastos aumentaron (pasar a la pregunta 9)
- b. Los gastos disminuyeron (pasar a la pregunta 10)
- c. Los gastos se mantuvieron (pasar a la pregunta 11)

9. ¿Cuál ha sido el porcentaje de incremento de sus gastos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

- a. Menos del 10%
- b. Entre 11% y 20%
- c. Entre 21% y 30%
- d. Entre 31% y 40%
- e. Entre 41% y 50%
- f. Entre 51% y 60%

- g. Entre 61% y 70%
- h. Entre 71% y 80%
- i. Entre 81% y 90%
- j. Entre 91% y 100%
- k. Más de 100%

10. ¿Cuál ha sido el porcentaje de disminución de sus gastos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

- a. Menos del 10%
- b. Entre 11% y 20%
- c. Entre 21% y 30%
- d. Entre 31% y 40%
- e. Entre 41% y 50%
- f. Entre 51% y 60%
- g. Entre 61% y 70%
- h. Entre 71% y 80%
- i. Entre 81% y 90%
- j. Entre 91% y 100%
- k. Más de 100%

11. ¿Cuál ha sido la variación que ha observado en sus ganancias a partir de la reapertura del mercado?

- a. Las ganancias han aumentado (finaliza la encuesta)
- b. Las ganancias han disminuido (pasar a pregunta 12)
- c. Las ganancias se mantienen igual que antes de la reapertura (finaliza la encuesta)

12. ¿Cuáles considera que han sido las causas de la disminución en sus ganancias?

- a. Aumento a la renta de los locales
- b. Baja afluencia de personas en el mercado

- c. Percepción de los clientes por el cobro de parqueos
- d. Otras _____

Entrevistas realizadas a los locatarios

Se hizo un acercamiento a los locales que se encontraban abiertos en el mercado Guamilito y se comenzó con una plática amena y explicando el motivo de la visita.

En las instalaciones del mercado Guamilito se seleccionaron a distintos locatarios de diferentes rubros (artesanías, comida, zapatos, abarrotes, etc.) para realizar una serie de preguntas relacionadas a las variables de investigación, se agruparon en grupos de 3 o 4 locatarios para que respondieran en conjunto a las siguientes preguntas:

1. ¿Consideran que han tenido alguna variación en sus ganancias a partir de la reapertura del mercado?
2. ¿Cuáles piensan que han sido las causas a estas variaciones (si las hay)
3. ¿Por qué creen que las ganancias se han mantenido? (si no hay variación)
4. ¿Cómo eran sus ingresos antes del año 2020 y como son ahora en comparación?
5. ¿Cómo eran sus gastos antes del año 2020 y como son ahora en comparación?
6. ¿Hay algún costo que se haya incrementado o agregado con la reapertura del mercado?
¿Cuál(es)?
7. Comentarios adicionales en relación con los costos, ingresos y ganancias de los locatarios.

Las encuestas y entrevistas se aplicaron en las instalaciones del mercado Guamilito en el transcurso de cinco días hasta lograr aplicarlas a todos los locatarios que estaban operando. Para realizar las entrevistas se seleccionaron locatarios aleatorios y voluntarios que quisieran comentar acerca del tema.

5.5 Fuentes de información

Un aspecto muy importante en el proceso de una investigación tiene relación con la obtención de la información, pues de ello dependen la confiabilidad y validez del estudio. Obtener información confiable y válida requiere cuidado y dedicación (Bernal, 2010).

5.5.1 Fuentes de información primarias

Las fuentes primarias son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos (Bernal, 2010).

Las fuentes de información primarias de la investigación son las encuestas que se aplicaron a los locatarios del mercado Guamilito, además de las entrevistas que se lograron obtener con algunos de ellos.

Así mismo, se obtuvo información directamente de las oficinas administrativas del mercado municipal Guamilito

5.5.2 Fuentes de información secundarias

Fuentes secundarias Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo los referencian. Las principales fuentes secundarias para la obtención de la información son los

libros, las revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), los documentales, los noticieros y los medios de información (Bernal, 2010).

Las fuentes secundarias consultadas son las siguientes:

- Libro de Metodología de la Investigación (Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio)
- Municipalidad de San Pedro Sula
- Libros de texto
- Artículos de periódicos
- Artículos de revistas especializadas en economía, etc., todo citado como corresponde.

5.3 Limitaciones del proyecto

Se refiere limitaciones o los problemas con los que el investigador se encontrará durante el desarrollo de su investigación. Una limitación consiste en que se deja de estudiar un aspecto del problema debido por alguna razón (Moreno, 2013).

Una limitación del proyecto es que los locatarios no llevan un control adecuado de sus ingresos, costos y ganancias, tienen una noción mas no tienen un dato exacto de esta información.

Así mismo por el poco tiempo que ha transcurrido desde la reapertura del mercado Guamilito hasta la fecha, algunos locatarios aun no cuentan con información exacta.

CAPITULO VI RESULTADOS Y ANALISIS

6.1 Resultados y análisis de la encuesta

A continuación, se presentan los resultados y análisis obtenidos en la encuesta aplicada a 127 locatarios del mercado municipal Guamilito (San Pedro Sula).

De acuerdo con la información proporcionada por la oficina administrativa del mercado municipal Guamilito, hay 230 locales ocupados, de los cuales solamente se lograron contabilizar 127 locales abiertos al público de los cuales 100 locales cumplen con la unidad de análisis.

Tomando en cuenta diferentes factores como el tamaño de la población el cual es pequeño y que todas las encuestas se aplicaron en un mismo lugar, se optó por aplicarla a los 100 locatarios

¿Es usted locatario en el mercado Guamilito actualmente?

127 respuestas

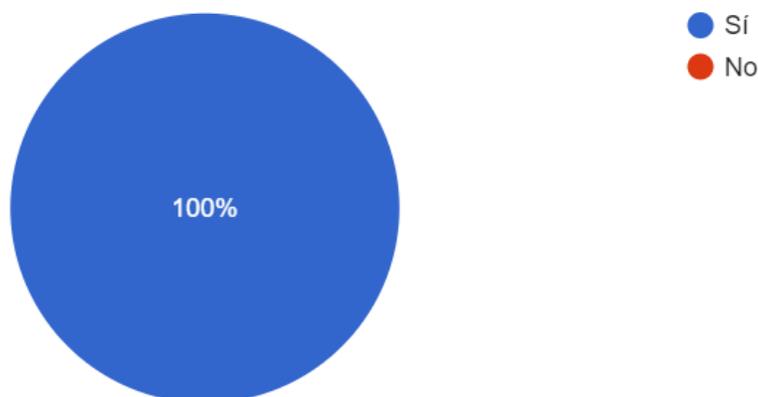


Figura 6.1 Gráfico de la pregunta 1 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

En la primera pregunta se determina quienes son locatarios en el mercado Guamilito, ya que se aplicó la encuesta en las instalaciones del mercado, el 100% de los encuestados respondió que si.

¿En qué año se abrió su local en el mercado Guamilito?

127 respuestas

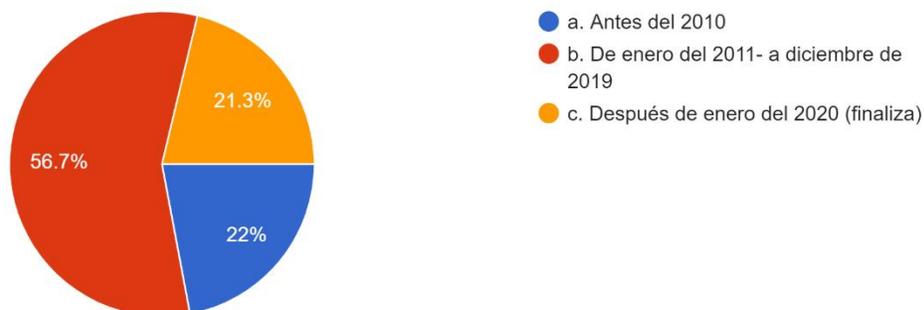


Figura 6.2 Gráfico de la pregunta 2 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

La segunda pregunta busca establecer las fechas de apertura de los locales. El 56.7% de los locales abrieron entre enero del 2011 y diciembre del 2019, mientras que el 22% abrió antes del 2010. El 21.3% que abrió después de enero del 2020 no forma parte de la unidad de análisis.

3. ¿Cuál era el rango de sus ingresos mensuales antes de la reconstrucción del mercado Guamilito?

100 respuestas

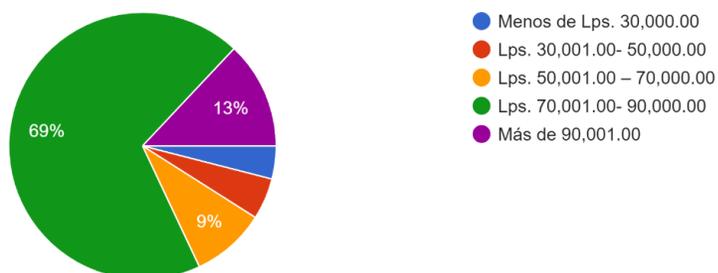


Figura 6.3 Gráfico de la pregunta 3 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

En la tercera pregunta se pueden observar los rangos de los ingresos mensuales de los locatarios del mercado Guamilito antes de su reapertura. El 69% generaba ingresos entre 70,001.00 y 90,000 Lps. al mes.

4. ¿Cómo es la variación de sus ingresos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

100 respuestas

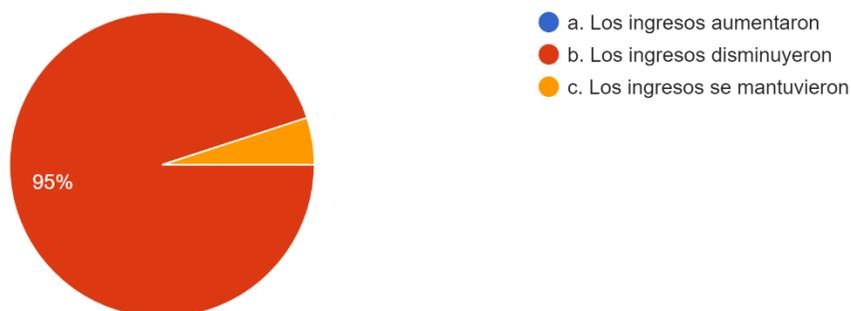


Figura 6.4 Gráfico de la pregunta 4 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

En la pregunta cuatro, se puede observar como el 95% de los locatarios respondieron que sus ingresos disminuyeron a partir de la reapertura del mercado Guamilito. El 5% respondió que sus ingresos se mantienen igual y nadie respondió que sus ingresos aumentaron.

5. ¿Cuál ha sido el porcentaje de incremento de sus ingresos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

0 respuestas

Todavía no hay respuestas para esta pregunta.

Figura 6.5 Gráfico de la pregunta 5 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

La pregunta cinco era redirigida desde la pregunta cuatro al responder que hubo un aumento en los ingresos.

6. ¿Cuál ha sido el porcentaje de disminución de sus ingresos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

95 respuestas

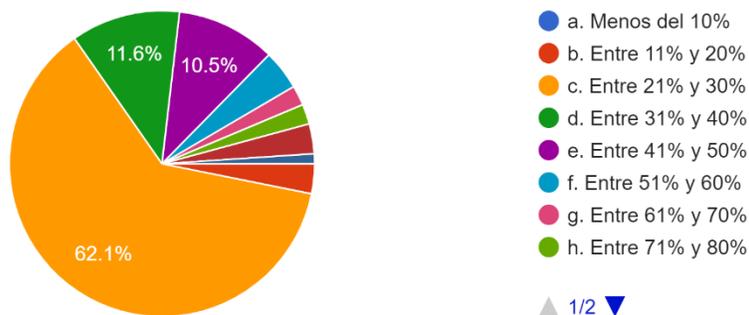


Figura 6.6 Gráfico de la pregunta 6 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

Para los locatarios que respondieron que sus ingresos disminuyeron, fueron dirigidos a la pregunta 6, donde indicaron cual fue el porcentaje de disminución. El 62.1% respondió que sus ingresos disminuyeron entre 21% y 30%.

7. ¿Cuál era el rango de sus gastos mensuales antes de la reconstrucción del mercado Guamilito?

100 respuestas

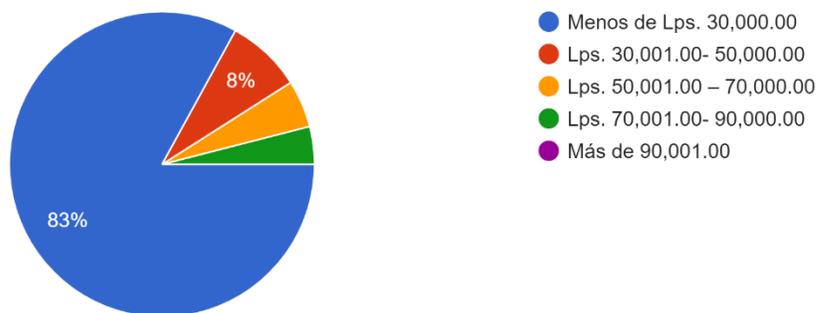


Figura 6.7 Gráfico de la pregunta 7 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

En la séptima pregunta se establece que el 83% de los locatarios tenían gastos menores a Lps. 30,000 antes de la reapertura del mercado Guamilito.

8. ¿Cómo es la variación de sus gastos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

100 respuestas

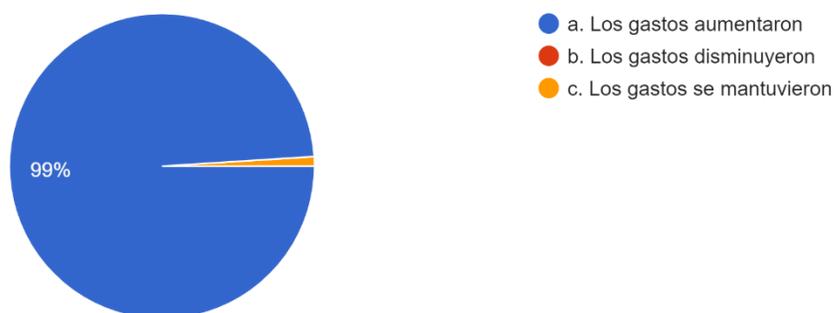


Figura 6.8 Gráfico de la pregunta 8 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

En la octava pregunta se observa cómo el 99 % de los encuestados respondió que sus gastos aumentaron mientras que el 1% respondió que sus gastos se mantuvieron igual luego de la reapertura del mercado.

9. ¿Cuál ha sido el porcentaje de incremento de sus gastos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

99 respuestas

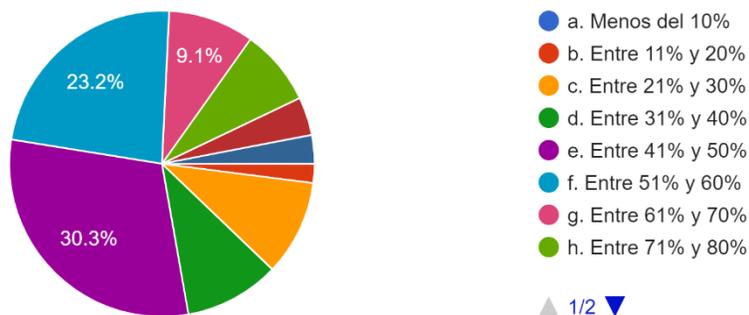


Figura 6.9 Gráfico de la pregunta 9 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

En la pregunta nueve se determinó que el 30.3% de los locatarios que sufrieron un aumento en sus gastos, tuvo un porcentaje de aumento entre 41% y 50%. El 23.2% tuvo un aumento entre 51% y 60%.

10. ¿Cuál ha sido el porcentaje de disminución de sus gastos a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

0 respuestas

Todavía no hay respuestas para esta pregunta.

Figura 6.10 Gráfico de la pregunta 10 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

La pregunta 10 no obtuvo ninguna respuesta ya que implicaba el porcentaje de disminución de los gastos y nadie seleccionó esa respuesta en la octava pregunta.

11. ¿Cuál ha sido la variación que ha observado en sus ganancias a partir de la reapertura del mercado?

100 respuestas

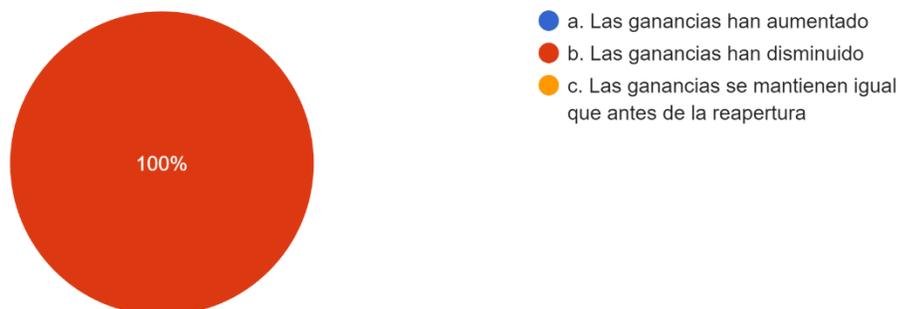


Figura 6.11 Gráfico de la pregunta 11 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

En la pregunta once se observa cómo el 100% de los locatarios han observado una disminución en sus ganancias.

A partir de esta pregunta se puede comprobar la hipótesis de investigación.

12. ¿Cuál ha sido el porcentaje de incremento de sus ganancias a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

0 respuestas

Todavía no hay respuestas para esta pregunta.

13. ¿Cuáles considera que han sido las causas del aumento en sus ganancias?

0 respuestas

Todavía no hay respuestas para esta pregunta.

Figura 6.12 Gráfico de las preguntas 12 y 13 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

Las preguntas 12 y 13 se mantuvieron sin respuesta pues no hubo ningún encuestado que observara aumento en sus ganancias.

14. ¿Cuál ha sido el porcentaje de disminución de sus ganancias a partir de la reapertura del mercado Guamilito?

100 respuestas

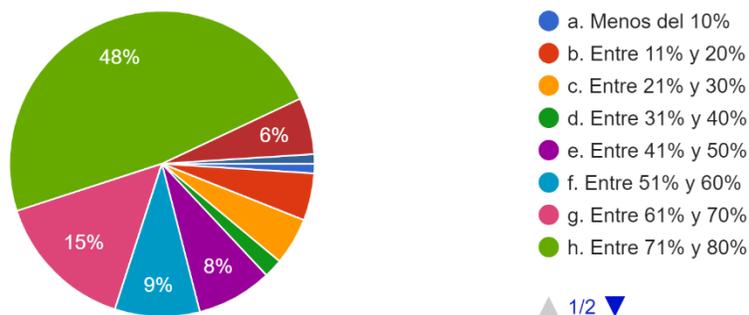


Figura 6.13 Gráfico de la pregunta 14 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

En la pregunta 14 se observa cómo el 48% de los locatarios ha tenido un porcentaje entre 71% y 80% de la disminución de sus ganancias a partir de la reapertura del mercado Guamilito.

15. ¿Cuáles considera que han sido las causas de la disminución en sus ganancias?

100 respuestas

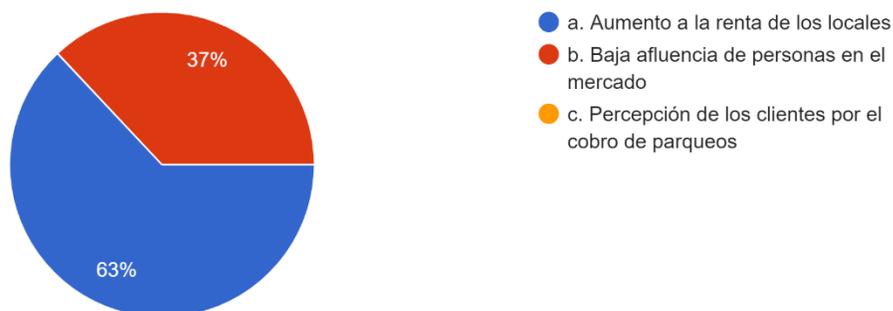


Figura 6.14 Gráfico de la pregunta 15 de la encuesta

Fuente: Elaboración Propia

En la última pregunta, relacionada la disminución de las ganancias, el 63% de los locatarios consideran que la causa más común de la disminución en sus ganancias es el aumento a la renta de los locales, mientras que el 37% considera que es la baja afluencia de persona en el mercado.

6.2 Resultados y Análisis de las entrevistas

Para esta investigación se realizaron entrevistas a diferentes locatarios de manera individual y en parejas para que pudieran transmitirnos más información y opiniones al respecto de las variaciones en las ganancias que han tenido desde la reapertura del mercado Guamilito.

Local 120 y 122: Los locatarios de ambos negocios concordaron en que sus ganancias se han visto impactadas por causa de los costos que aumentaron desde que el mercado Guamilito volvió a abrir. El costo más significativo que han tenido es la renta de los locales que ha aumentado casi el triple por cada metro cuadrado.

Local 80: El locatario ha observado que sus ingresos han disminuido, sus costos han aumentado y por ende, sus ganancias han disminuido, pero a diferencia de los locatarios anteriores el piensa que es por la baja afluencia de personas pues aún no están habilitados todos los locales y esto ocasiona que los clientes no quieran ir al mercado.

Locales 22 y 23: Los locatarios de estos negocios están de acuerdo con la renta que se les cobra pues “vale la pena por la infraestructura”, sin embargo, sus ganancias si han disminuido ya que a

pesar de subir sus precios para lograr mantener el negocio a flote aún no se han estabilizado sus ventas, pero esperan que la situación mejore con el transcurso de los meses.

Local 34: La dueña del local comentó que desde la reapertura del mercado sus ganancias han disminuido y esto debido a los altos costos de renta y servicios públicos, además de las pocas ventas que hace durante el día. Su local ha estado en su familia desde hace 15 años y antes de la reapertura del mercado se podían obtener hasta Lps. 90,000.00 de ganancias en temporadas altas, en cambio ahora apenas puede mantener el negocio en equilibrio. Para poder obtener ganancias extras debe salir del mercado a vender la mercadería afuera, en línea o por encargo.

Con las entrevistas realizadas se puede observar cómo los locatarios concuerdan en que sus ganancias han disminuido desde la reapertura del mercado Guamilito y esto por causa del incremento a los costos de la renta de los locales y el cobro de servicios públicos.

CAPITULO VII COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

La comprobación de hipótesis determina si una hipótesis alternativa es verdadera o no. Basado en si es verdad o no determina si acepta o rechaza la hipótesis (Hernandez Sampieri, Collado, & Lucio, 2014).

Suposición para este proyecto:

H_i: Las ganancias de los locatarios disminuyeron luego de la reapertura del mercado Guamilito en 2022

H₀: Las ganancias de los locatarios no disminuyeron luego de la reapertura del mercado Guamilito en 2022

H_{a1}: Las ganancias de los locatarios aumentaron luego de la reapertura del mercado Guamilito en 2022.

H_{a2}: Las ganancias de los locatarios se mantienen igual luego de la reapertura del mercado Guamilito.

Con el resultado de las encuestas y las entrevistas realizadas a los locatarios se acepta la hipótesis afirmativa: Las ganancias de los locatarios disminuyeron luego de la reapertura del mercado Guamilito en 2022.

Los 100 locatarios encuestados indicaron que hubo una disminución en sus ganancias a partir de la reapertura del mercado el 24 de octubre del 2022.

CONCLUSIONES

- Se acepta Hi, ya que todos los locatarios observaron una disminución en sus ganancias a partir de la reapertura del mercado Guamilito en octubre del 2022.
- Los ingresos del 95% de los locatarios disminuyeron y el 62% de estos observó un porcentaje de disminución entre 21% y 30% desde la reapertura del mercado.
- Los gastos aumentaron para el 99% de los locatarios, de estos el porcentaje de aumento en los gastos del 30,3% es entre 41% y 50%.
- Las utilidades del 48% de los locatarios ha disminuido entre 71% y 80% a partir de la reapertura del mercado Guamilito.

RECOMENDACIONES PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO GUAMILITO

- Brindar orientación y capacitaciones a los locatarios del mercado Guamilito sobre cómo tener un mejor control de sus finanzas.
- Negociar con los proveedores del mercado para que la mercadería se pueda obtener a un menor precio y así los costos disminuyan.
- Hacer campañas publicitarias de las nuevas de las instalaciones del mercado para que aumente la afluencia de personas y los locatarios logren percibir mas ingresos.
- Analizar si el cobro de parqueos es realmente beneficioso para los locatarios y el mercado en general.
- Buscar maneras alternativas de atraer clientes al mercado, como repartir brochures en hoteles o restaurantes con afluencia de extranjeros en la ciudad.
- Si el cobro de parqueos se realiza, dar boletos de entrada que al sellarlos dentro de cualquier negocio dentro del mercado no se realice el cobro de este.

BIBIOGRAFÍA

Más Noticias Televisión . (14 de Octubre de 2022). *Con dos votos en contra aprueban nuevos precios para locales del Mercado Guamilito*. Obtenido de Más Noticias Televisión : <https://mntv.hn/con-dos-votos-en-contra-aprueban-nuevos-precios-para-locales-del-mercado-guamilito.html>

Aleman, F. (12 de Agosto de 2016). La importancia de los mercados municipales en Las Palmas de Gran Canaria. *Canarias ahora*. Obtenido de https://www.eldiario.es/canariasahora/eldiario-agricola/opinion-primaria/importancia-municipales-palmas-gran-canaria_132_4674841.html

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Education.

Bonnemaison, E. F. (2013). Remodelación de los mercados; innovación y competitividad. *Congreso de Mercados Municipales* (págs. 26-27). Barcelona: Institut Municipal de Mercats de Barcelona.

Donaldson, S. A. (2007). «*Federal Tax Update: Important Developments in Federal Income*,

Estate & Gift Taxation Affecting Individuals - August, 2006 to August, 2007».

- Española, G. D. (2022). *Larousse Editorial, S.L.* Obtenido de <https://es.thefreedictionary.com/reapertura>
- Gomez, M. (6 de Mayo de 2022). “*Quien quiera tener locales más grandes puede irse a alquilar a centros comerciales*”: *alcalde de SPS a locatarios del mercado Guamilito*. Obtenido de Radio América: <https://www.radioamerica.hn/quien-quiera-tener-locales-mas-grandes-puede-irse-alquilar-centros-comerciales-alcalde-de-sps-locatarios-del-mercado-guamilito/>
- Hernandez Sampieri, R., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). Metodología de la Investigación. En R. H. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 634). Mexico D.F: 6a edición.
- Hernandez, A., & Andreeva, S. (2016). *La gentrificación de los mercados municipales en Barcelona y Madrid*.
- Judicial, P. (2010). *Ley de municipalidades*. Obtenido de <https://www.poderjudicial.gob.hn/CEDIJ/Documents/Decreto%20127-2000%20Ref%20Ley%20de%20Municipalidades.pdf>
- La Prensa. (17 de Junio de 2020). Incendio consume locales en mercado Guamilito de San Pedro Sula. *La Prensa*. Obtenido de <https://www.laprensa.hn/sanpedro/incendio-mercado-guamilito-san-pedro-sula-honduras-bomberos-GGLP1387625>
- Mendez, C. (1995). *Metodología; Guia para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. Bogotá: McGraw Hill.
- Morales, A. (22 de Mayo de 2013). *Significado de Conceptualización*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/conceptualizacion/>
- Moreno, E. (7 de Agosto de 2013). *Limitaciones en una investigación*. Obtenido de Metodología de la investigación, pauta para hacer tesis: <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/limitaciones-del-problema->

de.html#:~:text=Se%20refiere%20limitaciones%20o%20los,problema%20debido%20por%20alguna%20raz%C3%B3n.

Orengo, J. (7 de February de 2012). *¿Qué es un Diseño de Investigación?* Obtenido de <https://repasopcmasumet.files.wordpress.com/2008/12/investigac3b3n-definic3b3n-y-disec3b1os.pdf>

Pedraza, O. (2001). La Matriz de Congruencia:Una Herramienta para Realizar Investigaciones Sociales. *Dialnet, Economía y sociedad*, 312.

Pérez, B. V., & Ortiz, S. L. (s.f.). *Matriz de consistencia metodológica*. Obtenido de Universidad Autonoma del estado de Hidalgo: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/huejutla/n8/m1.html#:~:text=de%20la%20investigaci%C3%B3n.-,Es%20la%20herramienta%20que%20posibilita%20el%20an%C3%A1lisis%20e%20interpretaci%C3%B3n%20de,y%20operacionalizaci%C3%B3n%20de%20las%20variables.>

Proceso Digital. (14 de Octubre de 2022). *Con inversión de L. 140 millones inauguran nuevo mercado Guamilito denominado Mall del Pueblo de SPS*. Recuperado el 23 de Octubre de 2022, de Proceso Digital: <https://proceso.hn/con-inversion-de-l-140-millones-inauguran-nuevo-mercado-guamilito-denominado-mall-del-pueblo-de-sps/>

Ruiz, L. (15 de Septiembre de 2019). *¿Qué es el diseño de investigación y cómo se realiza?* Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/disenio-de-investigacion>

Ruiz, M. (2012). *Enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto*. Obtenido de Edumed Enciclopedia Virtual: https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/cualitativo_cuantitativo_mixto.html

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación* .

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta

ed.). México: MCGraw Hill Education. Recuperado el 23 de Octubre de 2022, de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). Metodología de la Investigación. En R. H. Sampieri, C. F. Collado, & P. B. Lucio, *Metodología de la Investigación* (pág. 174). México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Soluciones Productivas Ambientales. (2008). *MANIFESTACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL DE LA OBRA REMODELACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL DEL CARMEN “ALFONSO FELIPE DE ANDRADE”*. Mexico.

Walliser, A. (25 de Abril de 2013). *Mercados municipales: tejido local y sostenible I*. Obtenido de Ecosistema Urbano: Mercados municipales: tejido local y sostenible I

ANEXOS

Aplicación de encuestas



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia