



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA



**FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA FAREM-ESTELI.
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRATIVA MUNICIPAL
SISTEMA NACIONAL DE CAPACITACION MUNICIPAL
SINACAM**

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Seminario de Graduación para optar al título de:

Licenciado en Administración de Empresas

TITULO:

Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay, durante el período del primer semestre del año 2019.

Autores (as):

- ❖ Geovanny José Blandón Maradiaga
- ❖ Flor de María Vallejos Ávila

Tutor:

M.sc. Javier Antonio Flores Rugama

Estelí, 14 de octubre del año 2019



Línea N° 07: Servicios Públicos Municipales

Tema General:

Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay.

Tema Delimitado:

Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay, durante el período del primer semestre del año 2019.



DEDICATORIA

A Dios, por darnos la oportunidad y llenarnos de fuerzas para poder culminar nuestros estudios de manera exitosa.

A nuestras familias, que con su amor y respaldo han sido nuestra principal fortaleza en los momentos difíciles para cumplir con nuestras metas; y que han sabido comprender esos momentos de ausencias que no les hemos dedicado por cumplir con nuestra responsabilidad formativa.

A nuestros profesores, por habernos guiado y otorgado las pautas necesarias para formarnos como buenos profesionales, por transmitirlos todos sus conocimientos y experiencias en el transcurso de la carrera.

A nuestro gobierno, por brindarnos la oportunidad de nivelar nuestros perfiles en el centro de trabajo donde laboramos, para ser eficientes y eficaces en nuestra labor diaria.



AGRADECIMIENTO

A Dios sobre todas las cosas, por habernos dado fuerzas, paciencia y sabiduría para culminar esta etapa tan importante de nuestras vidas, la de nuestras familias y la de la comunidad a la que le servimos.

A cada uno de las personas que nos apoyaron de alguna manera el esfuerzo antes y durante la elaboración de este trabajo.

A nuestras familias, por tenernos paciencia, apoyarnos y acompañarnos en el proceso y esfuerzo de aprendizaje de nuestra vida profesional.



CARTA AVAL DEL TUTOR

A través de la presente hago constar que, **Blandón Maradiaga Geovanny José, Vallejos Ávila Flor de María**, estudiantes de la Licenciatura en Administración de Empresas han finalizado su trabajo investigativo denominado:

“Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay, durante el período del primer semestre del año 2019”.

Este trabajo fue apoyado metodológica y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

Después de revisar la coherencia, contenido, el artículo científico y la incorporación de las observaciones del jurado en la defensa, se valora que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa de seminario de graduación vigente y por lo tanto está listo para ser entregado el documento final.

Dado en la ciudad de Estelí a los catorce días del mes de octubre del 2019.

Atentamente;

M. Sc. Javier Antonio Flores Rugama

Tutor de Tesis



Índice

I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Antecedentes	3
1.2 Planteamiento del Problema	5
1.3 Justificación	7
1.4 Preguntas, Problema	8
II. OBJETIVOS	9
2.1 Objetivos General	9
2.2 Objetivos Específicos	9
III. MARCO TEÓRICO	10
3.1 Administración y gestión pública	10
3.1.1 Concepto Administración pública	10
3.1.2 Elementos de la administración pública	11
3.1.3 Características de la administración pública	12
3.1.4 Gestión pública	12
3.2 Gestión Administrativa	13
3.2.1 Concepto	13
3.2.2 Funciones	13
3.2.3 Procesos de gestión administrativa	15
3.3 Mercados	18
3.3.1 Concepto	18
3.3.2 Tipos de Mercado	18
3.3.3 Funcionamiento de Mercados	21
3.4 Servicios	22
3.4.1 Conceptos	22
3.4.2 Características de los servicios	22
3.4.3 Clasificación De Los Servicios	23
IV. SUPUESTO	25
4.1 Operacionalización de Variables	26
V. DISEÑO METODOLÓGICO	27
5.1. Enfoque de la Investigación:	27



5.2. Tipo de Investigación	27
5.3. Universo	27
5.4. Población	27
5.5. Muestra	28
5.6. Técnicas de Recolección de datos	28
5.6.1 Entrevista:	28
5.6.2 Encuesta:	28
5.6.3 Guía de Observación	29
5.7. Etapas de la Investigación	29
5.7.1. Primera Etapa: Investigación Documental	29
5.7.2. Segunda Etapa: Elaboración de Instrumentos	29
VI. ANÁLISIS DE RESULTADO	30
6.1 Impacto de la Gestión Administrativa	30
6.2 Proceso de Gestión Administrativa	39
6.3 Propuesta de alternativas de solución	44
VII. CONCLUSIONES	46
VIII. RECOMENDACIONES	48
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
X. ANEXOS	50



RESUMEN

Esta investigación se realizó con el objetivo de determinar la incidencia de la gestión administrativa en el funcionamiento del mercado municipal de San Juan de Limay, en el primer semestre del año 2019. En el cual se elabora un diagnóstico del proceso de gestión administrativa, se analiza el impacto que genera y se proponen alternativas que contribuyan a mejorar la gestión municipal.

Cabe mencionar que la correcta aplicación de un modelo de gestión administrativa, conlleva a estimar y valorar la calidad del servicio ofertado por la municipalidad a los protagonistas arrendatarios del mercado municipal, manteniendo la sostenibilidad del servicio y de infraestructura, aportando de forma directa al proceso de gestión municipal. Para ello, fue necesario utilizar métodos de recolección de información a través de la aplicación de técnicas, tales como: encuestas a arrendatarios, entrevistas a funcionarios directivos / administrativos de la municipalidad y guía de observación.

También se hizo uso del método teórico para orientar el proceso de gestión administrativa objeto de estudio, fundamentado por las fuentes bibliográficas basándose en los resultados obtenidos encontrando que la falta de gestión administrativa incide en el buen funcionamiento del mercado municipal como es el caso; lo que puede afectar la buena administración en el logro de los objetivos y metas institucionales propuestas.



I. INTRODUCCIÓN

La gestión administrativa conforma las bases sobre las cuales se van a ejecutar las tareas propias de un grupo (Empresas, Instituciones, Organizaciones, etc.), orientada a cumplir los objetivos propuestos, permitiendo utilizar los recursos humanos, materiales y financieros de una institución; siendo propicio para el desarrollo eficiente del proceso de gestión encaminados a cumplir con las funciones donde va ser aplicable.

A nivel institucional la gestión administrativa es necesaria para obtener resultados satisfactorios conforme lo planificado; por ello, uno de los objetivos de este estudio es analizar el impacto de la gestión administrativa en el funcionamiento del mercado municipal administrado por la Alcaldía municipal de San Juan de Limay, situación que nos permite evaluar las condiciones favorables o desfavorables en que se encuentra el mismo, debido a las causas directas de presupuesto, servicio, normativas y recaudación.

Por las razones antes mencionadas, se decidió llevar a cabo un estudio enfocado en la incidencia de la gestión administrativa en el funcionamiento del mercado municipal de San Juan de Limay; tomando en cuenta que es importante que se cumpla y se apliquen los indicadores conforme sus procesos orientados a garantizar una buena administración.

A pesar de que existen problemas en la gestión administrativa del mercado es indispensable diagnosticar todas las acciones pertinentes y proponer alternativas en aras de mejorar el funcionamiento para la satisfacción de las partes involucradas.

Este estudio se llevó a cabo durante el período del primer semestre del año 2019, iniciando con la delimitación del tema, elaboración de objetivos, seguido de la identificación del grupo en estudio, las bases teóricas científicas de las variables, formulación de supuesto del presente estudio, diseño metodológico, preparación de instrumentos, levantamiento de información, análisis y elaboración del informe final.



Para la elaboración de este trabajo se consultó a los servidores públicos (gerencia, responsable de administración tributaria y responsable de servicios municipales) de la Alcaldía San Juan de Limay y también a comerciantes protagonistas del mercado municipal como fuentes principales de información, los que expresaron por medio de las encuestas y las entrevistas aplicadas la falta de normativa, presupuesto y recaudación.

El proceso metodológico se detalla el tipo de estudio, el enfoque, el universo y muestra, los métodos utilizados, plan de análisis de resultados y plan de recolección de datos.

En la última etapa del documento se encuentran las conclusiones y recomendaciones las cuales permitirán a la Alcaldía tomarlas en cuenta para mejoras continuas en el funcionamiento del mercado, para crear satisfacción a los arrendatarios y brindar un mejor servicio a la población.



1.1 Antecedentes

En los últimos años se han realizado diversos estudios sobre la existencia de los mercados a nivel nacional, siendo de gran importancia para los pequeños y medianos negocios ya que les sirve de instrumento para mejorar o crear nuevas estrategias de mercado, retomando las siguientes investigaciones:

Itza Tatiana Canales Betanco (Betanco, 2014), en su tesis Seminario de Graduación “Posicionamiento de supermercado Maxi Pali en la ciudad de Estelí”, para optar al título de: Licenciada en Mercadotecnia, presentado a la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí en el año 2014, se plantea realizar un análisis comparativo del posicionamiento de supermercado Maxi Pali con respecto a los supermercados de la competencia en Estelí, llegando a la conclusión que la competencia principal de supermercado Maxi Pali es el supermercado Las Segovias ya que es pionero en el mercado, sin embargo, Maxi Pali en tan pocos años ha logrado acaparar gran parte del mercado esteliano no solamente en las ventas sino también en la posición mental que ocupa en los consumidores.

Jefry Joel López Acevedo, Heidee Mercedes Lanuza (Lopez, 2015), en su tesis “Potencial comercial de frutas deshidratadas en el mercado municipal de Managua e internacional para la cooperativa La Casa Agropecuaria R.L, 2015”, presentado a la Universidad Nacional Agraria (UNA), para optar al grado de: Licenciatura en Agronegocios en el año 2015, se proponen analizar el potencial de comercio de frutas deshidratadas en el mercado municipal de Managua e internacional para la cooperativa La Casa Agropecuaria R.L, 2015, llegando a la conclusión que existe un alto potencial de mercado de frutas deshidratadas siendo los principales consumidores los estudiantes.

Elisa Alejandra Vanegas Munguía (Munguía, 2015), en su tesis “Estrategia de Vinculación a Mercados Locales de Pequeños Productores de la Coordinadora Nicaragüense de Comercio Justo (CNCJ-Nic) para el período 2015-2020”, presentado a la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa, para optar al título de Master



en Desarrollo Local en el Año 2015, se plantea Establecer estrategias de vinculación a los mercados nacionales y locales para los productores/as organizados en la Coordinadora Nicaragüense de Organizaciones de Pequeños Productores y Productoras de Comercio Justo, llegando a la conclusión que las principales limitantes de las organizaciones de Pequeños Productores se encontró que eran: El poco acceso a información de mercados, la baja competitividad empresarial, la falta de estrategias de mercadotecnia y la nula aplicación de tecnologías de la información.

Como se puede apreciar las tesis planteadas, nos servirán de referencia para llevar a cabo el estudio del mercado del municipio de San Juan de Limay, para poder identificar las problemáticas más sentidas que se presentan en el funcionamiento del mismo y a la vez proponer alternativas de solución que nos sirvan para mejorar el servicio que se brinda a la población en general.



1.2 Planteamiento del Problema

En el municipio de San Juan de Limay desde el año dos mil trece se inició con un pequeño Mercadito Verde el cual funcionaba en el predio de la casa de cultura y posteriormente en la calle frente al Juzgado Municipal, que surge de la voluntad e iniciativa propia de los organismos y productores natos radicados en el territorio, organizados por la alcaldía municipal para la buena comercialización de sus productos, realizando sus ventas todos los días miércoles de cada semana, la municipalidad representada por el área de participación ciudadana y al frente de este proyecto en coordinación con los organismos que tuvieron presencia en el municipio: PESA-FAO, MOPAFMA, PECAM, VISIÓN MUNDIAL, ARTESANOS, INTUR, AMUCANE, ASOCIACION PADRE CESAR JEREZ, UNAG, MINSA ESQUIROLES, MOVIMIENTO COMUNAL, MINED, MAGFOR Y Productores, han venido realizando ferias promoviendo la seguridad cultural, alimentaria y la gastronomía local, la población estaba consiente que la Alcaldía no podía ofertar este servicio por si sola por la falta de presupuesto, pero que buscaba esfuerzos en realizar la construcción del nuevo mercado municipal.

Fue a inicios del Año 2015 que la Alcaldía Municipal por orientaciones del Gobierno Central destinó fondos para la Construcción de la primera etapa del Mercado Municipal Roberto Rodríguez Espinoza, ubicado en el Barrio Mario Rodríguez, de la Alcaldía Municipal 2 cuadras al sur, el cual consta de 10 módulos en el cual se ubicaron 10 comerciantes de diferentes rubros de negocios, los cuales brindan sus servicios a la población obteniendo resultados positivos en sus ventas.

A raíz de esto surgen nuevos comerciantes queriendo ofertar sus productos fuera de los módulos del mercado lo que ha creado insatisfacción con los comerciantes que ofertan sus productos dentro de los módulos ya que estos se quejan de la competencia con los comerciantes informales debido a que el consumidor ya no llega a sus tramos, sino que le compran a los que están ubicados fuera de los módulos, lo que viene a generarles una baja en sus ventas. Es por eso que surge la necesidad de ampliar y



mejorar la infraestructura del mercado municipal para generar más empleo y ordenamiento de los vendedores informales mediante la construcción de nuevos módulos para disminuir la problemática que se presenta entre los que tienen tramos asignados y los vendedores que están de forma ilegal generando competencia entre los mismos.

La Alcaldía municipal no cuenta con presupuesto disponible para la construcción de nuevos módulos, además el espacio donde se encuentra ubicado no cumple con las dimensiones para construir más tramos, por lo que es demasiado pequeño lo cual imposibilita dar un buen ordenamiento y presentación en el local.

La construcción del mercado no ha sido rentable para la municipalidad, debido a que no realizan los cobros conforme lo establecido por ley, ya que el pago que realizan los arrendatarios es a través de cuota fija con un precio simbólico.

El problema que se presenta en el mercado afecta de forma directa a la Alcaldía Municipal, ya que esta tiene que asumir el pago de servicios básicos lo que viene a generar más gastos que ingresos, resguardo del local, así como también actúa de mediador ante situaciones de conflicto entre comerciantes.

Lo planteado anteriormente fue constatado a través de visitas realizadas al local del mercado y encuestas realizadas a los arrendatarios, en donde pudimos observar el mal ordenamiento que se presenta en el mercado y la inconformidad que tienen los comerciantes por los diferentes problemas que afectan el funcionamiento.



1.3 Justificación

El presente estudio tiene como objetivo identificar algunas problemáticas en el funcionamiento del mercado municipal Roberto Rodríguez en el municipio de San Juan de Limay, de acuerdo a la inversión realizada en la construcción de la primera etapa y nuevas propuestas de inversión para mejorar los servicios que presta a los habitantes del municipio.

Con esta investigación se pretende conocer la situación actual y funcionamiento del mercado, las problemáticas y dificultades que se presentan y las posibles soluciones para mejorar el servicio que se brinda a la población. Así mismo que este documento sea tomado como referencia por los interesados (Autoridades Municipales, Arrendatarios y Población), toda la información relevante que pueda servir al momento de ejecutar la segunda etapa de construcción, ya que en él se plantea el problema más sentido que se da en el mercado municipal y las posibles soluciones y recomendaciones en pro de mejorar y desarrollar el municipio.

En el ámbito social, servirá como antecedente para otros estudios similares que puedan surgir, y a la vez contribuyan a que la población conozca el funcionamiento del mercado municipal.

En la universidad será de gran importancia, ya que será una herramienta más para brindar información a los estudiantes, los cuales podrán recurrir a la biblioteca a recopilar datos que sirvan para posteriores investigaciones relacionadas a temas de mercados municipales.



1.4 Preguntas, Problema

Pregunta Directriz:

¿Cómo incide la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay, en el período del primer semestre del año 2019?

Preguntas Específicas:

¿Cómo se puede analizar el impacto de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal?

¿Por qué es importante Diagnosticar el proceso de gestión Administrativa que presenta el Mercado Municipal?

¿Cuál es la importancia de proponer alternativas de solución para mejorar el servicio del Mercado?



II. OBJETIVOS

2.1 Objetivos General

- ❖ Determinar la Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay, durante el primer semestre del año 2019.

2.2 Objetivos Específicos

- ❖ Analizar el impacto de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal.
- ❖ Diagnosticar el proceso de Gestión administrativa del Mercado Municipal.
- ❖ Proponer alternativas de solución para mejorar el servicio del Mercado.



III. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se definen cuatro ejes fundamentales que son la base conceptual de esta investigación: 1) Administración y gestión pública, 2) Gestión Administrativa 3) Mercado Municipal, 4) Servicios.

Pues son el fundamento teórico científico que nos permitirá argumentar y soportar nuestra investigación al contrastarla con los resultados encontrados.

3.1 Administración y gestión pública.

3.1.1 Concepto Administración pública

Por Administración pública se entiende la disciplina y también el ámbito de acción en materia de gestión de los recursos del Estado, de las empresas públicas y de las instituciones que componen el patrimonio público.

La administración pública se ocupa de gestionar el contacto entre la ciudadanía y el poder público, no sólo en las instituciones burocráticas del Estado, sino también en las empresas estatales, en los entes de salud, en las fuerzas armadas, en la policía, los bomberos, el servicio postal y los parques nacionales, entre otros. En cambio, no abarca los sectores judiciales y legislativos.

Este concepto puede entenderse desde dos puntos de vista:

- ✓ Formalmente, se refiere a los organismos públicos que han recibido del poder político las competencias para atender necesidades puntuales de la ciudadanía en asuntos de interés general, como la salud, la burocracia, etc.
- ✓ Materialmente, se refiere a la actividad administrativa del Estado, es decir, a la gestión de sí mismo, para reforzar el cumplimiento de las leyes y la satisfacción de las necesidades públicas, así como su relación con organismos particulares.

(Raffino M. E., 2018)



Etimológicamente: Administración (del latín administratio-ONIS), significa acción de administrar. Acción del gobierno al dictar y aplicar las disposiciones necesarias para el cumplimiento de las leyes y para la conservación y fomento de los intereses públicos y al resolver las reclamaciones a que dé lugar lo mandado.

Constituye el principal instrumento para concretar la acción del Estado, lo que hace a muchos decir que es el factor estratégico del desarrollo.

La administración concebida como coordinación de esfuerzos ha estado presente en todas las etapas históricas y actividades del hombre/ser humano, desde el mismo origen de la humanidad.

La administración pública ejerce la función administrativa a través de actos “sucesivos, aislados e individuales” para concretar los fines del Estado dentro del marco constitucional y el orden jurídico conformado por las leyes adjetivas y reglamentos.

Lo fundamental de la administración es que refleja la organización del Estado en el sentido de las instituciones políticas y formule las normas básicas que habrán de regular las relaciones de las personas con el Estado.

La Administración pública está conformada por un conjunto de órganos que han sido instituidos en virtud de la ley y los reglamentos, y su respectivo funcionamiento descansa en normas jurídicas del derecho público.

3.1.2 Elementos de la administración pública

Los elementos de la administración pública son los recursos y pasos que conllevan al Estado a generar el bienestar común de las personas.

- ✓ Órgano administrativo: la administración pública está compuesta por organismos que son el medio por el cual se manifiesta la personalidad del Estado y las metas que desea alcanzar.



- ✓ Actividad administrativa: se lleva a cabo cuando la administración cumple con el deber de suministra los servicios públicos para alcanzar su finalidad.
- ✓ Finalidad: el Estado tiene como finalidad garantizar y proporcionar el bienestar común de los ciudadanos como parte de sus obligaciones y responsabilidades ante la población.
- ✓ El medio: es el servicio público utilizado en la administración pública para lograr el bienestar común.

3.1.3 Características de la administración pública

Estas son algunas de las características generales más destacables de la administración pública.

- ✓ La administración pública busca satisfacer las necesidades de las personas a través de bienes y servicios adecuados.
- ✓ La normativa jurídica es la base donde se fundamentada la administración pública.
- ✓ Su estructura es compleja ya que puede abarcar gran cantidad de direcciones administrativas en los organismos públicos.
- ✓ Tiene la potestad de asignar los recursos para llevar a cabo proyectos de fines sociales, económicos, políticos y culturales.
- ✓ Garantiza los derechos de los ciudadanos.
- ✓ Las decisiones se toman en equipo y no por una sola persona.
- ✓ Los atributos de la administración pública se las da el Estado.
- ✓ En ocasiones puede ser una administración burocrática.

(significados.com/administracion-publica/, 2018)

3.1.4 Gestión pública

El Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, consiente de la necesidad de contar con una administración publica eficaz, eficiente y transparente acorde a las regulaciones legales internas y a los tratados, convenios e instrumentos internacionales, continua combatiendo toda forma de corrupción en el ejercicio de las funciones públicas, así como los actos de corrupción específicamente vinculados con



tal ejercicio, de esta manera promueve y fortalece las medidas para prevenir y combatir más eficaz y eficientemente ese flagelo.

Para este plan se plantean líneas estratégicas concretas para lograr un modelo de la Administración pública que garantice el desarrollo integral de la buena gestión en la entrega de servicios de calidad, calidez, eficiencia y transparencia que respondan a los intereses de la población, contando con la participación activa de la población a través del control social a la gestión pública.

Estas líneas son las siguientes:

- ✓ Promoción de principios y valores éticos en la Administración pública y en la población. Creándose un sistema nacional de promoción y educación en valores.
- ✓ Apoyo en la correcta aplicación de la legislación para la buena gestión pública.
- ✓ Fortalecimiento de las funciones institucionales a través de una gestión eficiente de la ruta de la justicia en los actos en contra de la Administración pública.

(Nacional, 2013)

3.2 Gestión Administrativa

3.2.1 Concepto

La gestión administrativa es el conjunto de formas, acciones y mecanismos que permiten utilizar los recursos humanos, materiales y financieros de una empresa, a fin de alcanzar el objetivo propuesto.

La gestión administrativa es primordial para la organización, ya que conforma las bases sobre las cuales se van a ejecutar las tareas propias del grupo, conformando además una red orientada a cumplir los objetivos empresariales.

3.2.2 Funciones

Realización de los procesos de gestión

Los procesos de gestión deben realizarse adecuadamente para que se lleve a cabo el desempeño efectivo en cada una de las funciones administrativas.



Estos deben incluir la planeación, organización, integración de personal, dirección y control, girando todos con base en el cumplimiento de los objetivos.

Contratación de personal

Se refiere a la selección, capacitación, colocación y remuneración del personal. El logro de los objetivos de la organización depende de poder contar con el personal adecuado, por lo cual se debe mantener el interés de cubrir las necesidades de los empleados y, a la vez, ser leales a la organización.

Salvaguardia de los activos

Los activos de una organización deben estar protegidos contra el uso indebido, pérdida o daño causado por robo, incendio o cualquier otro medio.

Por esto es necesario mantener un registro adecuado para cada tipo de activo, responsabilizando al personal de su correcto uso y salvaguarda.

Relaciones públicas

Una de las funciones importantes de la gestión administrativa es el establecimiento y mantenimiento de diversas líneas de comunicación entre la organización y su público relacionado (clientes, accionistas, empleados, proveedores, consumidores).

Establecer secuencias de trabajo

Para un desempeño estable y sin interrupciones del trabajo administrativo, deben desarrollarse sistemas y procedimientos de rutinas definidas. Esto es motivado al carácter de interdependencia e interrelación entre las labores específicas de cada departamento.

Compra de activos fijos

En cada departamento existe una necesidad de activos fijos adecuados para tener un rendimiento eficiente y económico del trabajo allí realizado. Por lo tanto, se debe seguir un procedimiento estándar en la selección y compra de cada tipo de activo fijo requerido.



Un aspecto importante es realizar una detección y evaluación de la necesidad real del activo, evitando así gastos innecesarios que repercutan en las finanzas de la empresa.

Diseño y control de formas

Dado que el trabajo administrativo tiene características particulares, se deben diseñar los formularios utilizados a fin de proporcionar la información requerida de manera adecuada.

Es deber de la administración diseñar estos formularios y tratar de estandarizar su uso, a fin de reducir costos.

Compra de papelería y artículos de oficina

Estos artículos deben cubrir las necesidades de los usuarios, ya que repercutirán en la ejecución sistemática y rápida del trabajo que se hace.

Por tanto, es importante velar por la estandarización, selección y compra de dichos insumos, así como su distribución a otros departamentos, cuando sea necesario.

3.2.3 Procesos de gestión administrativa

Planeación

Planificar es la piedra angular de este proceso, ya que de esta se derivarán las subsiguientes acciones a seguir. Para realizar un proceso eficiente es necesario considerar lo siguiente:

- Contar con objetivos claros.
- Estudiar el ambiente bajo el cual se realizará el trabajo.
- Identificar y asignar las tareas que ayudarán a lograr los objetivos.
- Realizar un plan integral de logros, donde se destaquen los elementos creativos que ayuden a desempeñar eficazmente el trabajo.
- Determinar las políticas, métodos y procedimientos requeridos para el desempeño de la labor.
- Crear sistemas de alerta que permitan anticipar acciones ante problemas futuros.



- Actualizar constantemente los planes, considerando los resultados de los controles ejercidos sobre los mismos.

Organización

Para alcanzar el éxito se deben coordinar todos los recursos humanos, financieros y materiales que estén relacionados con el trabajo que se va a realizar.

Esto implica el establecimiento de un conjunto de reglas y asignaciones de tareas que deben seguir rigurosamente las personas que estén involucradas. Algunas de estas actividades son:

- Dividir el trabajo considerando las unidades de operación.
- Agrupar las tareas por los puestos de trabajo.
- Estructurar las unidades operativas con criterios de manejabilidad y afinidad de la labor.
- Seleccionar al personal que posea las aptitudes requeridas para determinado puesto de trabajo.
- Establecer ajustes en las actividades ejecutadas, con base en lo que arrojen los resultados de control de las mismas.

Integración del Personal

Es importante contar con la persona indicada para desarrollar cada función que necesita la empresa, por esta razón la selección del personal tiene que ser exigente y con los criterios considerados y necesarios que garanticen un excelente desarrollo en las funciones para un óptimo desarrollo y crecimiento de la empresa.

De esta manera podemos decir que integrar es reunir una serie de elementos tanto materiales como humanos que la organización considere necesarios para su debido funcionamiento.

Por lo tanto, la integración de personal se fundamenta en asignar y conservar los puestos necesarios en la estructura organizacional.



Dirección o ejecución

Para cumplir con las estrategias planificadas y organizadas es necesario tomar las acciones que las inicien y les den continuidad.

Entre estas medidas están las de dirigir la actividad y propiciar el desarrollo del empleado en lo laboral y personal, para que así esta motivación se traduzca en el logro eficiente del objetivo. Estas estrategias pueden ser:

- Guiar e incentivar al grupo para que alcancen el objetivo.
- Establecer una comunicación directa, abierta y transparente con cada uno de los involucrados, directa o indirectamente, en el trabajo.
- Desarrollar las potencialidades de cada miembro.
- Crear incentivos para los empleados que se destaquen en determinados criterios pre-establecidos, como la creatividad, rapidez en la culminación, entre otros.
- Establecer mecanismos de evaluación constante del proceso de ejecución, a fin de rectificar acciones en caso de ser requerido.

Control

Es importante implantar estrategias para comprobar que lo planificado, organizado y ejecutado esté progresando de forma satisfactoria y efectiva hacia el alcance del objetivo.

Esto permitirá tomar decisiones de sustitución de actividades o de reorientación del proceso, que permitan optimizarlo. Estas podrían ser algunas de las acciones a seguir:

- Establecer comparaciones de los resultados con los planes generales de la empresa.
- Evaluar el producto de la labor, tomando como base los estándares de desempeño de la misma.
- Hacer públicos los medios a ser utilizados en las mediciones.
- Comunicar las sugerencias al personal responsable, para así poder corregir las acciones que sean necesarias.(Matters, 2018)



3.3 Mercados

3.3.1 Concepto

Mercado es otra palabra, como Marketing, que tiene diferentes interpretaciones, entendiéndose, en términos generales, como el lugar en donde coinciden para hacer sus transacciones los compradores (la demanda) y los vendedores (la oferta). Un mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero.

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas.

En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.

Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro. (Mur, 2005)

3.3.2 Tipos de Mercado

Puesto que los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de



estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas.

Así tendremos diversas clasificaciones o tipos de mercado según sean los criterios aplicados, a saber:

Según su extensión:

Mercado Total: Conformado por la totalidad del universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

Mercado Potencial: Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio o un bien están en condiciones de adquirirlas.

Mercado Objetivo: Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

Mercado Real: Representa el mercado en el cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado objetivo que se han captado.

Según el número de oferentes y demandantes:

Vendedores / Compradores		POCOS	UNO
MUCHOS	Concurrencia Perfecta	Oligopolio Oferta	Monopolio Oferta
POCOS	Oligopolio Demanda	Oligopolio Bilateral	Monopolio Limitado
UNO	Monopolio Demanda	Monopolio Limitado Demanda	Monopolio Bilateral

Según el tamaño:

Mercado mayorista: Son en los que se venden mercancías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.



Mercado Minorista: Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores. Una nueva modalidad de este tipo de mercados lo tenemos en los llamados «Supermercados de origen norteamericano, los que constituyen grandes cadenas u organizaciones que mueven ingentes capitales. En ellos se estila el «autoservicio», es decir, que el mismo consumidor elige los artículos que va a comprar, eliminándose el empleado dependiente y al pequeño comerciante que vende personalmente sus artículos. (Mur, 2005)

Estrategias de mercado.

Las estrategias de marketing se basan en la segmentación del mercado, esto quiere decir que en la mayoría de productos y servicios no nos dirigimos a la globalidad del mercado, sino a grupos específicos de consumidores. Esto es lógico si tenemos en cuenta que el marketing se basa en el cliente y si queremos adecuar la oferta tenemos que segmentar. Esto quiere decir que cada día tenemos que analizar a un mayor número de grupos más reducidos para alcanzar a la globalidad. Hoy en día esta técnica se denomina micro segmentación. De aquí surge la expansión en el desarrollo de productos cada vez más específicos y especializados, el añadir servicio y personalización a los productos, es decir convertir productos en productos-servicios, y la expansión del marketing directo que es el que consigue una segmentación más precisa y una atención más personalizada. La micro segmentación clasifica a los grupos por sus diferentes estilos de vida.

Las estrategias de mercado en un producto-mercado amplio, son:

1. El método del mercado objetivo único: segmentar el mercado y escoger uno de los segmentos homogéneos, como mercado meta de la firma.
2. El método del mercado objetivo múltiple: segmentar el mercado y elegir dos o más segmentos, cada uno de los cuales será tratado como mercado meta separado, que necesita una mezcla comercial diferente.
3. El método del mercado objetivo combinado: combinar dos o más submercados en un mercado meta mayor como base para una estrategia. (Mur, 2005)



3.3.3 Funcionamiento de Mercados

El Funcionamiento de los Mercados es un conjunto de mecanismos que ponen en contacto a oferentes y demandantes de un bien para comercializarlo. Interactúan en el los oferentes y los demandantes en busca de acuerdos para realizar transacciones con el objetivo de cubrir sus necesidades. Algo muy importante es que comenzaremos suponiendo que este mercado es altamente competitivo. Esto significa que los oferentes y los demandantes son infinitos (o muchísimos) y que todos ellos son pequeños, o sea que ninguno tiene mayor poder de negociación que otro. Otra característica muy importante de un mercado muy competitivo es que todos los participantes tienen la misma e infinita información. Estas características implican que los oferentes y los demandantes negocian de igual a igual.

Después de aclarar este supuesto o característica que tendrá nuestro mercado, pasaremos a analizar que motivaciones guían la conducta de los oferentes y la de los demandantes. **Función de Oferta** Se define a la oferta como “el comportamiento que tienen los vendedores de un bien, respecto de diferentes variables, sobre las cantidades que van a ofrecer del mismo. Estas variables son el precio del bien, sus costos de producción que están relacionados con el precio de las materias primas y de otros insumos productivos, la tecnología disponible, en algunos casos el clima, etc.” Lo que acabamos de definir se puede formalizar de la siguiente manera.

El funcionamiento de los mercados a través de gráficos de oferta y demanda

En la economía existen diferentes agentes económicos (empresas, economías domésticas, sector público y sector exterior) que se relacionan a través de los mercados. En dichos mercados se producen interrelaciones entre los agentes económicos que implican el intercambio de factores de producción o de productos.

En esta lección se pretende estudiar el funcionamiento de los mercados explicando cómo decide el mercado qué producir, cómo producir y para quién va a producirse, que son las tres preguntas básicas que tiene que responder un sistema económico.



La particularidad del análisis de esta lección es el estudio a través de unos gráficos interactivos de las curvas de oferta y demanda a través de los cuales se pueden identificar los efectos en los mercados de un acontecimiento concreto. (Mur, 2005)

Ley de la oferta y la demanda

Las actividades de los numerosos compradores y vendedores llevan al precio de mercado hacia el precio de equilibrio. Una vez que el mercado alcanza el equilibrio, todos los compradores están satisfechos y no existen presiones al alza o a la baja sobre el precio. El tiempo que tardan los mercados en alcanzar el equilibrio varía de unos a otros, dependiendo del ritmo al que se ajusten los precios. Sin embargo, en la mayoría de los libres mercados los excedentes y las escaseces sólo son temporales porque los precios acaban trasladándose a sus niveles de equilibrio. Este fenómeno es la ley de la oferta y la demanda, que establece que el precio de un bien se ajusta para equilibrar su oferta y su demanda. (Mur, 2005)

3.4 Servicios

3.4.1 Conceptos

El concepto de servicio proviene del latín *servitium*. El mismo hace referencia a la acción servir, sin embargo, este concepto tiene múltiples acepciones desde la materia en que sea tratada.

Los servicios, desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios son lo mismo que un bien, pero de forma no material o intangible. Esto se debe a que el servicio solo es presentado sin que el consumidor lo posea. (Raffino M. E., 2019)

3.4.2 Características de los servicios

Los servicios pueden ser administrados tanto desde el estado, como desde los sectores privados, incluso en forma mixta. Los servicios son definidos como heterogéneos ya que los servicios prestados nunca podrán ser idénticos por diversas variables, también como intangibles ya que el usuario no puede tocarlos, este es el



caso de las líneas telefónicas de atención al cliente. Y como ya ha sido mencionado no se puede poseer.

Algunas de las cuestiones básicas que se considera que deben prestar los servicios es el buen trato a sus clientes, satisfacer las necesidades de los mismos, brindar la posibilidad de agradecimiento o queja, generalmente de manera escrita.

Por último, pero más importante, los prestadores del servicio deben cumplir con lo pactado, que suele ser determinando mediante un contrato. En los mismos deben ser pautados claramente cuáles serán las condiciones de los servicios a brindar por parte de la empresa o del estado. (Raffino M. E., 2019)

3.4.3 Clasificación De Los Servicios

Tangibles

Son aquellos que de una forma u otra pueden ser percibidos por el sentido del tacto.

Intangibles

Son aquellos que no pueden ser sentidos por nuestras manos, pero si por los otros sentidos como por la audición o bien la vista.

Públicos

Son aquellos suministrados por las entidades públicas y que se prestan para todo el bienestar de toda la colectividad, de igual forma esta corresponde en su nombre ya que el servicio público por regla general corresponde a un recurso que permite su extensión a un gran número de personas por su propia composición.

Tal es el caso de los servicios públicos que devienen de la luz o el agua

Privados

Puede decirse que por contraposición no son ofrecidos por empresas del Estado, sino por entidades de particulares conocidas como empresas, o bien por particulares, por regla general estos se caracterizan por ofrecer un mayor nivel de calidad, lo cual de



igual forma es traducible en un costo monetario establecido como contraprestación para disfrutar del mismo.

Domicilio

Los servicios a domicilio no se producen en el interior de la infraestructura de la propia empresa que te lo suministra, sino que, por el contrario, estos para lograr satisfacer tu requerimiento, ameritan llegar hasta tu hogar para poder llevar a cabo la actividad.

Tal es el caso de los servicios de plomería, que ameritan trasladarse a tu casa y detectar la falla o bien escape del vital líquido de tus propias tuberías.

Mantenimiento

Son aquellos que de un tiempo para acá han sabido granjearse la preferencia de las personas, ya que consisten en la revisión y limpieza de un equipo para postergar con ello su vida útil, en sí, estos permiten la extensión de los años de vida de un bien del cual te satisfaces. (clasificacionde.org/clasificacion-de-los-servicios/, s.f.)



IV. SUPUESTO

La falta de Gestión Administrativa, afecta el funcionamiento del Mercado Municipal.



4.1 Operacionalización de Variables

Objetivo Específico	Dimensión de Análisis	Definición Operacional	Categoría	Subcategoría	Indicadores	Dirigido a	Instrumento
Analizar el impacto de gestión administrativa en el funcionamiento del mercado Municipal	Impacto de Gestión Administrativa	La gestión administrativa es primordial para la organización, ya que conforma las bases sobre las cuales se van a ejecutar las tareas propias del grupo, conformando además una red orientada a cumplir los objetivos empresariales.	Negociación	Resultados de la gestión	Formas de pago	Máxima Autoridad / Contribuyentes	Entrevista
					Compromiso	Máxima Autoridad / Contribuyentes	Encuesta
					Satisfacción	Máxima Autoridad / Contribuyentes	Encuesta
					Auto sostenibilidad	Máxima Autoridad / Contribuyentes	Entrevista
Objetivo Específico	Dimensión de Análisis	Definición Operacional	Categoría	Subcategoría	Indicadores	Dirigido a	Instrumento
Diagnosticar el proceso de Gestión administrativa del Mercado Municipal.	Gestión Administrativa	La gestión administrativa es el conjunto de formas, acciones y mecanismos que permiten utilizar los recursos humanos, materiales y financieros de una empresa, a fin de alcanzar el objetivo propuesto. (Matters, 2018)	Proceso de la gestión administrativa	Etapas de la gestión administrativa	Planeación	Máxima Autoridad	Entrevista
					Organización	Máxima Autoridad	Entrevista
					Integración de personal	Máxima Autoridad	Entrevista
					Dirección	Máxima Autoridad	Entrevista
					Control	Máxima Autoridad	Entrevista
			Políticas institucionales de la gestión administrativa	Finalidad institucional sobre la gestión administrativa	Servicio	Máxima Autoridad / Contribuyentes	Encuesta
					Normativa	Máxima Autoridad / Contribuyentes	Encuesta
					Recaudación	Máxima Autoridad / Contribuyentes	Encuesta



V. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1. Enfoque de la Investigación:

Según el enfoque del estudio es una investigación mixta, ya que tiene por una parte el enfoque cualitativo que da respuestas a problemas prácticos e inmediatos porque se analiza la Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay, y se determinan los diversos aspectos que intervienen en el funcionamiento. A demás de basarse en el paradigma crítico, en el uso de variables cualitativas como cuantitativas. Así mismo para obtener resultados de la investigación se realizaron preguntas de contenidos y forma cerrada, que permitió proponer alternativas de solución para mejorar el servicio que brinda el mercado.

5.2. Tipo de Investigación

Según análisis esta investigación es descriptiva porque se va a identificar la problemática sobre la gestión administrativa y el funcionamiento del mercado municipal de San Juan de Limay, la que va servir de herramienta a la Alcaldía municipal y arrendatarios para que puedan actualizar y modernizar el mercado, para brindar un mejor servicio a la población y obtener mejores resultados.

5.3. Universo

El universo de esta investigación lo constituyen 80 miembros (50 servidores públicos de la Alcaldía Municipal, 20 arrendatarios del Mercado y 10 comerciantes ilegales).

5.4. Población

El concepto de población proviene del término latino populatio. En su uso más habitual, la palabra hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción y las consecuencias de poblar. (Merino, <https://definicion.de/poblacion/>, 2008)

La población está compuesta por 80 personas entre arrendatarios, comerciantes ilegales y servidores públicos de la Alcaldía municipal.



5.5. Muestra

Una muestra es una parte o una porción de un producto que permite conocer la calidad del mismo. (Merino, definicion.de/muestra/, 2009)

La muestra está compuesta por 13 Personas que corresponde a los arrendatarios de los tramos del mercado municipal y servidores públicos de la municipalidad.

5.6. Técnicas de Recolección de datos

5.6.1 Entrevista:

La entrevista es un término que está vinculado al verbo entrevistar (la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un fin determinado).

Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar. El objetivo de las entrevistas es obtener determinada información, ya sea de tipo personal o no.

En el presente estudio de investigación se realizó entrevistas a personal administrativo involucrado en el funcionamiento del mercado. Los servidores entrevistados son: Gerente Municipal, Responsable del área de Servicios Municipales y Responsable de Administración Tributaria.

5.6.2 Encuesta:

Se denomina encuesta al conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones.

Para la recopilación de información en este estudio, se aplicó encuestas a los diez arrendatarios de los tramos del mercado municipal.



5.6.3 Guía de Observación

Una guía de observación es una lista de puntos importantes que son observados para realizar una evaluación de acuerdo a los temas que se estén analizando. Para que una investigación se lleve a cabo satisfactoriamente se requiere entender la raíz del problema o situación estudiada y esta guía facilita esa función.

En la presente investigación se hizo uso de este instrumento para verificar o constatar in situ, problemáticas y situaciones encontradas en el funcionamiento del mercado municipal.

5.7. Etapas de la Investigación

5.7.1. Primera Etapa: Investigación Documental

En esta etapa comprendida en el período del 06 de abril al 20 de mayo del año 2019, se recopiló información la cual fue obtenida de diferentes fuentes entre las cuales tenemos: sitio web, revisión de seminarios de graduación en la Biblioteca de la FAREM – Estelí, información de la Alcaldía Municipal e información de los arrendatarios que laboran en el mercado municipal.

5.7.2. Segunda Etapa: Elaboración de Instrumentos

Para la elaboración de las técnicas de recopilación de datos se tomó en cuenta los objetivos específicos de la investigación y los indicadores identificados en el cuadro de Operacionalización de los objetivos. La guía de entrevista y encuesta se elaboró el 23 de Mayo del año 2019.



VI. ANÁLISIS DE RESULTADO

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos a través de la aplicación de los principales instrumentos que sirvieron de fuente de recolección de información en este estudio, en contraste con los elementos teóricos contenidos en el marco conceptual.

Primeramente, se analiza el impacto de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal, para conocer el cumplimiento de las responsabilidades tanto de los servidores públicos, así como también los arrendatarios del mercado, desde sus puestos de trabajo.

Seguidamente, se desarrollan los resultados obtenidos para dar cumplimiento al segundo objetivo específico de esta investigación, logrando así diagnosticar el proceso de gestión administrativa del Mercado Municipal, (específicamente para los servidores de la Alcaldía Municipal involucrados en el funcionamiento).

Finalmente, se proponen alternativas de solución para mejorar el funcionamiento del servicio del Mercado.

6.1 Impacto de la Gestión Administrativa

En relación con el análisis del impacto de gestión administrativa, fue necesario conocer la opinión de los comerciantes respecto a la incidencia de la gestión administrativa en el mercado para determinar si basan sus decisiones y acciones estratégicas en cumplimiento a normativas u ordenanzas que regulan el funcionamiento del mismo.

Refiriéndose a este mismo aspecto los arrendatarios también opinaron a través de las encuestas, donde expresan el acompañamiento y apoyo que les brinda la municipalidad para el buen funcionamiento del negocio, así lo refleja el grafico N° 1.

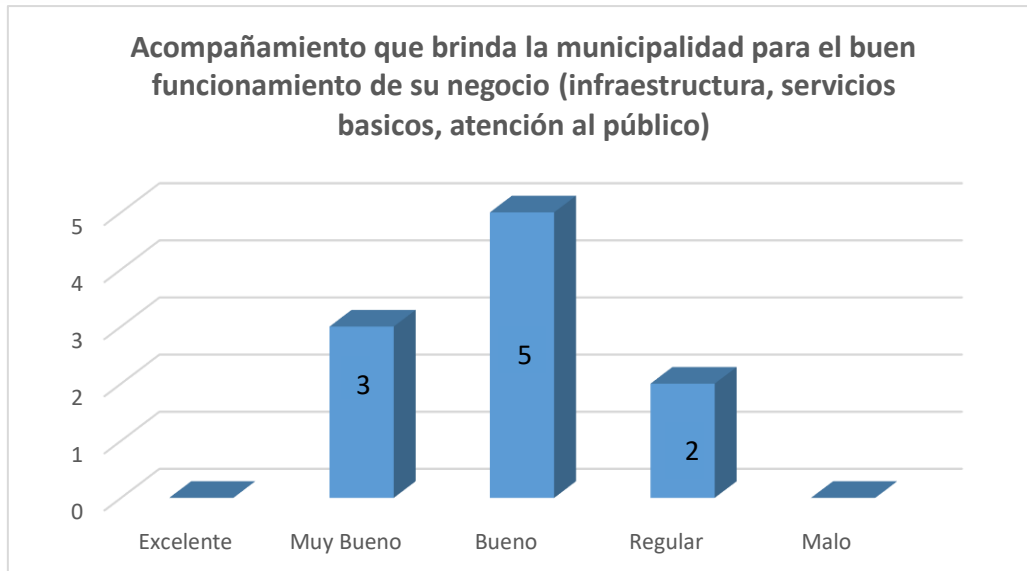


Gráfico N° 1: Acompañamiento que brinda la municipalidad para el buen funcionamiento de su negocio (Infraestructura, servicios básicos, atención al público).

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas de opinión aplicada a los arrendatarios del mercado municipal.

Como se muestra en el gráfico N° 1, la mayoría de encuestados contestaron que el acompañamiento que brinda la municipalidad es bueno ya que siempre van de la mano con las actividades que se realizan en el mercado. Es inapropiado pensar que las actividades que se realizan en el mercado, no conlleven el acompañamiento por la institución a cargo de la administración, ya que esta es la responsable de garantizar las condiciones de infraestructura, servicios básicos y otros recursos que se disponen para ejecución de actividades.

Uno de los indicadores en estudio es mejorar el servicio a través de la implementación de normativas que regulen el funcionamiento del mercado municipal, ya que una de las problemáticas comentada por la responsable de administración tributaria, es la falta de ordenamiento que existe por no contar con normas de control interno que ayude a controlar las malas prácticas que se presentan.

Consideramos importante conocer si los arrendatarios conocen normativa elaborada por la municipalidad para el funcionamiento del mercado, el siguiente gráfico muestra los resultados:

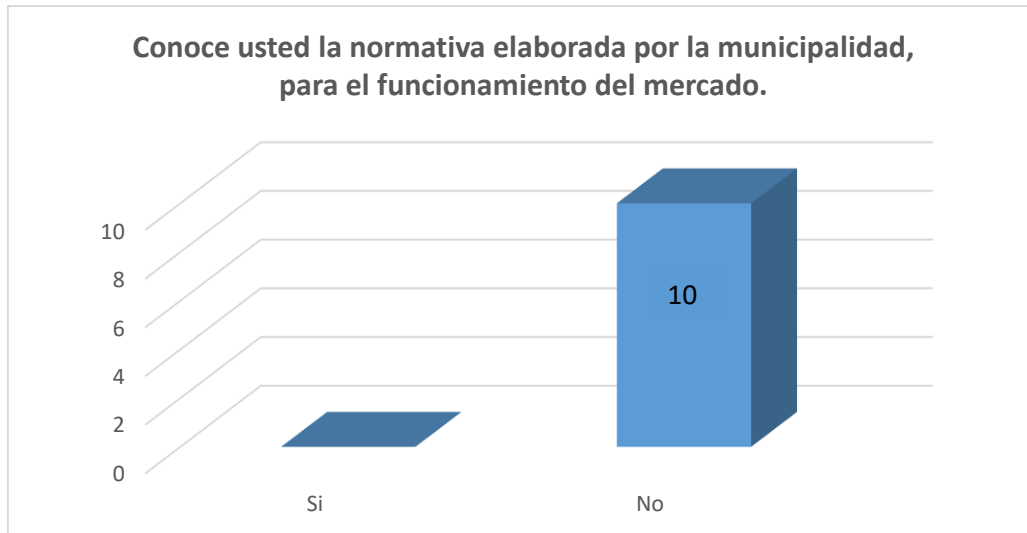


Gráfico N° 2: Conoce usted la normativa elaborada por la municipalidad, para el funcionamiento del mercado.

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas de opinión aplicada a los arrendatarios del mercado municipal.

Como se observa en el gráfico N° 2 tenemos que todos los arrendatarios desconocen la existencia de la normativa elaborada por la municipalidad. En el proceso de investigación recopilada se constató que la municipalidad no cuenta con una normativa que permita regular el funcionamiento del mercado, lo que genera el mal ordenamiento del mismo.

Siendo indispensable la creación de la normativa para aplicación e implementación dentro del funcionamiento del mercado.





Gráfico N° 3: *Cumple con el pago de sus obligaciones tributarias contempladas en la ley.*

Fuente: *Elaboración propia a partir de encuestas de opinión aplicada a los arrendatarios del mercado municipal.*

En respuestas reflejadas por el gráfico N° 3 por los arrendatarios encuestados en el mercado, encontramos que no todos los dueños de negocios cumplen en tiempo y forma con el pago de sus obligaciones. Siendo de gran importancia cumplir con estipulado en el decreto 455, donde regula el pago de sus obligaciones. Lo que permitirá tener mayor cobertura por parte de los arrendatarios y poder ofertar sus productos a nivel municipal.

Cabe mencionar que al aumentar las recaudaciones la municipalidad obtiene mayores transferencias de capital, permitiendo más inversiones en obras públicas que beneficien a la población en general.

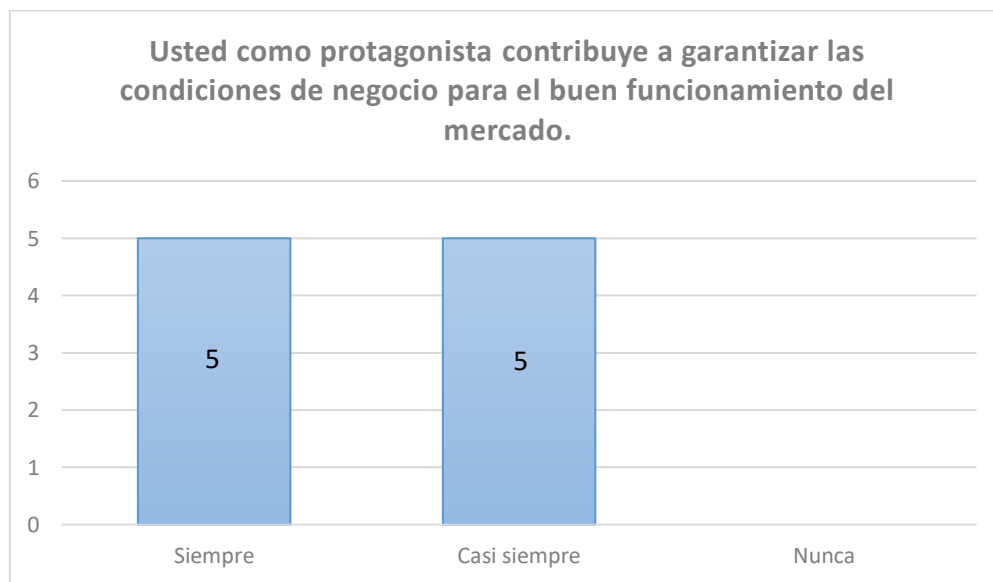


Gráfico N° 4: *Usted como protagonista contribuye a garantizar las condiciones de negocio para el buen funcionamiento del mercado.*

Fuente: *Elaboración propia a partir de encuestas de opinión aplicada a los arrendatarios del mercado municipal.*

Como se aprecia en el gráfico N° 4, encontramos que existe una igualdad entre los datos que los arrendatarios dieron en la respuesta de que siempre contribuyen y otra



parte de que casi siempre contribuyen a garantizar las condiciones del negocio para el buen funcionamiento del mercado.

Al comparar estas evidencias nos encontramos con la situación que la mitad de los arrendatarios que contestaron estas preguntas de encuestas están de acuerdo en la parte de que casi siempre contribuyen, en lo que no queda claro la razón por la cual ellos no lo hacen siempre.

Es de suma importancia que todos contribuyan en brindar un buen servicio con calidad y calidez a la población, buena presentación del local, limpieza permanente, actualización de sus productos, etc.

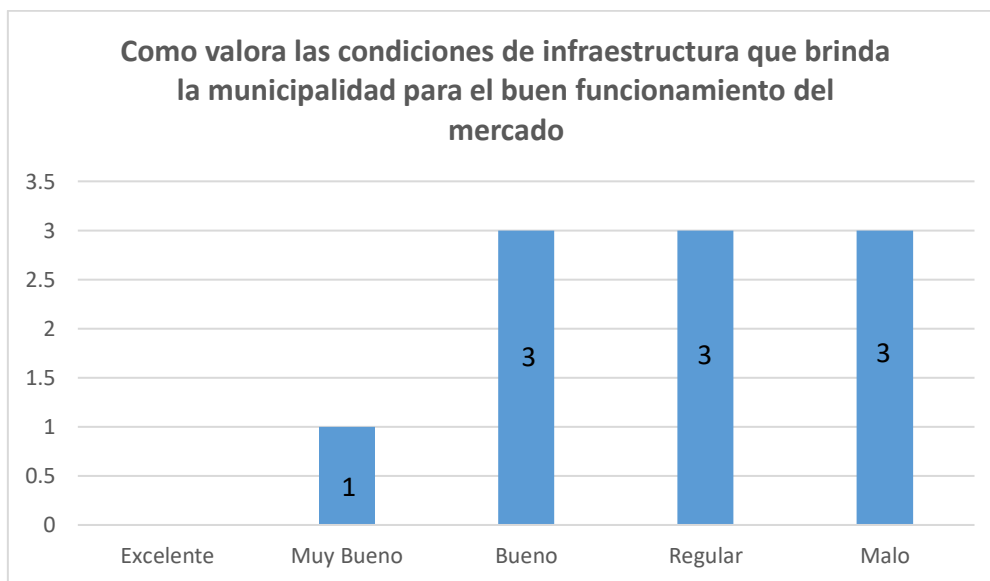


Gráfico N° 5: *Como valora las condiciones de infraestructura que brinda la municipalidad para el buen funcionamiento del mercado.*

Fuente: *Elaboración propia a partir de encuestas de opinión aplicada a los arrendatarios del mercado municipal.*

Se observa claramente, que en el gráfico N° 5, que hay diferentes opiniones respecto a las condiciones de infraestructura del mercado, estas respuestas están orientadas a que el mercado no brinda las condiciones necesarias para su funcionamiento. Por lo tanto, no existe satisfacción de los arrendatarios que ofertan sus productos y servicios a la población.

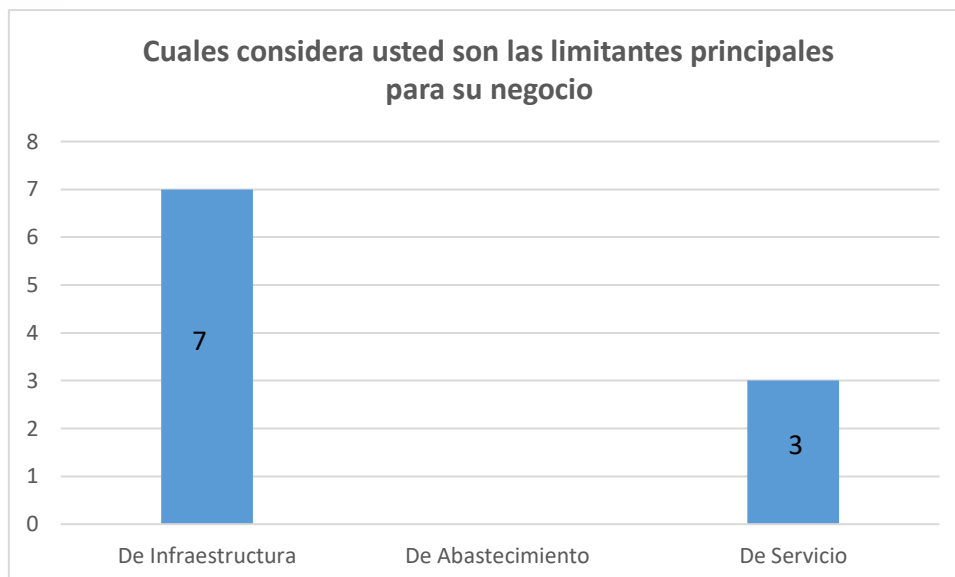


Gráfico N° 6: *Cuales considera son las limitantes principales para su negocio.*

Fuente: *Elaboración propia a partir de encuestas de opinión aplicada a los arrendatarios del mercado municipal.*

En atención al grafico N° 6, de la problemática expuesta sobre las principales limitantes para su negocio, la mayoría de los arrendatarios manifestaron, que el problema más sentido es de infraestructura, debido a que el espacio que tienen los tramos es demasiado pequeño, no existe independización de servicios básico, no hay seguridad permanente y algunos tramos no cuentan con las condiciones necesarias que satisfagan a los arrendatarios y a la población.

Cabe mencionar la importancia de garantizar las condiciones y mejoras al mercado, siendo la municipalidad la responsable de asignar los recursos necesarios (materiales, financieros y humanos), para el buen funcionamiento del mismo.

Es relevante mencionar que uno de las líneas de trabajo del gobierno central, son los servicios públicos municipales, la cual abarca los mercados, con el objetivo de brindar un espacio público para que los comerciantes tengan donde ofertar sus productos y servicios; y que la población tenga donde encontrar variedad de productos en un mismo lugar y a precios más accesibles.

Uno de los indicadores claves para obtener buenos resultados en el funcionamiento del mercado es la satisfacción de los comerciantes. En relación a este indicador fue

interesante conocer como es la seguridad en el entorno del mismo, los resultados se presentan en el grafico siguiente:

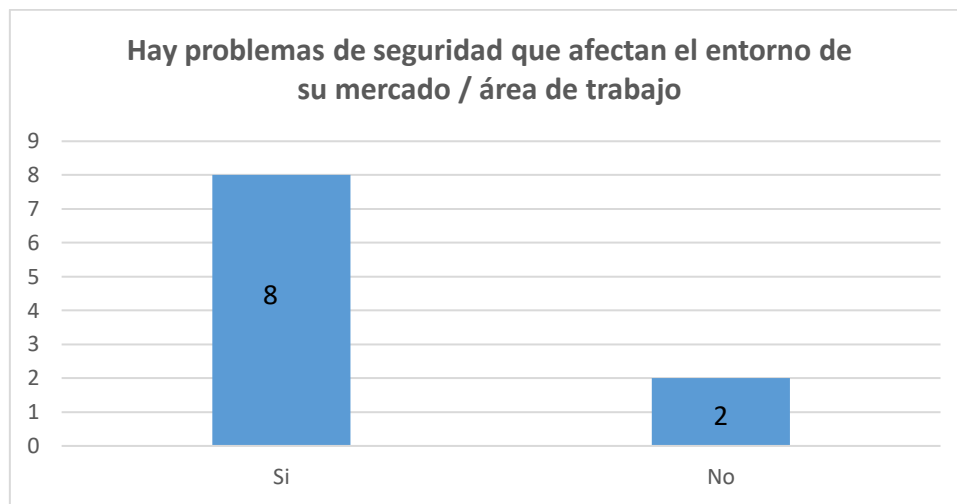


Gráfico N° 7: *Hay problemas de seguridad que afectan el entorno de su mercado / área de trabajo.*

Fuente: *Elaboración propia a partir de encuestas de opinión aplicada a los arrendatarios del mercado municipal.*

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, la mayoría de los encuestados expresaron que existe problemas de seguridad en el entorno de su área de trabajo debido a que no hay guarda de seguridad permanente para resguardar sus tramos, lo que provoca inseguridad a los arrendatarios donde están expuestos a sufrir pérdidas de sus productos.

Es obligación y responsabilidad de la Alcaldía y los arrendatarios velar por la seguridad del mercado, ya que los arrendatarios tienen su inversión en los productos que están en los tramos y no tienen la confianza porque cuando dejan cerrado su negocio, no hay quien responda por pérdidas o daños que puedan surgir en sus inventarios.

Al seguir analizando el indicador de satisfacción de los comerciantes, es necesario conocer que opinan sobre los comercios informales que se presentan en el mercado.

En el gráfico siguiente se logra entrever los resultados óptimos de la encuesta realizada sobre la existencia o no de estos.

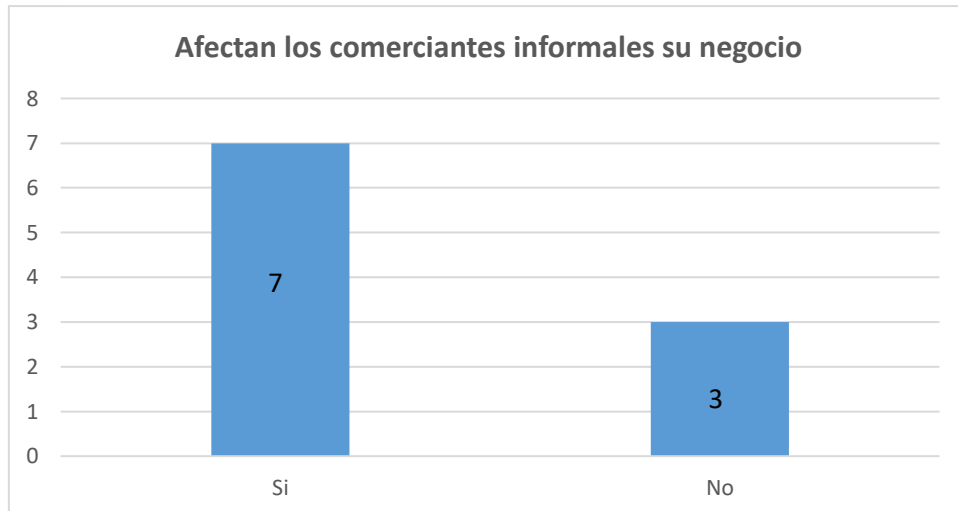


Gráfico N° 8: *Afectan los comerciantes informales su negocio.*

Fuente: *Elaboración propia a partir de encuestas de opinión aplicada a los arrendatarios del mercado municipal.*

Los resultados que presenta el gráfico apuntan a que la mayoría de los comerciantes en encuesta realizada expresan que si los afectan los comerciantes informales, lo que viene a provocar baja en sus ventas y disminución de clientes, lo cual genera inconformidad ya que ellos están pagando sus obligaciones y los informales llegan a hacerles competencia y no pagan ningún impuesto.

Continuando con este mismo indicador se merece hacer análisis de qué manera afectan los comerciantes informales, para lo cual se estudia el siguiente gráfico:

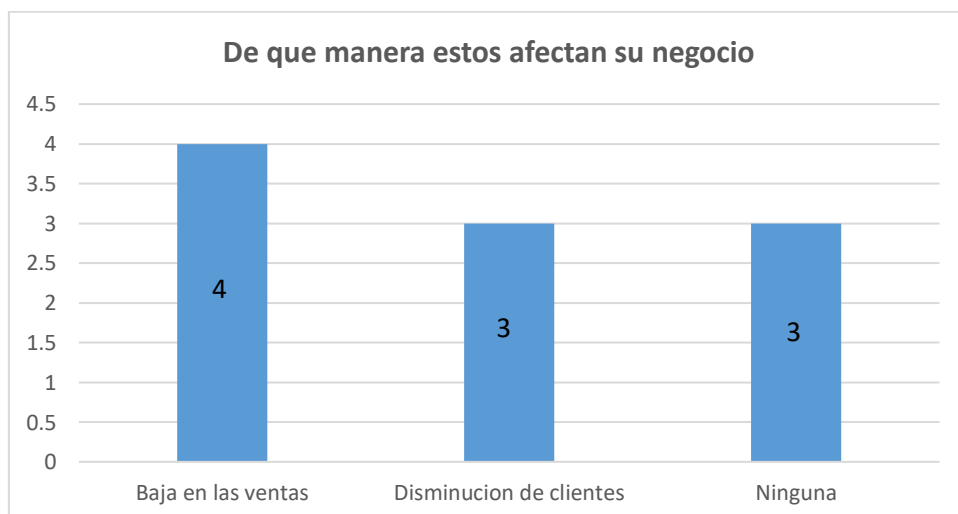




Gráfico N° 9: *De qué manera estos afectan su negocio.*

Fuente: *Elaboración propia a partir de encuestas de opinión aplicada a los arrendatarios del mercado municipal.*

Los resultados nos muestran que hay diferentes opiniones de los comerciantes, respecto a la manera en que los comerciantes informales afectan su negocio; los comerciantes que tienen competencia de productos por los vendedores ambulantes se ven afectado con baja en las ventas y disminución de clientes, mientras que existe otra parte que no se ven afectados en nada puesto que sus productos o servicios son únicos.

También se consideró importante analizar si existe regularización por parte de la municipalidad a los vendedores informales, las opiniones obtenidas de las encuestas realizadas se presentan en el gráfico siguiente:



Gráfico N° 10: *¿Existe regularización de la municipalidad de los vendedores informales que ofertan productos en el mercado?*

Fuente: *Elaboración propia a partir de encuestas de opinión aplicada a los arrendatarios del mercado municipal.*

Como se puede apreciar en el grafico anterior, en las encuestas realizadas todos los arrendatarios dijeron que nunca ha existido regularización por parte de la municipalidad a los informales, ya que estos hacen caso omiso a los llamados de



atención que reciben por parte de los servidores públicos encargados en la gestión administrativa del mercado.

Al correlacionar la información a través de las entrevistas y encuestas, se encontró que la gestión administrativa en la municipalidad, cuenta con las áreas que inciden en el funcionamiento del mercado municipal, previendo la planeación, organización, integración de personal, dirección y control, para crear respuestas a los arrendatarios y por ende a la población, es meritorio mencionar que la municipalidad no cuenta aún con la normativa que sirva para regular, ordenar, gestionar, ejecutar, todas las acciones que contribuyen al buen funcionamiento del mercado; siendo una limitante la partida presupuestaria asignada por el gobierno para cumplir las etapas de construcción previstas.

Así mismo se verifico que el servicio es subsidiado ya que los arrendatarios no apuntan a una auto sostenibilidad del mismo lo que ha creado insatisfacción tanto de la municipalidad, arrendatarios y población en general.

6.2 Proceso de Gestión Administrativa

A continuación, se realiza la descripción de los resultados obtenidos mediante las entrevistas y encuestas relacionados a la situación actual que se presenta en el mercado y la incidencia de la gestión administrativa, considerando como categorías de análisis el proceso de gestión administrativa.

Antes de realizar la descripción de los indicadores mencionados anteriormente, se consideró importante el análisis de la gestión administrativa, la cual nos permite conocer las funciones de cada uno de los indicadores que forman parte de esta.

Tal como se menciona anteriormente una de las principales categorías de análisis está relacionada con el proceso de gestión Administrativa donde se consideró como indicadores fundamentales: la planeación, organización, dirección y control los cuales son fundamentales para el funcionamiento del mercado.

En relación con este punto la gerente de la Alcaldía municipal de San Juan de Limay en entrevista sostenida detalló el nivel de incidencia de la gestión administrativa en el



funcionamiento del mercado, iniciando con la asignación de presupuesto, tanto para construcción de infraestructura, seguimiento y control del mismo.

Según la gerente, con la construcción del mercado se han beneficiado a 10 pequeños y medianos comerciantes y asegurar empleo a sus familias ya que están inmersos dentro del negocio y a la vez a la población en general, porque les facilita encontrar los productos en un mismo lugar y a precios más accesibles para su consumo. En cuanto a cómo surgió la iniciativa para la construcción del mercado estas obedecen a orientaciones encomendadas por el gobierno central a través del Plan Nacional de Desarrollo Humano, así como también a demandas de los comerciantes ya que estos no tenían un lugar adecuado para ofertar sus productos y lo hacían en espacios públicos como el parque, aceras y en las calles, lo cual generaba desorden en la vía pública.

La gerente también se refirió al quehacer de la institución en cuanto al funcionamiento del mercado: áreas involucradas en la gestión administrativa como son: Servicios Municipales, Finanzas, Adquisiciones, Gerencia y Administración Tributaria. Además, se cuenta con la colaboración de instituciones afines al gobierno (MEFCA, INTUR), con las cuales coordinamos actividades y programas de manera semanal y trimestral.

Actualmente existe una base de datos de 10 contribuyentes que están legalmente inscritos y con su contrato de arriendo, los cuales cumplen con las cláusulas establecidas en dicho contrato, entre las cuales contempla el pago de servicios básicos como: luz eléctrica, agua; además, de cumplir con el pago de otros servicios establecidos en el plan de Arbitrios como son: basura, impuesto sobre venta (IMI) y el valor del contrato de arriendo es de C\$ 700.00 (Setecientos córdobas netos) cada seis meses.

Por otra parte, se ha venido ampliando la infraestructura del mercado para dar respuesta a demanda de pequeños comerciantes que están comenzando a emprender y tienen la necesidad de establecerse en un lugar que preste las condiciones de seguridad e higiene.



El mercado se ha construido en tres etapas: en la primera etapa se construyeron tres módulos, comedor y servicios sanitarios, en la segunda etapa se construyeron tres módulos y un puesto de salud y en la tercera etapa se construyó cuatro pequeños tramos con el objetivo de ubicar a comerciantes que ofrecen productos frescos como frutas y verduras y también se realizó adoquinado en la parte de la bahía del parqueo de buses.

La gerente municipal en su entrevista también se refirió a las proyecciones previstas para el mejoramiento del mercado: "construcción de más módulos con sus servicios básicos, terminar de adoquinar área de parqueo, asignación de guardas de seguridad en los dos turnos y garantizar la limpieza permanente".

A pesar de las limitantes por falta de presupuesto que tiene la municipalidad, garantiza la seguridad con un guarda que se presenta tres veces por semana cubriendo el turno diurno y limpieza solo se realiza una vez al día por la mañana; debiendo ser una responsabilidad compartida entre la Alcaldía y comerciantes del mercado municipal.

En base a la problemática más sentida que se presenta en el mercado expresó lo siguiente: falta de presupuesto ya que en este año hubo un recorte de fondos lo cual vino a impedir la ejecución de los proyectos que estaban programados para continuar con las etapas de construcción del mismo.

A pesar de las dificultades presentadas el gobierno municipal a través de las áreas involucradas e instituciones afines coordina planes para continuar con el funcionamiento del mercado.

De lo anterior podemos deducir entonces que a nivel de gestión administrativa de la institución se llevan a cabo ciertas acciones que están encaminadas al alcance de los objetivos propuestos.

Sin embargo, no podemos obviar que hay serias debilidades en cuanto a organización y funcionamiento del mercado, lo cual representa obstáculo, para alcanzar las metas propuestas y lograr el crecimiento del mismo. Siendo el objetivo principal brindar a la población un espacio donde pueden llegar a comprar o vender sus productos y que cuente con las condiciones necesarias para satisfacción de los usuarios.



En relación a este mismo aspecto, fue necesario conocer la opinión del responsable de área de servicios municipales, quien nos señaló:

Como incide la gestión administrativa en el funcionamiento del mercado, “A través de la asignación de personal para cumplir con las orientaciones encaminadas al buen servicio que presta el mercado”.

El área de servicios municipales está inmersa en las actividades que se realizan en el mercado municipal, desde la limpieza, seguridad, reparaciones y mantenimiento de la infraestructura del mismo, ya que se le da monitoreo y seguimiento diario a las acciones que se llevan a cabo en el funcionamiento del mercado.

En base a las proyecciones previstas para el mejoramiento del mercado manifestó que se debe continuar con la construcción del piso de rodamiento (Adoquinado), independización de servicios básicos, instalación de tanque de almacenamiento de agua, construcción de tramos para venta de mercadito verde. Siendo de vital importancia crear las condiciones al mercado para brindar un mejor servicio a la población y satisfacción a los comerciantes que hacen uso de los tramos, ya que es una necesidad que exista un mercado que cumpla con los requisitos necesarios para un mejor funcionamiento.

Aunque existan ciertas limitaciones en la comuna para continuar con las etapas de construcción del mercado por falta de presupuesto, se garantizan las condiciones para que el mercado pueda brindar atención a la población con calidad.

Posteriormente en entrevista sostenida con la responsable de Administración Tributaria, respecto a cómo incide su área en el funcionamiento del mercado, expresó:

“Como incide la gestión administrativa en el funcionamiento del mercado, a través del control y seguimiento que se les da a los contribuyentes desde la asignación de tramos, elaboración de contratos de arrendamiento, actualización de expedientes y supervisión a sus negocios”.

A pesar del monitoreo constante que se les da a los contribuyentes de estar al día con el pago de sus obligaciones, es necesario cumplir con lo establecido en el “Decreto 455 Plan de Arbitrio Municipal en su Arto. 11 donde manifiesta que toda persona



natural o jurídica que, habitualmente o esporádicamente, se dedique a la venta de bienes o a la prestación de servicios, sean estos profesionales o no pagaran mensualmente un impuesto municipal del uno por ciento (1%) sobre el monto de los ingresos brutos obtenidos por las ventas o prestaciones de servicios”.

Cabe señalar que la Alcaldía con lo que percibe de los ingresos del mercado, no sufre con la inversión que se realiza a diario, ya que las tasas aplicadas son simbólicas mediante cuota fija, llegando a ser un servicio subsidiado por la municipalidad porque no compensa con los gastos operacionales que se destinan a diario para el funcionamiento del mercado.

Con respecto a la problemática más sentida que se presenta en el mercado adujo lo siguiente: Falta de ordenamiento y la continuidad de construcción en el mercado, vendedores informales y falta de normativa que regule el funcionamiento del mercado.

Los problemas que se presentan son muchos, pero si se establecen las medidas necesarias se pueden erradicar, a través de elaboración de normativas, capacitaciones, reuniones, asignación de fondos, lo que conlleve a mejorar las debilidades que afectan el servicio.

Como se pudo apreciar en la entrevista realizada nos damos cuenta que el área está vinculada directamente, ya que es la encargada de llevar el control de cada uno de los arrendatarios desde sus expedientes hasta el cumplimiento de sus obligaciones, aunque sean precios simbólicos los que ellos paguen, la municipalidad siempre garantiza los recursos necesarios para continuar con su funcionamiento.

Tomando en cuenta que gestión administrativa es todo ese conjunto de formas, acciones y mecanismos que permiten utilizar los recursos humanos, materiales y financieros de una empresa, a fin de alcanzar el objetivo propuesto, consideramos que hay que trabajar de manera organizada, planificada y articulada un proyecto en donde se tomen en cuenta todas estas debilidades y se cree un plan de acción para contrarrestar los inconvenientes que puedan surgir.



6.3 Propuesta de alternativas de solución

Una vez identificados los problemas que se presentan en el funcionamiento del mercado municipal de San Juan de Limay, es necesario la creación de propuestas alternativas para mejorar las debilidades encontradas, y poder ofrecer un buen servicio a los arrendatarios y a la población en general.

Categoría	Subcategoría	Indicadores	Alternativa propuesta
Proceso de la gestión administrativa	Etapas de la gestión administrativa	Planeación	Identificar y establecer tareas que ayuden al logro de los objetivos, iniciando con la asignación de presupuesto para continuar con las etapas de construcción del mercado, así como también garantizar los recursos humanos y materiales.
		Organización	Dividir el trabajo, por cada una de las áreas involucradas en el funcionamiento del mercado, con el fin de garantizar que se cumpla en tiempo y forma las tareas asignadas a cada responsable.
		Integración de personal	Establecer mecanismos confiables para que las personas que van a realizar cualquier función tengan los requisitos necesarios para un adecuado desarrollo tanto en su cargo como el de la institución.
		Dirección	Establecer una comunicación, abierta y transparente con cada uno de los involucrados, directa o indirectamente, en el funcionamiento del mercado, con el fin de evaluar el proceso de ejecución.
		Control	Comunicar las sugerencias al personal responsable, para así poder corregir las acciones que sean necesarias, en el desarrollo del proceso de ejecución.
Políticas institucionales de la gestión administrativa	Finalidad institucional sobre la gestión administrativa	Servicio	Garantizar las condiciones de infraestructura, servicios básicos, seguridad y limpieza a los arrendatarios del mercado, para que brinden un mejor servicio a la población en general.
		Normativa	Creación y aplicación de la normativa que regule el funcionamiento del mercado.
		Recaudación	Aplicar lo establecido en el decreto 455 (Plan de Arbitrio).



Negociación	Resultados de la gestión	Formas de pago	Establecer el pago de forma mensual del arrendamiento de los tramos, para evitar el subsidio que se da en el alquiler del mismo.
		Compromiso	Cumplir con lo establecido en las ordenanzas municipales y plan de arbitrio.
		Auto sostenibilidad	Garantizar el pago de los arrendatarios conforme ley, independización de servicios básicos por cada tramo y que cada arrendatario pague lo que consume.



VII. CONCLUSIONES

Después de analizar los resultados obtenidos del proceso de gestión administrativa, en que se fundamentó este estudio, el cual se basa en una serie de indicadores que están relacionados con el buen funcionamiento del mercado, así como las experiencias y conocimientos de las personas involucradas, los cuales son importantes para identificar las problemáticas y posibles soluciones. A continuación, se detallan las conclusiones encontradas a través de este estudio:

- Con relación al primer objetivo se diagnosticó a través de los instrumentos el proceso de gestión administrativa en el mercado municipal, se abordaron los indicadores (planeación, organización, dirección y control) que forman parte de este y también las políticas institucionales (servicio, normativas y de recaudación), se determinó que la municipalidad realiza planes de trabajo en pro de brindar mejores condiciones a los arrendatarios del mercado.

Con respecto a los indicadores abordados, se concluyó que, debido a la falta de presupuesto, creación de normativas, seguimiento y control, genera una debilidad en la ejecución de las acciones a realizarse en el mercado, ya que no existe ningún control interno que regule el funcionamiento del mismo.

- Para realizar análisis al segundo objetivo sobre el impacto de la gestión administrativa en el mercado municipal, se constató a través de la encuesta que al no existir una normativa que regule el funcionamiento del mercado crea el mal ordenamiento del mismo, de igual manera las condiciones de infraestructura no satisfacen las necesidades de los arrendatarios y por ende los usuarios, también al no existir regularización de parte de la municipalidad a comerciantes informales provoca insatisfacción a los arrendatarios de los



tramos ya que estos les hacen competencia provocándoles disminución de clientes y baja en sus ventas.

A pesar de existir una serie de dificultades la Alcaldía municipal realiza acciones que conllevan a crear un ambiente agradable en el funcionamiento del mercado, prestando un buen servicio con sus servidores públicos, coordinando actividades con las demás instituciones, para satisfacer las demandas que presentan los pobladores del municipio.

- Para mejorar el servicio se proponen alternativas para solucionar los problemas que se presentan en el mercado; iniciando con la creación de una normativa que regule el funcionamiento del mismo para su debido cumplimiento, seguidamente la municipalidad debe de asignar presupuesto para terminar con las etapas de construcción y crearles condiciones necesarias a los arrendatarios para que brinden un mejor servicio y por ultimo cumplir con el decreto 455 (Plan de Arbitrio), que permita que los arrendatarios cumplan con sus obligaciones establecidas en la ley.

Finalmente, los resultados encontrados apuntan a que la falta de gestión administrativa afecta el funcionamiento del mercado municipal, siendo necesario cumplir con las alternativas mencionadas en el párrafo anterior, para evitar problemas que afectan a los involucrados para el funcionamiento del mismo.



VIII. RECOMENDACIONES

Luego de finalizadas las conclusiones obtenidas en este estudio, se realiza una serie de recomendaciones:

- Implementación del proceso de: planeación, organización, dirección y control, como un conjunto de acciones y mecanismos que permiten utilizar los recursos humanos, materiales y financieros de la institución.
- Aplicación de la política institucional dirigida a garantizar un mejor servicio con eficiencia, calidad y calidez, para mejorar el funcionamiento del mercado.
- Aplicación de políticas de recaudación, para aumentar los ingresos de la municipalidad.
- Desarrollar estrategias de capacitación a los arrendatarios para que brinden un mejor servicio a la población.
- Creación y aplicación de la normativa que regule el funcionamiento del mercado.
- Asignación de fondos para mejorar la infraestructura y la individualización de servicios básicos en cada uno de los tramos del mercado.
- Sensibilizar a los arrendatarios del mercado, en cuanto a higiene, seguridad, cultura de pago, para garantizar un buen funcionamiento del mercado.
- Optimizar los recursos disponibles, priorizando las necesidades más relevantes que se presentan en el mercado municipal.



IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Betanco, I. T. (Diciembre de 2014). Posicionamiento de Supermercado Maxi Palí en la ciudad de Estelí. Estelí, Nicaragua.
2. clasificacionde.org/clasificacion-de-los-servicios/. (s.f.). Obtenido de <https://www.clasificacionde.org/clasificacion-de-los-servicios/>
3. Lopez, J. L. (10 de 2015). Potencial comercial de frutas deshidratadas en el mercado municipal de Managua. Managua, Nicaragua.
4. Matters, M. (2018). [lifeder.com/gestion-administrativa/](http://www.lifeder.com/gestion-administrativa/). Obtenido de <https://www.lifeder.com/gestion-administrativa/>
5. Merino, J. P. (2008). <https://definicion.de/poblacion/>. Obtenido de <https://definicion.de/poblacion/>
6. Merino, J. P. (2009). <https://definicion.de/muestra/>. Obtenido de <https://definicion.de/muestra/>
7. Munguía, E. A. (11 de 2015). Estrategia de Vinculación a Mercados Locales de Pequeños Productores de la Coordinadora Nicaraguense de Comercio Justo (CNCJ-Nic) para el período 2015-2020. Matagalpa, Nicaragua.
8. Mur, F. (2005). [ciberconta.unizar.es/leccion/demanda/](http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/demanda/). Obtenido de <http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/demanda/>
9. Nacional, G. d. (04 de 03 de 2013). [unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/siteal_nicaragua_0029.pdf](http://www.siteal.iipe.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/siteal_nicaragua_0029.pdf). Obtenido de http://www.siteal.iipe.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/siteal_nicaragua_0029.pdf
10. Raffino, M. E. (22 de 11 de 2018). concepto.de/administracion-publica/. Obtenido de <https://concepto.de/administracion-publica/>
11. Raffino, M. E. (13 de 03 de 2019). concepto.de/servicio/. Obtenido de <https://concepto.de/servicio/>
12. [significados.com/administracion-publica/](http://www.significados.com/administracion-publica/). (22 de 3 de 2018). Obtenido de <https://www.significados.com/administracion-publica/>



X. ANEXOS



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Licenciatura en Administración de Empresas

Guía de Encuesta dirigida a Arrendatarios del Mercado.

Estimados (as) comerciantes del mercado municipal de San Juan de Limay, somos estudiantes de Licenciatura en Administración de Empresas en la Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí FAREM – ESTELÍ. Actualmente estamos cursando el seminario de graduación para nuestra Tesis, para lo cual debemos realizar una investigación y hemos elegido el tema “Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay en el primer semestre del año 2019”; por lo que nos dirigimos a ustedes para solicitar su contribución en la facilitación de información que permita desarrollarla.

Nombre del Mercado: _____

Nombre del entrevistado (a): _____

Fecha de Aplicación: _____

Objetivo:

Determinar la Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay, durante el periodo del primer semestre del año 2019.

Preguntas:

- 1) ¿Qué acompañamiento brinda la municipalidad para el buen funcionamiento de su negocio, (infraestructura, servicios básicos, atención al público)?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

2) ¿Conoce usted la normativa elaborada por la municipalidad para el funcionamiento del mercado?

Si

No

3) ¿Cumple con el pago de sus obligaciones tributarias contempladas en la ley?

Si

No

4) ¿Usted como protagonista contribuye a garantizar las condiciones de negocio para el buen funcionamiento del mercado?

Siempre

Casi siempre

Nunca

5) ¿Cómo valora las condiciones de infraestructura que brinda la municipalidad para el buen funcionamiento del mercado?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

6) ¿Cuáles considera usted son las limitantes principales para su negocio?

De infraestructura

De abastecimiento

De servicio

7) ¿Hay problemas de seguridad que afectan el entorno de su mercado / área de trabajo?

Si

No

8) ¿Afectan los comerciantes informales su negocio?

- Si
- No

9) ¿De qué manera estos afectan su negocio?

- Bajas en las ventas
- Disminución de clientes

10) ¿Existe regularización de la municipalidad a los vendedores informales que ofertan productos en el mercado?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Licenciatura en Administración de Empresas

Guía de Entrevista dirigida a Gerente de la Alcaldía Municipal.

Estimados (as) servidores de la Alcaldía Municipal de San Juan de Limay, somos estudiantes de Licenciatura en Administración de Empresas de la Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí FAREM – ESTELÍ. Actualmente estamos cursando el seminario de graduación para nuestra Tesis, para lo cual debemos realizar una investigación y hemos elegido el tema “Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay en el primer semestre del año 2019”; por lo que nos dirigimos a ustedes para solicitar su contribución en la facilitación de información que permita desarrollarla.

Nombre de la institución: _____

Nombre del entrevistado (a): _____

Fecha de Aplicación: _____

Objetivo:

Determinar la Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay, durante el periodo del primer semestre del año 2019.

Preguntas:

- 1) ¿Cómo incide la gestión administrativa en el funcionamiento del Mercado Municipal?

2) ¿Cómo surge la iniciativa para la construcción del mercado municipal?

3) ¿A quiénes beneficia la construcción del mercado?

4) ¿Con cuántos módulos cuenta la infraestructura del mercado y cuantos comerciantes están haciendo uso de ellos?

5) ¿De qué manera planifica las actividades a realizar en el mercado?

6) ¿Qué áreas están involucradas en el funcionamiento del mercado?

7) ¿Existe comunicación entre el personal asignado y la gerencia municipal?

8) ¿Se realiza una comparación de ingresos y egresos de los resultados con lo que se había planificado, Si su respuesta es "si" cada cuanto lo hace?

9) ¿En cuántas etapas se ha construido y cuanto ha sido el monto de la inversión?

10) ¿Qué proyecciones tienen prevista para el mejoramiento del mercado?

11) ¿Quién realiza los pagos de los servicios básicos del mercado municipal?

12) ¿Cuál es la problemática más sentida que se presenta en el mercado?

13) ¿Qué medidas han tomado para solucionar dicho problema?

14) ¿Cada cuánto realiza seguimiento y monitoreo a los contribuyentes del mercado?



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Licenciatura en Administración de Empresas

Guía de Entrevista dirigida a Responsable de Servicios Municipales de la Alcaldía Municipal.

Estimados (as) servidores de la Alcaldía Municipal de San Juan de Limay, somos estudiantes de Licenciatura en Administración de Empresas de la Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí FAREM – ESTELÍ. Actualmente estamos cursando el seminario de graduación para nuestra Tesis, para lo cual debemos realizar una investigación y hemos elegido el tema “Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay en el primer semestre del año 2019”; por lo que nos dirigimos a ustedes para solicitar su contribución en la facilitación de información que permita desarrollarla.

Nombre de la institución: _____

Nombre del entrevistado (a): _____

Fecha de Aplicación: _____

Objetivo:

Determinar la Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay, durante el periodo del primer semestre del año 2019.

Preguntas:

- 1) ¿Cómo incide la gestión administrativa en el funcionamiento del Mercado Municipal?

2) ¿A quiénes beneficia la construcción del mercado?

3) ¿Con cuántos módulos cuenta la infraestructura del mercado?

4) ¿Qué proyecciones tienen prevista para el mejoramiento del mercado?

5) ¿Cuánto es el personal que está asignado para el funcionamiento del mercado?

6) ¿Quién garantiza el cuidado y resguardo del Mercado?

7) ¿Cómo valora el comportamiento de los arrendatarios en el funcionamiento de sus tramos?

8) ¿Cuál es la problemática más sentida que se presenta en el mercado?

9) ¿Qué medidas han tomado para solucionar dicho problema?



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Licenciatura en Administración de Empresas

Guía de Entrevista dirigida a Responsable Administración Tributaria de la Alcaldía Municipal.

Estimados (as) servidores de la Alcaldía Municipal de San Juan de Limay, somos estudiantes de Licenciatura en Administración de Empresas de la Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí FAREM – ESTELÍ. Actualmente estamos cursando el seminario de graduación para nuestra Tesis, para lo cual debemos realizar una investigación y hemos elegido el tema “Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay en el primer semestre del año 2019”; por lo que nos dirigimos a ustedes para solicitar su contribución en la facilitación de información que permita desarrollarla.

Nombre de la institución: _____

Nombre del entrevistado (a): _____

Fecha de Aplicación: _____

Objetivo:

Determinar la Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay, durante el periodo del primer semestre del año 2019.

Preguntas:

- 1) ¿Cómo incide la gestión administrativa en el funcionamiento del Mercado Municipal?

2) ¿Cómo surge la iniciativa para la construcción del mercado municipal?

3) ¿A quiénes beneficia la construcción del mercado?

4) ¿Con cuántos módulos cuenta la infraestructura del mercado?

5) ¿Con que documento legal se asignaron los tramos del mercado?

6) ¿Cuánto es el monto a pagar de los arrendatarios por cada contrato?

7) ¿Cómo valora el pago de los arrendatarios del mercado, y con qué frecuencia lo hacen?

8) ¿Quién realiza los pagos de los servicios básicos del mercado municipal?

9) ¿Cuál es la problemática más sentida que se presenta en el mercado?

10) ¿Qué medidas han tomado para solucionar dicho problema?



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Guía de Observación

Los estudiantes de Licenciatura en Administración de Empresas de la Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí FAREM – ESTELÍ, actualmente estamos cursando el seminario de graduación para nuestra Tesis, para lo cual debemos realizar una investigación y hemos elegido el tema “Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay en el primer semestre del año 2019”; por tanto haremos uso de este instrumento para verificar o constatar in situ, problemáticas y situaciones encontradas en el funcionamiento del mercado.

Nombre de la institución: _____

Fecha de Aplicación: _____

Objetivo:

Determinar la Incidencia de la Gestión Administrativa en el Funcionamiento del Mercado Municipal de San Juan de Limay, durante el periodo del primer semestre del año 2019.

Desarrollo

No	Acciones a evaluar	Registro de cumplimiento			Observaciones
		SI	NO	NA	
1	Condiciones / Situaciones del mercado municipal				
1.1	Existencia de comerciantes informales en el mercado				
1.2	Poca cantidad de tramos existentes en el mercado				
1.3	El espacio de los tramos se ajusta a las necesidades de los comerciantes.				
1.4	Existe accesibilidad para la construcción de nuevos tramos.				
1.5	Revisión de documentación de los arrendatarios, sobre el pago de sus impuestos (impuesto sobre venta y contrato).				
1.6	Se cuenta con personal de limpieza permanente en el mercado municipal.				
1.7	Existe seguridad permanente en el mercado municipal.				

Notas:

NA: significa no aplica.

CONTRATO DE ARRIENDO

Nosotros Flor de María vallejos Ávila, mayor de edad, casada, identificada con cedula número 164-150883-0000L y del domicilio de San Juan de Limay, actuando en calidad de Responsable del Área de Administración Tributaria y que en lo sucesivo se denominara **ALCALDIA(ARRENDADOR)** por una parte y el señora **ESPERANZA DEL CARMEN SUARES** identificada con número de cedula 164-270654-0000G, mayor de edad, casada, comerciante, quien adelante se denominara **EL ARRENDATARIO** por otra parte hemos convenido celebrar el presente **CONTRATO DE ARRIENDO** de alquiler de un módulo de la cotran de buses de este municipio de san juan de Limay y que se registrá de acuerdo a las clausulas siguientes :

CLAUSULA PRIMERA: OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene por objeto el alquiler de modulo para establecimiento de Negocio.

CLAUSULA SEGUNDA: INSTALACIONES

Este es el módulo número **DOS** está ubicado en la cotran del casco urbano del municipio de san juan de Limay

CLAUSURA TERCERA: VALOR DEL CONTARTO

La alcaldía municipal Arrendara este módulo por un monto de SETECIENTOS córdobas donde el Arrendatario se compromete a pagar el servicio antes descrito, aparte de su matrícula y mensualidad y servicio de basura de su negocio y pago de luz y agua

CLAUSULA CUARTA: FORMA DE PAGO

El valor del contrato estipulado en la cláusula anterior le será pagado a la Alcaldía Municipal de la siguiente forma: Setecientos córdobas cada seis meses contados a partir de la de firma del presente contrato de arriendo.

CLAUSULA QUINTA: PLAZO DE TERMINACION FECHA DE INICIO Y MULTAS

El presente contrato inicia el día cinco Septiembre del año dos mil dieciocho y finalizara el cinco de Marzo del año dos mil diecinueve.

CLAUSULA SEXTA: DERECHOS Y LIMITACIONES Que serán invertidos en mejoras de la casa sin embargo el arrendatario no podrá edificar y realizar cualquier clase de mejoras sin el consentimiento escrito del arrendador.

CLAUSULA SEPTIMA: SERVICIOS BÁSICOS los pagos de luz y agua serán por cuenta del arrendatario.

CLAUSULA OCTAVA: MANTENIMIENTO- El arrendador podrá vigilar el estado del inmueble penetrando en él cuando lo crea conveniente.

CLAUSULA NOVENA: SERVICIO DE LIMPIEZA.- Los servicios de limpieza en el interior del inmueble serán por cuenta del arrendatario por tanto deberá mantener sus instalaciones físicas tanto internas como externas limpias y en buenas condiciones.

CLAUSULA DECIMA: DOMICILIO el presente contrato se regirá por el domicilio de San Juan de Limay y la legislación aplicable para este tipo de contrato:

DECIMA PRIMERA: (CASO FORTUITO Y/ O FUERZA MAYOR). En caso de que el inmueble sufre daños parciales o totales por casos fortuitos y fuerza mayor el arrendatario no estará obligado en absoluto con el arrendador ni con terceras personas que sufriesen algún tipo de daño material, moral y humano (incendio, terremotos, ciclones, Huracanes etc.)

DECIMA SEGUNDA: (ACEPTACION).- El arrendatario confiesa haber recibido del arrendador, el inmueble a su entera satisfacción y se compromete a entregarlo al término del presente contrato sin más daño que el que resultare del uso normal del inmueble.

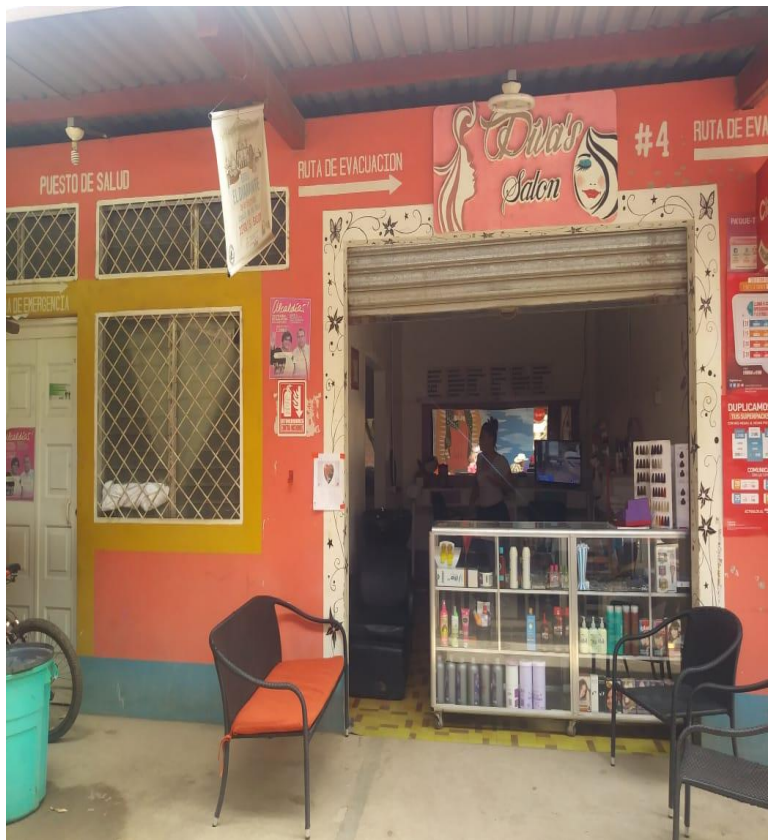
Leída que fue por mí íntegramente la presente **CONTRATO** a los comparecientes la encuentran conforme, aprueba ratifican y firman.

Dado en el municipio de san Juan de Limay a los Diecinueve días del mes Marzo del año dos mil diecinueve

Flor de María vallejos Ávila
Responsable de Admón. Tributaria
Alcaldía – Arrendador

Esperanza del Carmen Suarez
Arrendatario

Comerciantes que están arrendando tramos del mercado Municipal



Comerciantes que están informales en el mercado Municipal de San Juan de Limay



Recolección de datos a través de entrevistas y encuestas

