



**UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA**



**MERCADO MUNICIPAL
AGUACATÁN, HUEHUETENANGO.**

**TESIS PRESENTADA POR
AURELIO ROBERTO GÓMEZ CARDONA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE
ARQUITECTO**



GUATEMALA OCTUBRE 2010



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA



PROYECTO MERCADO MUNICIPAL
AGUACATÁN, HUEHUETENANGO.

TESIS PRESENTADA POR
AURELIO ROBERTO GÓMEZ CARDONA

PARA OPTAR EL TÍTULO DE
ARQUITECTO

GUATEMALA OCTUBRE 2010



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA**

JUNTA DIRECTIVA

DECANO	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
VOCAL I	Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz
VOCAL II	Arq. Efrain de Jesus Amaya Caravantes
VOCAL III	Arq. Carlos Enrique martini Herrera
VOCAL IV	Maestra Sharon Yanira Alonzo Lozano
VOCAL V	Br. Juan Diego Alvarado Castro
SECRETARIO	Arq. Alejandro Muñoz Calderón

TRIBUNAL EXAMINADOR

DECANO	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
SECRETARIO	Arq. Alejandro Muñoz Calderón
EXAMINADOR I	Arq. Martín Paniagua
EXAMINADOR II	Mcm. Edwin Rodolfo Saravia Tablas

ASESOR

Arq. Martín Paniagua



ACTO QUE D E D I C O

Muy especialmente:

A Dios, que es la energía positiva, por darme la fuerza, la sabiduría y el conocimiento para alcanzar esta meta y ser el creador y guía de mi vida.

A mis padres:

Enrique Gómez y Anacleta Marcelina Cardona Cifuentes, por ser unos grandes padres ejemplos a seguir, que con tanto amor y sacrificio me ayudaron incondicionalmente a lograr esta meta, siempre los llevare en mi corazón. Gracias por tanto apoyo. LOS AMO.

A mi esposa e Hijos:

Mercedes Esther Argueta, por darme su amor y apoyo incondicional, Ludwin Roberto, Zaha Zuleyka Mulnejett, Nihat Enrique Gómez Argueta, que son la inspiración de mi vida y la búsqueda de la superación, para tener un futuro mejor.

A mis hermanos:

Freddy, Edvin, José Luis, Roni, Helder, Maritza, Osmeri, Darwin, Luis Enrique Gómez Cardona, por su apoyo y confianza durante este tiempo que duró la carrera y a alguien que también fue un hermano más **Sergio Martínez Rivas**, quien me guía desde un lugar muy especial, Dios los bendiga.

A mis Abuelitos:

Rosalía Velásquez, Eligio de Jesús Cardona porque sé que desde el cielo me da su cariño y bendición a Teófila Cifuentes. A ellos gracias por su enseñanza, y ejemplo que han dejado una huella imborrable en mi vida.

A mis amigos:

A todos ellos que siempre me brindaron su apoyo y me dieron una mano cuando lo necesite, por todo su cariño, con ellos también comparto este triunfo. Gracias por su amistad, Dende, Horse, Alegría, Don Ramón, Chatío, Canguro, Johnny, Pajarraco, Mosh, etc.

A G R A D E C I M I E N T O

A la Universidad De San Carlos y Facultad De Arquitectura, por dejarme ser parte de esta casa de estudios, asimismo a todos los establecimientos donde estudie, que han contribuido a mi formación de la manera correcta.



INDICE GENERAL

Introducción.....	1
1 capitulo i generalidades.....	2
1.1 Antecedentes.....	3
1.2 Justificación.....	3
1.3 Planteamiento del problema.....	4
1.4 Análisis de la situación con proyecto.....	4
1.5 Objetivos.....	4
Objetivos generales.....	4
Objetivos específicos.....	4
1.6 Delimitación del tema.....	5
Delimitación geográfica.....	5
Delimitación conceptual.....	5
Delimitación temporal.....	5
1.7 Metodología.....	5
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	7
2.1 Proceso histórico.....	8
2.2 Conceptos.....	9
2.2.1 Mercado.....	9
➤ Conceptos de mercado.....	9
➤ Mercados de consumo.....	10
➤ Mercados de productos de consumo inmediato.....	10
➤ Mercados de productos de consumo duradero.....	10
➤ Mercados de servicios.....	10
➤ Mercados industriales o institucionales.....	10
➤ Mercado de los productores.....	10
➤ Mercado de los revendedores.....	11
➤ Mercado municipal.....	11
➤ Mercados formales.....	11
➤ Mercados informales.....	11
➤ Mercado espontáneo.....	11
➤ Mercado móvil.....	11
➤ Mercado por influencia de población.....	12
➤ Mercado metropolitano.....	12
➤ Mercado sectorial.....	12
➤ Mercado cantonal.....	12
2.2.2 Análisis de función y relación de un mercado.....	12
➤ Mayoristas.....	12
➤ Minoristas.....	13
2.2.3 Subdivisión de zonificación.....	13
➤ Zona de ventas.....	13
➤ Área semihúmeda.....	13
➤ Área húmeda.....	13
➤ Clasificación de los locales.....	13
• Locales por categorías.....	13
• Locales por su ubicación.....	14
• Locales preferenciales tipo b.....	14
➤ Tipos de comercio.....	14
• Comercio fijo o establecido.....	14
• Puesto ambulante.....	14
• Puesto de piso plaza.....	14
2.2.4 Clasificación de los comerciantes.....	14
➤ Comerciante de frutas y hortalizas.....	14
➤ Comerciantes de aves.....	14
➤ Comerciante de carne de cerdo.....	15
➤ Comerciantes de carne de res.....	15
➤ Comerciantes de pescados o mariscos.....	15
➤ Comerciantes de granos y abarrotes.....	15
➤ Comerciantes de ventas de comida y refrescos.....	15



➤ Comerciante de ropa y calzado.....	15
2.2.5 Estructura de funcionamiento.....	15
➤ Agentes municipales.....	15
➤ Administrador.....	15
➤ Secretaria.....	15
➤ Contador.....	15
➤ Inspector Sanitario.....	16
➤ Cobrador de puestos.....	16
➤ Personal de mantenimiento.....	16
➤ Personal de limpieza.....	16
➤ Agente de seguridad.....	16
➤ Vendedor.....	16
➤ Comerciantes.....	16
2.2.6 Usuarios.....	16
➤ Comprador.....	16
➤ Usuario local.....	16
➤ Usuario eventual.....	16
➤ Usuario regional.....	16
➤ Comprador minorista.....	16
➤ Comprador mayorista.....	16
➤ Conclusiones.....	17
CAPÍTULO III MARDO LEGAL.....	18
3.1 constitución política de la República de Guatemala.....	18
3.1.1 Artículo 43.....	18
3.1.2 Artículo 59.....	18
3.1.3 Artículo 96.....	18
3.1.4 Artículo 119.....	18
3.1.5 Artículo 118.....	18
3.1.6 Artículo 253.....	18
3.1.7 Artículo 255.....	18
3.2 Ley general de descentralización y su reglamento.....	19
3.2.1 Artículo 2. Concepto de descentralización.....	19
3.2.2 Artículo 4. Principios.....	19
3.2.3 Artículo 5. Objetivos.....	19
3.3 Código municipal.....	19
3.3.1 Artículo 10.....	19
3.3.2 Artículo 53. Atribuciones y obligaciones del alcalde.....	19
3.3.3 Artículo 67.....	19
3.3.6 Artículo 73.....	19
3.3.7 Artículo 74.....	19
3.3.8 Artículo 100.....	20
3.3.10 Artículo 130.....	20
3.4 Códigos de salud.....	21
3.4.1 Artículo 19.....	21
3.4.2 Artículo 58.....	21
3.4.3 Artículo 72.....	21
3.4.4 Artículo 73.....	21
3.4.5 Artículo 75.....	21
3.4.6 Artículo 76.....	22
3.4.7 Artículo 80.....	22
3.4.8 Artículo 87.....	22
Conclusiones.....	23



CAPÍTULO IV MARCO REFERENCIAL.....	24
4.1 Síntesis gráfico de marco referencial.....	25
4.1.1 Nivel departamental.....	25
4.1.2 Contexto nivel municipal.....	26
4.1.3 Vías de acceso.....	27
4.1.4 Cantidad de aldeas y caseríos que integran el municipio de Aguacatán.....	27
4.1.5 Contexto nivel urbano.....	27
➤ Nombre de la municipalidad.....	27
➤ Orígenes de la municipalidad.....	27
4.1.6 Breve datos históricos.....	28
4.1.7 Actividades económicas y migración laboral.....	29
➤ Fuentes de empleo.....	29
➤ Reducción agrícola.....	29
4.1.8 Población, en rangos de edad, género, grupo étnico y condición legal.....	29
4.1.9 Servicio públicos.....	31
➤ Saneamiento básico.....	31
➤ Servicios públicos municipales.....	31
➤ Infraestructura social y productiva.....	31
➤ Vivienda.....	32
➤ Salud.....	32
➤ Educación.....	32
Conclusiones.....	33
CAPITULO V MARCO REAL.....	34
5.1 Realidad concreta actual del mercado municipal.....	35
5.1.1 Análisis de la situación actual del mercado.....	35
5.1.2 Comerciantes y consumidores.....	38
5.1.3 Análisis fotográfico del problema.....	39
Conclusiones.....	40
5.1.4 Caso análogo mercado municipal de Chiantla, Huehuetenango.....	41
5.1.5 Casa análogo mercado municipal de Santa María Uatatlán, Sololá.....	43
Conclusiones de casos análogos.....	44
CAPITULO VI PREMISAS DE DISEÑO.....	45
6.1. Criterios de dimensionamiento.....	46
6.1.1 Requerimientos de puestos comerciales para el diseño.....	46
6.1.2 Basura.....	46
6.1.3 Operaciones internas.....	46
6.1.4 Servicios sanitarios públicos.....	47
6.1.5 Mercado.....	47
➤ Área de mercado.....	47
➤ Piso de plaza.....	48
➤ Área seca y miscelánea.....	48
➤ Área semihúmeda.....	48
➤ Área húmeda.....	48
➤ Áreas Externas.....	48
6.2 Proceso de Diseño, (Idea).....	49
6.3 Matriz de entorno ambiental.....	56
6.4 Proceso de diagramación.....	57
6.5 Ordenamiento de datos.....	57
6.6 Matriz de relaciones ponderadas.....	58
6.7 Diagrama de ponderancias.....	58
6.8 Diagrama de relaciones.....	59
6.9 Diagrama de circulaciones.....	59
6.10 Diagrama de flujos.....	60
6.11 Diagrama de burbujas.....	60



CAPITULO VII PROPUESTA ARQUITECTÓNICA.....	61
6.1 Planta de Conjunto (Mercado Municipal).....	62
6.2 Planta Arquitectónica 1er. Nivel (Mercado Municipal).....	63
6.3 Planta Arquitectónica 2do. Nivel (Mercado Municipal).....	64
6.4 Elevación Frontal, Posterior (Mercado Municipal).....	65
6.5 Elevación Lateral Derecha, Izquierda (Mercado Municipal).....	66
6.6 Sección A-A, B-B(Mercado Municipal).....	67
6.7 Apuntes Perspectivados	68
6.8 Resumen de Presupuesto por Reglones.....	84
6.9 Integración de costos.....	85
6.10 Cronograma de Ejecución y Financiero.....	86
Conclusiones y recomendaciones.....	87
Bibliografía.....	88

ÍNDICE DE GRAFICAS

1 Grafica metodológica.....	6
2 Porcentaje de la población por sexo.....	29
3 Pirámide de población.....	30

ÍNDICE DE IMÁGENES

1 Mercado en la época maya.....	8
2 Mercado de Chiantla, Huehuetenango.....	9
3 Desbordamiento de ventas en calles.....	36
4 Interior de mercado.....	36
5 Desbordamiento de ventas.....	36
6 Venta de pollo en calles.....	36
7 Desbordamiento de ventas calles.....	39
8 Desbordamiento de ventas calles.....	39
9 Venta de verduras informales.....	39
10 Venta de mariscos informales.....	39
11 Venta de frutas en calles.....	39
12 Vista de estructura de techos mercado actual.....	39
13 Vista de área de lavado de productos	39
14 Vista de ingreso principal mercado de Chiantla.....	41
15 Vista de elevación norte mercado de Chiantla	41
16 Vista de la plaza interna mercado de Chiantla	41
17 Pasillos internos mercado de Chiantla	41
18 Elevación este mercado de Chiantla	42
19 Cubierta de plaza mercado de Chiantla	42
20 Vista de rampa mercado de Chiantla.....	42
21 Área de rampa mercado de Chiantla	42
22 Desbordamientos de ventas Mercado Santa María Uatlán.....	43
23 Ventas callejeras de ventas Mercado Santa María Uatlán.....	43
24 Local formal de ventas Mercado Santa María Uatlán.....	43
25 Local informal de ventas Mercado Santa María Uatlán.....	43
26 Interiores de mercado de ventas Mercado Santa María Uatlán.....	43
27 Traje típico de la comunidad.	49
28 Figuras que componen el textil.....	50
29 Composición áurea.....	50
30 Principales figuras básica que componen el textil.....	50
31 Abstracción de formas.	50
32 Geometrización de formas.	50
33 Composición de volumen.....	51
34 Composición en planta.	51
35 Iglesia católica.....	53
36 Salón municipal.....	53
37 Vivienda.....	53
38 Entorno de mercado.....	53



ÍNDICE DE MAPAS

1	Departamento de Huehuetenango.....	25
2	Municipio de Aguacatán.....	25
3	Municipio de Aguacatán.....	26
4	Casco urbano.....	27

ÍNDICE DE TABLAS

1	Aldeas, caseríos, de Aguacatán.	27
2	Población global.....	30
3	Cantidades de locales formales e informales.....	38
4	Datos de población potencial.....	46
5	Premisas generales de diseño conjunto.....	52
6	Premisas generales de diseño morfológicas.....	53
7	Premisas generales de diseño ambientales.....	54
8	Premisas generales de diseño tecnológicas.....	55

ÍNDICE DE PLANOS

1	Ubicación de mercado actual.....	35
2	Mercado actual.....	36
3	Ubicación del desbordamiento de ventas en calles	37



INTRUDUCCIÓN

Es evidente de la importancia que tiene el proyecto de mercado municipal de Aguacatán Huehuetenango, ya que esta propuesta generará cambios positivos para la población, porque mejorará la calidad de vida con las condiciones de salubridad y comercialización, en los productos que estén a la venta.

Siendo un mercado un lugar donde se desarrollan los intercambios comerciales con el fin de obtener un beneficio común entre un comprador y un vendedor, que depende de los acuerdos, costumbres y tradiciones de la comunidad, siempre con el propósito de intercambiar sus productos.

hoy en día es muy importante para la economía de los pueblos el comercio, ya que de esta manera generan desarrollo, y obtienen ingresos para satisfacer las necesidades básicas de la población, siendo uno de éstos el municipio de Aguacatán Huehuetenango, en donde se hace latente la necesidad de una respuesta arquitectónica, de Mercado Municipal, que reúna las condiciones mínimas basada en el estudio de las diferentes variables, expuestas sobre el análisis de datos reales del área de estudio, con el objetivo de mejorar las actividades que se encuentran desorganizadas, que asegure el buen funcionamiento, capacidad y cobertura de las instalaciones destinadas a este tipo de proyecto, y como fin primordial a satisfacer la demanda del consumidor local y la interacción entre las comunidades que lo conforman, asimismo para alcanzar un desarrollo integral con el propósito de generar fuentes de empleo en el municipio.

La creación de espacios de comercialización y la zonificación que es la parte del equipamiento urbano que pretende definir especialmente los distintos usos del suelo, respecto a las funciones básicas que se realizan en determinados sectores, la compatibilidad o incompatibilidad, entre los determinados sectores. Es muy importante la consideración de la viabilidad ya que es la estructura que articula y hace congruente la zonificación con las condiciones del terreno.

Por lo tanto el presente documento consiste en plantear una propuesta a nivel de proyecto viable que dé respuesta a una necesidad sentida, proponiendo un Mercado Municipal que contribuya al ordenamiento comercial y a un mejor uso del suelo, en la ciudad de Aguacatán Huehuetenango.

De tal manera las fases de investigación para realizar el proyecto se dividirán en siete capítulos; en el **Primero** se define el problema, se establecen los objetivos generales y particulares, así como se describe la metodología a emplear; en el **Segundo**, se describen las teorías de mercado, mercadeo, comercio, reseña histórica de los mercados y casos análogos; en el **Tercero**, se fundamenta el trabajo por medio de leyes y reglamentos que lo hacen viable legalmente; en el **Cuarto**, se enmarca el contexto general del proyecto; en el **Quinto** se analiza el actual mercado, las condiciones urbanas, hacinamiento de ventas y personas, se define el enfoque del proyecto; seguidamente en el **Sexto**, se analiza el predio para el proyecto, sus condiciones climáticas, servicios básicos, etc. se definen las premisas de diseño, criterios de diseño, área de influencia y dimensionamiento del mercado; seguido del **Séptimo**, donde se verá el proceso de diseño, diagramación, matrices, y propuesta arquitectónica, el presupuesto y el cronograma de ejecución e inversión.



CAPÍTULO I GENERALIDADES



1.1 ANTECEDENTES

Los arrendantes, usuarios, vecinos de la cabecera y aldeas del Municipio de Aguacatán del Departamento de Huehuetenango, se presentaron a la municipalidad manifestando su necesidad de contar con un nuevo edificio para mercado municipal, que reúna las condiciones mínimas de infraestructura e higiene; que este espacio requiere, y así poder realizar las diferentes actividades de comercio que en el municipio se realicen, ya que debido a que no se cuenta con este espacio se empezó a crear espontáneamente, un desbordamiento hacia las calles y avenidas aledañas al mercado, de ventas ambulantes sin ningún control de sanidad, generando un congestionamiento vehicular en días de plaza, ya que por el centro del municipio atraviesa la carretera que comunica, a los departamentos de Quiché, Alta y Baja Verapaz, la cual hace que la ruta sea bastante circulada, generando efectos positivos económicamente para el municipio y en determinados aspectos, negativos para el usuario, estar en ruta lo cual sirve de comunicación entre Huehuetenango, Sacapulas, en donde genera hoy en día fuentes de Ingreso, dentro de un ámbito social Positivo, de la diversidad de productos multirregionales e internacionales, que a la vez permite acercar consumidores de otros municipios vecinos, comunidades cercanas del mismo municipio.

La municipalidad con el apoyo del estudiante de la Universidad San Carlos Facultad de Arquitectura, priorizó la formulación del expediente completo para su posterior petición de financiamiento al gobierno central, esto siendo necesario por la magnitud del proyecto.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Es importante y necesario el diseño de un nuevo edificio, para el mercado municipal, siendo notable la deficiencia existente de servicios e infraestructuras, y el desbordamiento de ventas en las calles, lo que genera un mal ornato en el municipio de Aguacatán Huehuetenango, tomando en cuenta la gran diversidad de factores que influyen, en el desarrollo de un pueblo, que varía dependiendo del crecimiento urbanístico, cultural y social, ante la problemática del comercio, el fin primordial es satisfacer las necesidades del consumidor local y turistas, asimismo para alcanzar un desarrollo integral con el propósito de ayudar a erradicar la pobreza de todo el municipio.



1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, los arrendantes y usuarios del actual mercado municipal se encuentran expuestos a serios riesgos de seguridad e higiene, ya que el actual edificio no llena los requisitos mínimos de infraestructura y salud que debe tener este espacio, donde se adquieren los alimentos para el consumo diario de los habitantes de este municipio.

1.4 ANALISIS DE LA SITUACION CON PROYECTO

Contribuirá al desarrollo del municipio, tendrá mas capacidad para atender a consumidores y arrendantes, siendo estas instalaciones adecuadas y seguras para los usuarios. Se tendría mejoría con la infraestructura e higiene y evitar ventas ambulantes que generan congestionamiento en las vías de circulación de tránsito, alrededores del edificio, siendo este un lugar de atracción de nuevas opciones de inversión y de ayuda a la comunidad.

1.5 OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Generar una propuesta arquitectónica a nivel de proyecto, que dé respuesta a la problemática que se vive en la comunidad, que reúna las condiciones mínimas de infraestructura e higiene, y que contribuya al desarrollo del comercio en el municipio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar una propuesta de mercado que mejore la comercialización en el lugar y así lograr un ordenamiento vial y evitar congestionamiento de las calles en días de mercado.

Definir el espacio físico de forma ordenada, adecuada y funcional, para resolver la incapacidad de albergar a todos los comerciantes ambulantes.

Dotar de un proyecto viable y autofinanciable para la Municipalidad, mediante la integración de la actividad social y comercial.

Cubrir la demanda actual y futura de los años a servir, con las condiciones adecuadas para el buen desarrollo de las diferentes actividades de comercio a realizar.



1.6 DELIMITACIÓN DEL TEMA

Para determinar la respuesta arquitectónica del problema detectado se partirá de lo general a lo específico, sobre un estudio de campo de todas las variantes, en la recaudación de datos en el flujo vial y la actividad comercial, que nos permita crear parámetros cuantitativos y cualitativos adecuados hacia las necesidades, con métodos técnicos para requerir su dimensionamiento así como normas establecidas para el edificio para mercado municipal, que propondrá soluciones y que enmarque la realidad social, económica y cultural de la población.

➤ **Delimitación Geográfica**

El estudio para la planificación del mercado municipal se establece en el municipio de Aguacatán del Departamento de Huehuetenango, ubicado en la región VII de nuestro país, y su relación comercial con los municipios aledaños, asimismo por ser un municipio ubicado sobre la ruta RN-7w, que comunica a Huehuetenango, Quiché, y alta Verapaz, donde tiene una importante relación con México y Centroamérica.

➤ **Delimitación Conceptual**

Realizar un estudio de espacios adecuados y funcionales para crear una infraestructura que permita planificar un Mercado Municipal que dé respuesta a una necesidad sentida de esta comunidad y poder satisfacerla.

➤ **Delimitación Temporal**

La evaluación del servicio que dará el Mercado Municipal se proyecta del año 2,010 a 15 años máximo, tomando en cuenta el crecimiento poblacional y físico del área urbanizada del municipio, en base a los dos censos poblacionales. Esto contribuirá al desahogo del casco urbano del municipio.

1.7 METODOLOGÍA

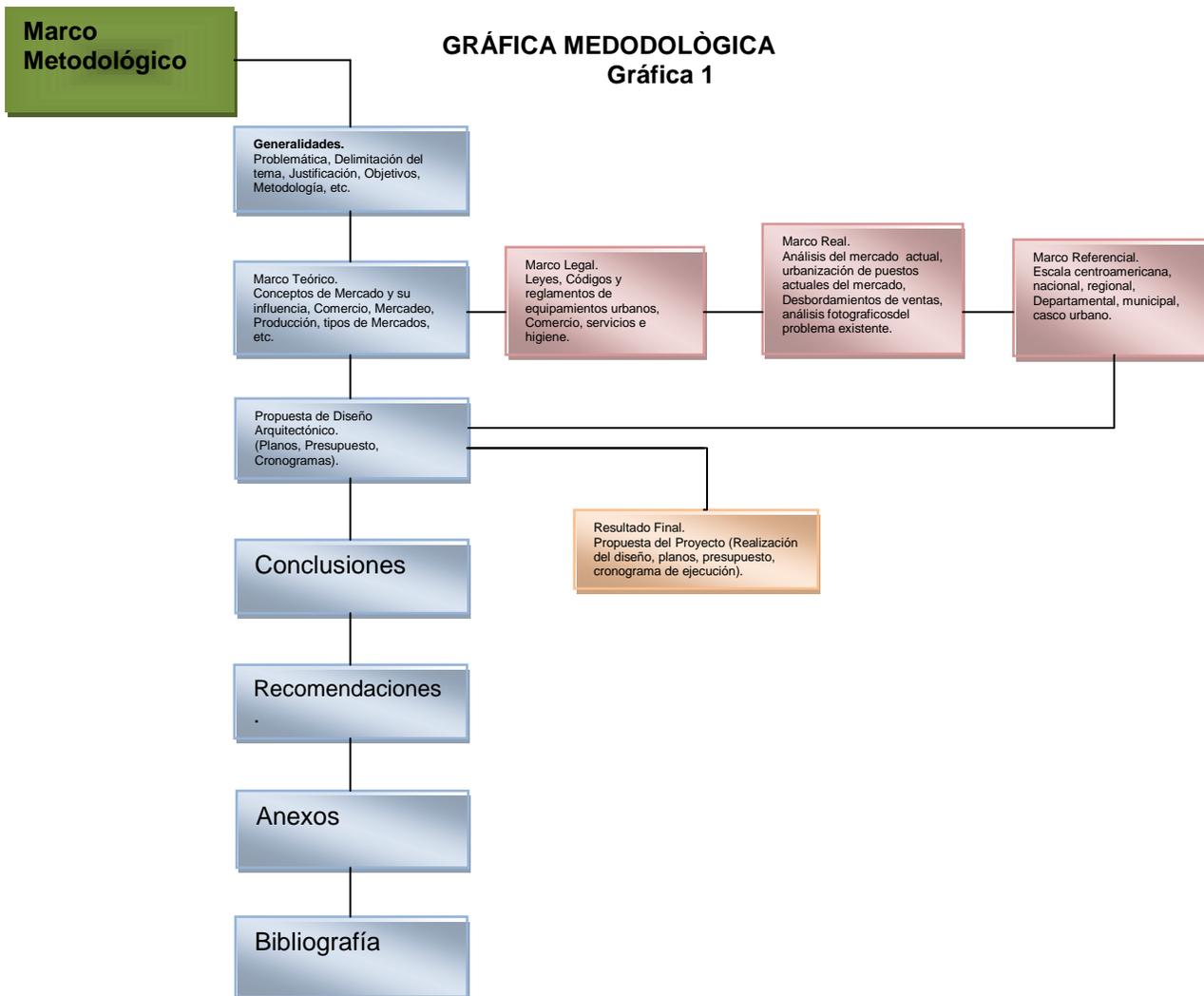
En el desarrollo del diseño del mercado municipal se determinó el Método Analítico: donde se estará recopilando y analizando en forma individual los procesos que se deben ejecutar en el proyecto, “distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de sus elementos por separado”. Cada investigación que se realice en el campo de estudio para poder converger en las posibilidades de un buen funcionamiento al área que se pretende construir, depende de un razonamiento que mediante el estudio de ejemplos ya realizados se puedan descomponer en partes para poder llegar a tener conclusiones, entonces se unificará el análisis para determinar la construcción. El método analítico tiende a tener relación con el Método Inductivo donde la investigación o estudio se separa para poder estudiar por partes el todo y obtener respuestas concretas, pero se necesita sintetizar la información recopilada esto lo tiene el Método Sintético, ya que permite recopilar las ideas, esto quiere decir que los métodos científicos están unidos por sus funciones a la investigación en sí.¹

¹ Gutiérrez y Sánchez, (1990, P. 133).



En los cuales se tendrá como capítulos a trabajar los siguientes:

1. MARCO METODOLÓGICO
2. MARCO TEÓRICO
3. MARCO CONCEPTUAL
4. MARCO REAL
5. MARCO LEGAL
6. MARCO REFERENCIAL
7. PROPUESTA DE DISEÑO ARQUITECTÓNICO (Presupuesto, Cronogramas)
8. CONCLUSIONES
9. RECOMENDACIONES
10. ANEXOS
11. BIBLIOGRAFÍA²



² Gutiérrez y Sánchez, (1990, P. 133).





2.1 PROCESO HISTORICO

En el proceso histórico de los mercados, la cultura maya es una de las culturas indígenas de la antigua región mesoamericana que alcanzó mayor desarrollo económico. En la época Colonial, se estableció en el centro principal de la ciudad " Plaza", y alrededor de ésta las instituciones de poder; la Iglesia, el Palacio de Gobierno, el Ayuntamiento y el Portal del Comercio.

El mercado actual, sigue dominado por una mayoría indígena en lo que se refiere a la distribución de productos y en parte de la producción, especialmente en el Altiplano Guatemalteco.³ El día de mercado, trasciende lo meramente comercial, pues funciona como mecanismo de integración social, siendo una cultura del pueblo maya, mostrando que el comercio tiene también un carácter ritual, incluso sagrado, teniendo una dinámica comercial donde se enseñan, reproducen y refuerzan una serie de valores propios de la cultura: la honestidad (el valor de la palabra empeñada), el trabajo, responsabilidad, la participación en la vida comunitaria y el respeto por la armonía con la naturaleza, son puntos de referencia que condicionan las relaciones económicas.⁴

IMAGEN No.1

MERCADO EN LA ÉPOCA MAYA



Es así como se desarrollan los pueblos, obliga al incremento y expansión del mercado llegando en la actualidad a ser una actividad económica de suma importancia para el progreso de la humanidad.

Por efecto de las diferencias de climas, ubicación, geografía, aptitudes de los hombres, los productos de las diversas regiones son muy variados, lo que origina grandes dificultades al consumidor. Allí surge el

comercio, que venciendo los obstáculos que ponen el espacio y el tiempo, procura poner al alcance de los consumidores los diversos productos y el comerciante es el hombre que desarrolla esta actividad en procura de una ganancia o margen de beneficio a que tiene derecho por el trabajo que realiza.

El mercado como la Industria ocupa un lugar cada vez más importante en la sociedad moderna. El número y extensión en sus operaciones, su acción de satisfacer las necesidades de la vida humana, el incremento de trabajo, la creación de nuevas fuentes de producción y comercialización, las comunicaciones rápidas entre las diversas regiones del mundo han extendido las relaciones comerciales.

Los centros de producción han aumentado los precios, y luego se ha nivelado como resultado de la competencia, favoreciendo el aumento del consumo y el desarrollo permanente cada vez más de la una sociedad moderna.⁵

³ (www.mundo maya.com)

⁴ (National Geographic, 2002: 15-16)

⁵ FRANCISCO MOCHÓN, Economía. (Cynthia, Contreras Zerón)



2.2 CONCEPTOS.

2.2.1 MERCADO.

Se deriva del latín "Mercatus", cuyo significado es: sitio destinado en ciertas poblaciones a la venta y compra de mercancías.

En términos económicos generales mercado es "todo lugar, físico o virtual, donde existe por un lado, la presencia de compradores con necesidades o deseos específicos por satisfacer, dinero para gastar y disposición para participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Y por otro lado, la de vendedores que pretenden satisfacer esas necesidades o deseos mediante un producto o servicio.

Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto, son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles, en consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.

La terminología económica de 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 transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tienen 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.

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. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. 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, existen diversos agentes que se influyen entre sí, dando lugar a un proceso dinámico de relaciones entre ellos. Al mismo tiempo, el mercado está rodeado de varios factores ambientales que ejercen en mayor o menor grado una determinada influencia sobre las relaciones y estructuras del mismo.

En algunos, el intercambio se hace a nivel nacional y, en otros, a nivel internacional. Siendo mercados en los cuales intervienen compradores y vendedores de muchas partes del mundo.⁶

IMAGEN No.2

Mercado de Chiantla Huehuetenango.



Mercado de Chiantla Huehuetenango, Guatemala.- Época actual.

En la imagen aparecen mujeres vendiendo sus productos de verduras
(La identidad cultural debe ser parte de los mercados).

Elaboración propia, 2010

⁶ Monterroso Álvarez, Hugo Adolfo, Mercado Sectorial con Apoyo de Terminal de Paso para la Ciudad de Jutiapa, Tesis: FARUSAC.



➤ **Mercados de Consumo**

Los mercados de consumo están integrados por los individuos o familias que adquieren productos para su uso personal, para mantenimiento y adorno del hogar. Por lo tanto, aquí podemos englobar innumerables productos de todo tipo.

La frecuencia de compra depende de muchos factores, uno de ellos es el tipo de producto: los productos duraderos no se consumen con un solo uso, por lo cual se compran con menor frecuencia que los no duraderos, es decir, aquellos que se consumen con uno o pocos usos (por ejemplo, productos alimenticios).

Algunos son de compra diaria y rutinaria, por ejemplo, el periódico, mientras que en otros hay mayor plazo entre dos adquisiciones sucesivas. En algunos productos influyen mucho los avances tecnológicos (por ejemplo, electrodomésticos). La decisión de compra depende también del tipo de producto. En los de uso personal, la decisión es también personal. En cambio cuando el producto afecta a la vida familiar, la decisión de compra puede variar mucho.

➤ **Mercados de productos de consumo inmediato**

Son aquellos en los que la adquisición de productos por los compradores individuales o familiares se realiza con gran frecuencia, siendo generalmente consumidos al poco tiempo de su adquisición. Es el caso del pescado, de la carne, las bebidas, etc.

➤ **Mercados de productos de consumo duradero**

Son aquellos en los que los productos adquiridos por los compradores individuales o familiares son utilizados a lo largo de diferentes períodos de tiempo hasta que pierden su utilidad o quedan anticuados, por ejemplo: los televisores, los muebles, los trajes, etc.

➤ **Mercados de servicios**

Están constituidos por aquellos mercados en los que los compradores individuales o familiares adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura, ejemplo: los servicios, la lavandería, enseñanza, sanidad, etc.

➤ **Los Mercados industriales o institucionales**

Son aquellos en los que se realizan transacciones de bienes y servicios empleados en la obtención de diferentes productos que son objeto de transacción posterior o que se adquieren para obtener un beneficio mediante su posterior reventa. En otros términos, los mercados industriales son aquellos que comprenden los productos y servicios que son comprados para servir a los objetivos de la organización.

➤ **Mercado de los productores**

Los productos no los compran en su mayoría para ser consumidos, sino transformados en otros productos o comercializados como intermediarios. Este mercado es mucho más rico en el número de transacciones que el de consumo, porque hasta que el producto está finalizado pasa por varios procesos de transformación. En una economía desarrollada, el 80% de las transacciones se realiza en este mercado.⁷

La pertenencia a este mercado se identifica por la actitud del comprador y el uso del producto, y será sustancialmente diferente la venta (un ordenador es diferente si se vende a un particular que a una empresa). El precio también será una variable que tenga diferente importancia en un mercado y en otro.

Una peculiaridad de este mercado es el proceso de compra, en el que deciden diferentes personas. Así, en el proceso de venta es importante saber qué papel desempeña cada persona.

⁷ (Plan Maestro Estudio de Prefactibilidad de Mercados Minoristas. Volumen 1. 1998, 25)



La compra en una empresa no es un gasto como en el mercado de consumo sino un coste, y esto hace que la compra sea mucho más racional.⁸

➤ **Mercado de los revendedores**

Los demandantes de este mercado son las empresas, personas o instituciones que adquieren los productos con objeto de venderlos o alquilarlos a otros, pero sin transformarlos.

Estos revendedores compran dos tipos de productos: los destinados a la reventa y los destinados al desarrollo de su trabajo y mantenimiento y mejora de instalaciones.

Las motivaciones de compra en este sector son parecidas a las del mercado de productores. También en este caso, las compras suponen costes y, por ello, las decisiones están igualmente protagonizadas por el componente racional y económico.⁹

➤ **Mercado Municipal**

Es aquel que es propiedad del gobierno municipal, éste vende o renta los locales, no es solamente los que se alojan físicamente en un edificio sino también sus desbordamientos.

Los vendedores típicos se dedican a la venta de: frutas, flores, cereales y abarrotos en general, la leche y sus derivados, pescado, carne de res, ropa, zapatos, artesanías, etc. De acuerdo a su aspecto físico pueden clasificarse de la siguiente forma:

➤ **Mercados Formales**

Funcionan dentro de los edificios de la municipalidad con condiciones higiénicas y sanitarias adecuadas, pueden ser minoristas o mayoristas.

➤ **Mercados Informales**

Su característica principal es que son un conjunto de comerciantes ubicados en las calles, que no tienen ninguna conexión física con un mercado formal, son mercados que surgieron espontáneamente a la mitad de camino entre la zona de consumo y los mercados formales, causando problemas en las vías de circulación durante la mañana y parte de la tarde.¹⁰

➤ **Desbordamientos**

Es el conjunto de comerciantes que se ubican en los alrededores de los mercados formales constituyendo un todo continuo. Están localizados en las calles adyacentes a los mercados formales. Este tipo de ventas arruinan el ornato de la ciudad y además cambian el uso del suelo.

➤ **Mercado Espontáneo**

Grupo de comerciantes pequeño que inicialmente se forma con ventas de verdura, fruta y algún tipo de granos. Fruto de una necesidad en el sector. Tienen la característica de crecer en corto tiempo y tender a convertirse en un mercado informal (institucionalizarse), se ubica en banquetas, áreas abiertas y en algunos casos en arriates.

➤ **Mercado Móvil**

Mercado que se realiza en un furgón o pick-ups. Existe en el interior de nuestro país, se utiliza para abastecer de alimentos a los asentamientos humanos de escasos recursos donde no existe ningún tipo de infraestructuras de servicios.¹¹

⁸ Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de Mercados Minoristas, Volumen 1, 1998, 25

⁹ Bracamonte Beatriz, proyecto Arquitectónico Del Mercado de San Juan la Laguna Municipio de Sololá. Tesis: USAC

¹⁰ Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de Mercados Minoristas, Volumen 1, 1998, 25

¹¹ Plazola Cisneros Enciclopedia de la Arquitectura, Volumen 7 Edición Mexicana Página 8



- **Mercado por Influencia de Población**
Son mercados de acuerdo a la influencia que ejercen en la población a servir, según su capacidad.
- **Mercado Metropolitano**
Éste por su ubicación estratégica sirve a usuarios de todos los puntos de una ciudad, los consumidores están dispersos en toda el Área Metropolitana.
- **Mercado Sectorial**
Su demanda proviene de áreas ubicadas más de un kilómetro, el usuario puede llegar a pie o en automóvil, está atendido por un sistema de transporte colectivo urbano y extraurbano.
- **Mercado Cantonal**
Este tipo de mercado da servicio a personas que habitan en un radio no mayor a un kilómetro (usuarios directos). También llamado mercado de barrio, ya que pueden desplazarse a pie los usuarios hacia el mercado o en automóvil a una distancia que se recorre en un tiempo no mayor a diez minutos.¹²
 - **Rango uno**
Mercado Cantonal, se puede llegar caminando, debido a que su recorrido no excede al kilómetro de trayecto.
 - **Rango dos**
Mercado Sectorial, se hace necesario el uso del transporte vehicular.
 - **Rango tres**
Mercado Metropolitano, es necesario el uso del transporte debido a que su recorrido es de mayor longitud.

2.2.2 ANÁLISIS DE FUNCIÓN Y RELACIÓN DE UN MERCADO

Según la clasificación de los mercados podemos mencionar su funcionamiento y su organización en nuestro país, ya que los diferentes tipos de mercados se pueden diferenciar según su capacidad de venta y compra (capacidad comercial), así también su ubicación, lo referente a sus sistemas de servicios, que definen su forma organizativa y pueden ser de la siguiente manera:

- **Mayoristas**
Se denominan así los mercados cuyas actividades de comercialización son al por mayor, es decir, son aquellos que realizan sus compras y ventas en cantidades grandes y se incluyen dentro de los mercados tipo:
 - Central de Mayoreo.
 - Mercado metropolitano
 - Mercado Sectorial

¹² Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de Mercados Minoristas. Volumen 1, 1998,25 42,43



➤ **Minoristas**

Se denomina así a los mercados cuyas actividades de comercialización se realizan al por menor (menudeo), es decir, que realizan compras y ventas en cantidades medianas y pequeñas, que se distribuyen en forma local, entre los que también podríamos incluir dentro de los mercados tipo:

Central de Mayoreo.
Mercado Metropolitano.
Mercado Sectorial.

Dentro del funcionamiento de la clasificación de los mercados, podemos mencionar que debido a la capacidad de servicio y cobertura de los mercados, pueden ser tanto mayoristas como minoristas o en algunos casos pueden realizar ambas actividades de mayoreo a menudeo.¹³

2.2.3 SUBDIVISIÓN DE ZONIFICACIÓN

Los mercados para tener un funcionamiento adecuado deben zonificarse, de tal forma que permita la visualización y obtención de los productos, ya que así cubrir las necesidades de los usuarios de una manera ordenada y eficiente.

➤ **Zona de Ventas**

Esta es la zona de mayor afluencia de personas, ya que es el lugar donde los usuarios se proveen de los productos de la canasta básica. La zona de ventas se subdivide en tres áreas las cuales se describen a continuación:

➤ **Área Semihúmeda**

Es un área que requiere de agua únicamente para remojar el producto que está a la venta. No necesita de instalación de agua potable individual, ésta puede estar sectorizada, al igual que el drenaje para su limpieza. Los puestos de venta que forman parte del área semihúmeda son: frutas, hortalizas y flores.¹⁴

➤ **Área Húmeda**

Es un área que requiere de instalación hidráulica y de drenaje para su limpieza en forma individual. Los puestos de venta que se encuentran dentro de estas áreas son: carnicerías, marranearías pollerías, ventas de huevo, pescaderías, lácteos y embutidos refresherías, comedores y comida preparada.

➤ **Clasificación de los locales**

Estos pueden clasificarse por categorías y por su ubicación.

• **locales por Categorías**

Se clasifican por la naturaleza del negocio y el equipamiento que requieran para su funcionamiento, se dividen en primera, segunda y tercera categoría

- Locales de primera categoría: compuestos por carnicerías y comedores, artesanías típicas, abarrotes, ropa y calzado.
- Locales de segunda categoría: compuestos por productos lácteos, marinerías, pollerías, misceláneas, refresherías, pescados y mariscos.

¹³ Rodríguez Quiroga Marco, Mercado y Central de Transferencia para Chiquimula Tesis FARUSAC.

¹⁴ Plan Maestro v Estudio de Prefactibilidad de Mercados Minoristas. Volumen 1, 1998. 48



- Locales de tercera categoría: compuestos por verduras y fruta, flores y comida preparada.

- **Locales por su Ubicación**

Se clasifican de acuerdo al lugar donde están ubicados en preferencias A y B

Locales Preferenciales Tipo A:

Son los que están ubicados en la esquina de un sector y localizados en cualquier acceso del mercado. Los que están ubicados en la esquina de un sector y localizados en el cruce de dos o más vías de circulación principal.

- **Locales Preferenciales Tipo B**

Son los locales ubicados en la esquina de un sector y que no estén comprendidos en los casos anteriores. Los locales que estén ubicados después de un local tipo A", los locales que uno de sus frentes dé hacia una vía de circulación principal.¹⁵

➤ **TIPOS DE COMERCIO**

Se refiere a las tiendas, almacenes o establecimientos comerciales que se encuentran en el lugar. Pueden ser:

- **Comercio Fijo o Establecido**

Conjunto de establecimientos comerciales que se encuentran situados permanentemente en un lugar.

- **Puesto Ambulante**

Puestos armables que puedan ser transportados de un lugar a otro en cualquier momento con facilidad, además de no tener un lugar fijo.

- **Puesto de Piso Plaza:**

Puesto fijo o provisional que se desplaza según los días de mercado además de poseer características de pequeño comercio.¹⁶

2.2.4 CLASIFICACIÓN DE LOS COMERCIANTES

Existen comerciantes de pequeño y gran porte económico, entre ellos podemos mencionar:

➤ **Comerciante de Frutas y Hortalizas**

Son de parte económico pequeño, esto significa que no cuenta con un capital y que realizan sus compras en pequeñas cantidades cada dos días en terminales o mercados, regularmente esas ventas las realizan las mujeres constituyendo una actividad de complemento para el ingreso familiar y o como un ingreso principal. Se localizan principalmente en los desbordamientos, ya que no tienen un local fijo para guardar sus productos, alquilan generalmente en casas cercanas.

➤ **Comerciantes de Aves**

El comerciante de aves es más capitalizado, porque tiene un volumen de ventas más alto, muchas veces tiene uno o dos empleados, tienen equipo de refrigeración y preparación de producto. Este tipo de venta constituye su actividad principal para el sostenimiento de la familia y hay muchos en la cual los propietarios son muchas veces hombres.

¹⁵ Plan Maestro v Estudio de Prefactibilidad de Mercados Minoristas. Volumen 1, 1998. 48

¹⁶ Plazola v Cisneros Enciclopedia de Arquitectura. 603)



- **Comerciante de Carne de Cerdo**
Es ligeramente más capitalizado que el de carne de ave ya que además de la carne, vende embutidos, manteca, chicharrones, carnitas, muy pocos tienen equipo de refrigeración.¹⁷
- **Comerciantes de Carne de Res**
Son los que poseen más capital tienen puestos de mayor porte económico y uno o más empleados.
- **Comerciantes de Pescados o Mariscos**
Están en idénticas condiciones que los vendedores de hortalizas, y que además de ser vendidos en puestos también se venden en plataformas de madera.
- **Comerciantes de Granos y Abarrotes**
Al igual que los vendedores de carne de res, estos son capitalizados, necesitan mantener mayor existencia de productos. Estos comerciantes están ubicados dentro de los mercados formales, también en mercados informales y desbordamientos.
- **Comerciantes de Ventas de Comida y Refrescos**
Estas personas se encargan de ofrecer a los vendedores y usuarios del mercado desayuno, almuerzo y refacciones a bajo costo. Según el tipo de comida se clasifican en: comida rápida y comida preparada, además de heladerías y refresquerías.
- **Comerciante de Ropa y Calzado**
Este es el que cuenta con mayor capital que todos los comerciantes, generalmente se abastecen de comercios capitalinos, además de tener uno o dos empleados para vender, parte de las calles la conforman estos comerciantes.¹⁸

2.2.5 ESTRUCTURA DE FUNCIONAMIENTO

Está conformado por dos tipos de personas; Agentes Municipales y usuarios

- **Agentes Municipales**
Son los que desarrollan actividades fijas dentro del mercado, entre ellos podemos mencionar:
 - **Administrador**
Es la persona que se encarga tanto del mantenimiento, control y funcionamiento del mercado, como de las relaciones interpersonales, entre comerciantes y autoridades municipales para que sean óptimas y permitan la armonía entre los mismos y que esto repercuta en la buena atención a compradores y vendedores del mercado.
 - **Secretaria**
Se encarga de atender al público y comerciante para resolver asuntos con el administrador, y auxiliarlo cuando sea necesario y mantener el control de la correspondencia.
 - **Contador**
Es la persona encargada del funcionamiento de la economía del mercado. Se encarga de llevar la contabilidad además de entregar cuentas al tesorero municipal.

¹⁷ Del Pinal Medina Guillermo Elvis, Mercado Municipal y Terminal de Buses, Sanarate, Tesis: FARUSAC.

¹⁸ Fuentes López, Omar Yamil, Soto Medina, Brenda Paola, Terminal de Buses y Mercado para, la Ciudad de Zacapa, Tesis: FARUSAC.



- **Inspector Sanitario**
Realiza la inspección sanitaria de los productos que se venden en el mercado.
- **Cobrador de Puestos**
Realiza los cobros de arrendamiento a los vendedores del mercado.

- **Personal de Mantenimiento**
Encargado del mantenimiento de la infraestructura en lo que se refiere a las instalaciones eléctricas, hidráulicas y sanitarias, recolección de basura y atención de los servicios sanitarios públicos.

- **Personal de limpieza**
Es el encargado de mantener el orden y limpieza del mercado durante el día.

- **Agente de Seguridad**
Persona encargada de la seguridad y bienestar de los usuarios del servicio.

- **Vendedor**
Es el personal encargado de mostrar u ofrecer al público la mercadería.
- **Comerciantes**
Son las personas o agentes que comercializan los productos siendo mayoristas, acopiadores, distribuidores minoristas; obtienen sus ganancias por la diferencia entre los precios de venta y de compra de los usuarios.¹⁹

2.2.6 Usuarios

Son las personas que hacen uso de cualquier tipo de venta en el mercado, así como de sus instalaciones.

- **Comprador**
Los usuarios que adquieren el producto, los cuales pueden ser: amas de casa, ancianos, niños, padres de familia, jóvenes y público en general.

- **Usuario Local**
Es el que casi a diario realiza sus compras de producto básico al menudeo o mayoreo en el mercado de su localidad.

- **Usuario Eventual**
Es el que asiste sólo algunas ocasiones a las instalaciones del mercado para abastecerse de producto o vienen de una población cercana una o dos veces por semana.

- **Usuario Regional**
Es el comprador o vendedor que viene de otros departamentos de la región a ofrecer o adquirir sus productos por menor.
- **Comprador Minorista**
Realizan sus compras por menor, ya sea para consumo propio o ventas por menor.
- **Comprador Mayorista**
Es el que realiza sus compras por mayor para comercializarlas. Esto es para abastecer a grandes empresas.²⁰

¹⁹ Girón Estrada, Lidia Elizabeth, Mercado y Terminal de Buses, para el Municipio de Joyabaj, Quiché. 2004 Tesis: FARUSAC

²⁰ Girón Estrada, Lidia Elizabeth, Mercado y Terminal de Buses, para el Municipio de Joyabaj, Quiché. 40 Tesis: FARUSAC



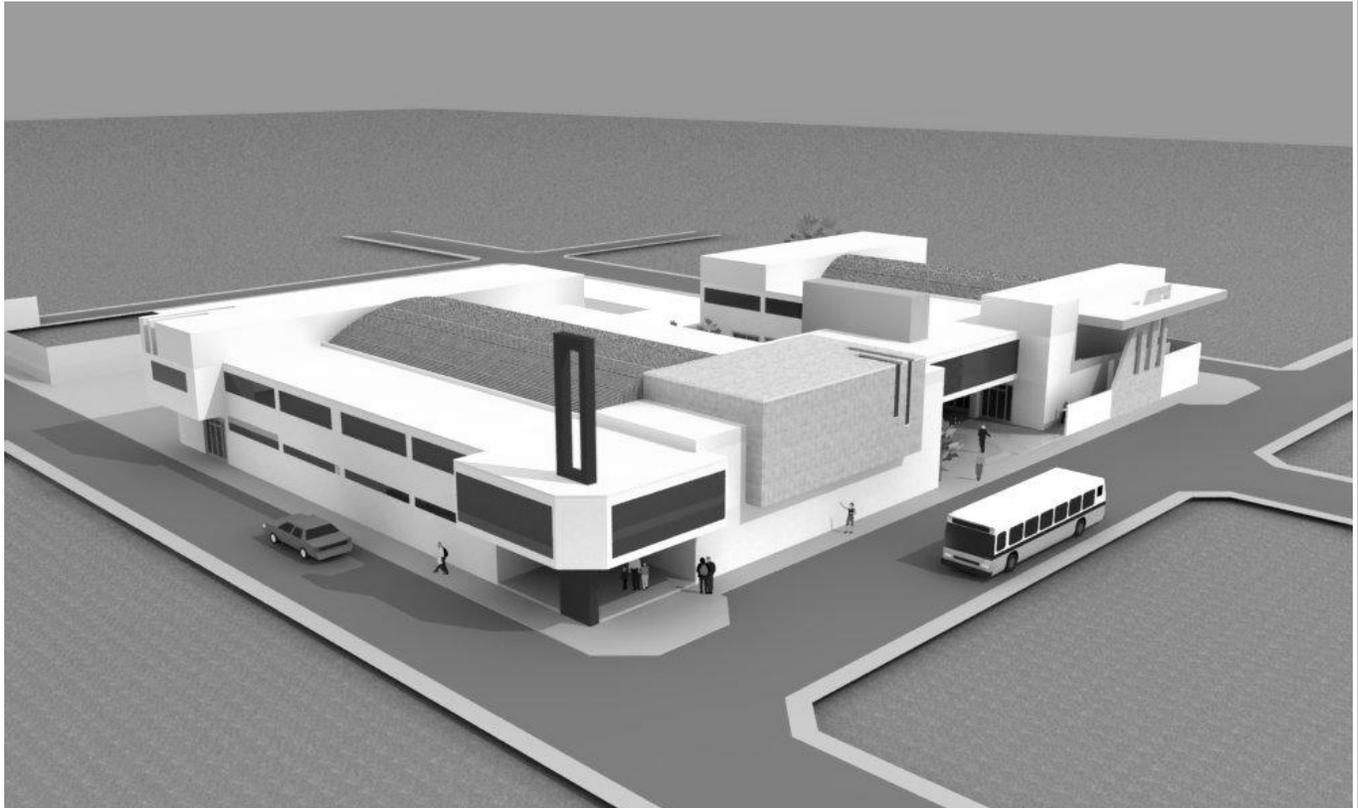
CONCLUSIONES

Conocer los conceptos básicos del proyecto ayudará a dar una respuesta a las necesidades a satisfacer con la propuesta, y de esta manera, saber qué tipo de mercado a proponer y su actividad básica a realizar.

Saber cómo se desarrolla la actividad comercial desde donde se produce un producto, los intermediarios, hasta llegar a donde se comercializa el producto, nos ayuda a comprender lo que el vendedor y consumidor necesitan para vender o comprar.

La organización de un mercado debe ser la adecuada, para un mayor control y funcionamiento y lograr optimizar los recursos económicos, para luego utilizarlos en beneficio de los mismos vendedores.

Desde la antigüedad los mercados han jugado un papel fundamental en la economía y desarrollo de los guatemaltecos, siendo éstos el centro comercial de intercambio, para una población donde su actividad principal fue la agricultura y donde en nuestros días lo sigue siendo, por eso es importante ubicarlos en lugares estratégicos para la convergencia del producto y la demanda.



CAPITULO III
MARCO LEGAL



3.1 Constitución Política de la República de Guatemala (1985)

3.1.1 Artículo 43

Se reconoce libertad de industria, comercio y de trabajo, salvo las limitaciones que por motivos sociales o de interés nacional impongan las leyes.

3.1.2 Artículo 59: Protección e Investigación de la Cultura.

Es obligación primordial del Estado proteger, fomentar y divulgar la cultura nacional; emitir leyes: y disposiciones que tiendan a su enriquecimiento, restauración, preservación y recuperación; promover y reglamentar su investigación científica, así como la creación y aplicación de tecnología apropiada

3.1.3 Artículo 96

El Estado controlará la calidad de los productos alimenticios, farmacéuticos, químicos y de todos aquellos que puedan afectar la salud y bienestar de los habitantes. Velará por el establecimiento y programación de la atención primaria de la salud y por el mejoramiento de las condiciones de saneamiento ambiental básico de las comunidades menos protegidas.

3.1.4 Artículo 119

Son obligaciones fundamentales del Estado: b) promover de forma sistemática la descentralización económica, para lograr un adecuado desarrollo regional del país.

La defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos.

Promover el desarrollo ordenado y eficiente del comercio interior y exterior del país, fomentando mercados para los productos nacionales.

3.1.5 Artículo 118: Principios del Régimen Económico y Social

El régimen económico y social de la República de Guatemala se funda en principios de justicia social. Es obligación del Estado orientar la economía nacional para lograr la utilización de los recursos naturales y el potencial humano, para incrementar la riqueza y tratar de lograr el pleno empleo y la equitativa distribución del ingreso nacional

3.1.6 Artículo 253

Los municipios de la República de Guatemala son instituciones autónomas, entre otras funciones le corresponde: (c) Atender los servicios públicos locales, el ordenamiento territorial de su jurisdicción y cumplimiento de sus fines propios.

3.1.7 Artículo 255.

Las corporaciones municipales deberán procurar el fortalecimiento económico de sus respectivos municipios, a efecto de poder realizar las obras y prestar los servicios que les sean necesarios.



3.2 LEY GENERAL DE DESCENTRALIZACIÓN Y SU REGLAMENTO

3.2.1 Artículo 2. Concepto de Descentralización

Se entiende por descentralización el proceso mediante el cual se transfiere desde el Organismo Ejecutivo a las municipalidades y demás instituciones del Estado, y las comunidades organizadas legalmente, con participación de las municipalidades, el poder de decisión, la titularidad de la competencia, las funciones, los recursos de financiamiento para la aplicación de las políticas públicas nacionales, a través de la implementación de políticas municipales y locales en el marco de la más amplia participación de los ciudadanos, en la administración pública, priorización y ejecución de obras, organización y prestación de servicios públicos, así como el ejercicio del control social sobre la gestión gubernamental y el uso de los recursos del Estado.

3.2.2 Artículo 4. Principios

Son principios orientados del proceso y de la política de descentralización del Organismo Ejecutivo lo siguiente: La eficiencia y eficacia en la prestación de los servicios públicos. Inciso 2).

3.2.3 Artículo 5. Objetivos

La descentralización del Organismo Ejecutivo tendrá los siguientes objetivos: Universalizar la cobertura y mejorar la calidad de los servicios básicos que se le presta a la población. Inciso 2). Promover el desarrollo económico local para mejorar la calidad de vida y erradicar la pobreza. Inciso 8).

3.3 Código Municipal

3.3.1 Artículo 10

Las asociaciones formadas por municipalidades tendrán personalidad jurídica propia y distinta de cada municipalidad integrante, y se constituirán para la defensa de su interés municipalidades departamentales, regionales o nacionales para la formulación, ejecución seguimiento de planes, programas y proyectos o la planificación, ejecución, evaluación en ejecución de obras y servicios municipales.

3.3.2 Artículo 53. Atribuciones y obligaciones del alcalde.

El alcalde preside el Concejo Municipal y tiene las atribuciones específicas siguientes: Dirigir, inspeccionar e impulsar los servicios públicos y obras municipales. Inciso e).

3.3.3 Artículo 67

El municipio para la gestión de su interés y en el ámbito de sus competencias puede promover toda clase de actividades económicas, sociales, culturales, ambientales, y prestar cuantos servicios contribuyan a mejorar la calidad de vida, a fortalecer las necesidades y aspiraciones de la población del municipio.

3.3.6 Artículo 73

Forma del establecimiento y prestación de los servicios municipales: Los servicios públicos municipales serán prestados y administrados por: (a) La municipalidad y sus dependencias administrativas, unidades de servicio y empresas públicas.

3.3.7 Artículo 74

La municipalidad tiene facultad para otorgar a personas individuales o jurídicas, la concesión de la prestación de servicios públicos municipales que operen en circunscripción territorial, con excepción de los centros de acopio, terminales de mayoreo, mercados, mercados municipales y similares.



3.3.8 Artículo 100

Constituyen ingresos del municipio: (e) El producto de los arbitrios, tasas y servicios municipales.

3.3.9 Artículo 130

Las inversiones se harán preferentemente en la creación, mantenimiento y mejora de los servicios públicos municipales, y en relación de obras sanitarias y de urbanización. No puede asignarse ni disponer de cantidad alguna para objetos ajenos a los fines del municipio. (Código Municipal y sus Reformas. 2002)

3.4 Código de Salud

(Leyes de Guatemala. Código de Salud. Decreto No. 4 .79)

En este código se dan todas las leyes con respecto a la supervisión de la aplicación de las normas sanitarias sobre producción, conservación, transformación, almacenamiento, elaboración, fraccionamiento, transporte, distribución, comercio, importación, exportación, expendio y calidad de alimentos.

3.4.1 Artículo 19

Para el saneamiento del medio ambiente se desarrollarán acciones destinadas al abastecimiento de agua potable: disposición adecuada de excretas y aguas servidas; eliminación de basuras y otros desechos; eliminación y control de insectos, roedores y otros animales dañinos; higiene de alimentos; salubridad y calidad de la vivienda, seguridad en el trabajo; control de contaminación de agua, el suelo y el aire; y la eliminación o control de otras molestias públicas y otros riesgos ambientales.

3.4.2 Artículo 58

El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, el Ministerio de Trabajo y Previsión Social, la Dirección General de Servicios de Salud y el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, supervisarán las condiciones de salubridad y seguridad contra accidentes y las enfermedades en todos los lugares de producción, elaboración y comercio.

3.4.3 Artículo 72

Toda persona que manipule alimentos debe someterse a los exámenes clínicos y complementarios que estipule el reglamento que al efecto emita el Ministerio de Salud y Asistencia Social.

3.4.4 Artículo 73

Toda persona natural o jurídica, pública o privada que pretenda instalar un establecimiento de alimentos deberá obtener la correspondiente licencia del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social por producto de la Dirección General de Servicios de Salud, debiendo acreditar que cuenta con condiciones de ubicación, instalación y operación sanitarias adecuadas, si se trata de fábricas de productos alimenticios o establecimientos industriales de alimentos, los interesados deberán acompañar a su solicitud, cuando fuere posible, una copia de la autorización municipal respectiva.

3.4.5 Artículo 75

Queda prohibido el funcionamiento y la apertura al público de establecimientos que se dediquen al ramo de alimentos, que no hayan obtenido previamente la autorización sanitaria para su instalación y funcionamiento, extendida por la Dirección General de Servicios de Salud.



3.4.6 Artículo 76

El permiso para operar un establecimiento de alimentos será válido por cinco años, salvo que por infracciones a las leyes sanitarias o sus reglamentos, la mala condición del establecimiento o sus funcionamientos haga necesario la cancelación anticipada del permiso y cierre del establecimiento en resguardo de la salud de sus empleados o la del público en general.

3.4.7 Artículo 80

Toda persona natural o jurídica que fabrique, elabore, importe alimentos o que los destine al consumo público a cualquier título, con determinada marca de fábrica, deberá registrados previamente en la Dirección General de Servicios de Salud. En el registro deberá de figurar la composición del alimento, las características de los envases y los demás datos que contribuyan a determinar su identificación, estado de pureza y cuando corresponda, periodo en que es apto para consumo, así como el tiempo de duración del registro, para la realización de tales actos, deberá obtenerse, además, al correspondiente permiso de la Dirección General de Salud, que extenderá previo análisis del producto y del pago del arancel correspondiente y sin perjuicio del cumplimiento de los demás requisitos reglamentarios.

3.4.8 Artículo 87

Los funcionarios o empleados autorizados por el Ministerio de Salud Publica y Asistencia Social, por conducto de la Dirección General de Servicios de salud, debidamente identificados. Podrán entrar en cualquier establecimiento abierto al público durante las horas de funcionamiento o de trabajo, para los efectos del control sanitario.



CONCLUSIONES

El proyecto se debe realizar con fundamento tomando, en cuenta las leyes internas, tradiciones y con bases sólidas que se requiere para su realización, partiendo de lo macro a lo micro. Se debe tomar en cuenta las leyes y reglamentos que obligan al Estado a llevar desarrollo comercial y una mejor calidad de vida para las personas de cualquier comunidad, descentralizando los recursos del Estado.

Es importante conocer a las instituciones y entidades involucradas en la realización del proyecto, su organización y funcionamiento es muy importante para que puedan prestar estos servicios a la población, y que contribuyan a plantear un proyecto que pueda ser de gran beneficio y ser viable, para que estas instituciones muestren interés en apoyar el proyecto tanto en lo económico, administrativo y legal.

Se deben tomar en cuenta los lineamientos básicos y requerimientos para un proyecto de este tipo, da un punto de partida para determinar las áreas y los servicios que se deben plantear.



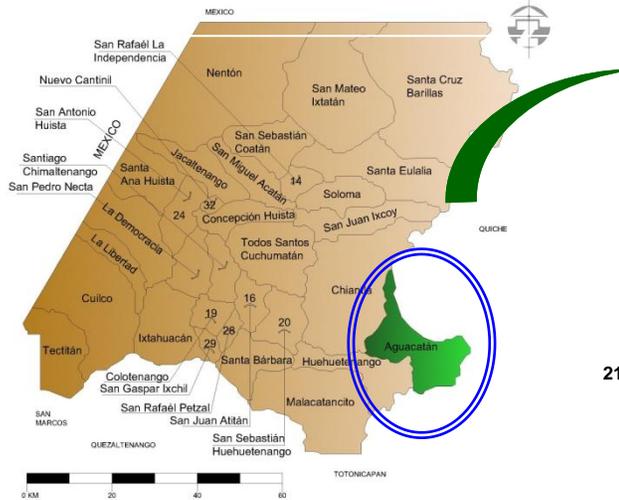
CAPITULO IV

MARCO REFERENCIAL

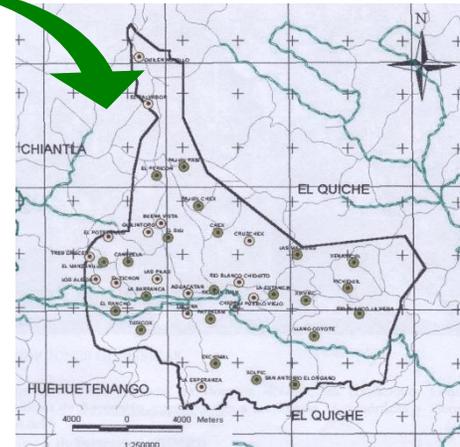


4.1 SÍNTESIS GRÁFICO DEL MARCO REFERENCIAL

MAPA No. 1
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO



MAPA No. 2
MUNICIPIO DE AGUACATÁN



21

El departamento de Huehuetenango cuenta con 32 **Municipios**.

Elaboración propia, 2010

El Municipio de Aguacatán cuenta con 1 Pueblo, 1 Colonia, 27 Aldeas, 11 Cantones y 36 caseríos.

4.1.1 Nivel Departamental.

El Departamento de Huehuetenango se encuentra situado en la región VII o región Noroccidental, su cabecera departamental es Huehuetenango y limita al Norte y Oeste, con la República de México; al Sur con los departamentos de San Marcos, Quetzaltenango y Totonicapán; y al Este con el departamento de Quiché; Se ubica en la latitud 15° 19' 14" y longitud 91° 28' 13". Cuenta con una extensión territorial de 7,403 kilómetros cuadrados. El monumento de elevación se encuentra en la cabecera departamental, a una altura de 1,901.64 metros sobre el nivel del mar, pero su topografía es en extremo variada, con montañas y cimas que exceden de 3,000 metros de elevación y tierras bajas que descienden hasta unos 300 metros. La climatología es forzosamente variada, también en relación con la elevación y sinuosidades del terreno.

En Huehuetenango se encuentra el sitio arqueológico, Zaculeu se deriva de las voces quiché y cakchiquel, zac = blanco, blanca; y uleu = tierra, o sea tierra blanca.

Asimismo se encuentra el sitio arqueológico de Chalchitán, que fue declarado monumento nacional precolombino, por acuerdo gubernativo del 24 de abril de 1931.

Como atractivo natural, en Huehuetenango se encuentra el nacimiento del río San Juan, que es uno de los centros turísticos más importantes de este departamento.²²

²¹ Fuente: www. mapas/ mapasmundis. jpg . y elaboración propia, 2010.

²² Diagnóstico de Aguacatán, EPSUM 2009-02



4.1.2 Contexto Nivel Municipal

Inmerso en las faldas de la cordillera de los Cuchumatanes, se encuentra uno de los 32 municipios de Huehuetenango llamado **Aguacatán**, territorio que ha estado habitado desde tiempos inmemoriales por los pueblos mesoamericanos de descendencia maya. En este municipio se diferenciaron claramente dos pueblos el Awakateka y Chalchiteco, ubicados al oeste y este, respectivamente. Durante la época de la colonización llegaron a Aguacatán religiosos españoles dominicos y, posteriormente mercedarios para evangelizar a la población de Cuatlán como le llamaban los indios. Actualmente Aguacatán tiene una población pluricultural, multilingüe y multiétnica conformado por cinco grupos étnicos: Chalchiteco, Awakatekos, Kichés, Mames y Ladinos. Los idiomas que se hablan son el Chalchiteco, Awakateko, Kiché, Mam y español, los cuales suman una población de 45,465 habitantes.

La municipalidad de Aguacatán fue creada desde el año de 1891 con la finalidad de brindar servicios a la comuna en lo concerniente a carreteras, drenajes, puentes y demás proyectos. El municipio cuenta con 80 núcleos habitados que componen 27 aldeas, con una extensión territorial de 320.694 km², la altitud del territorio oscila entre los 1,350 msnm y los 3200 msnm.²³

Desde el este al oeste, la abundancia de fuentes de agua y la buena calidad de las tierras le permitieron hacer del valle un huerto de perpetua verdura, en particular el ajo y la cebolla, mismos que actualmente están en crisis debido a la contaminación de sus suelos y precios muy por debajo de las expectativas.

La población económicamente activa para hombres y mujeres es de 14 años hasta un máximo de 60 años, según el Código de Trabajo pero, de acuerdo a las entrevistas realizadas en las comunidades y escuelas en el área rural empiezan a los 8 ó 9 años a trabajar. La misma situación de necesidad afecta también a las personas mayores, además del alto número de habitantes que antiguamente emigró hacia Estado Unidos, fenómeno que en los últimos 2 años ha disminuido.



Al municipio se accede a través de una carretera asfaltada que transcurre al pie de la cordillera de los Cuchumatanes, esta es la ruta RN-7W que conecta Huehuetenango con Quiché.

Aguacatán al igual que varios municipios del altiplano del noroccidente fue víctima del conflicto armado, mismo que ha dejado secuelas en sus habitantes, principalmente en los de la parte noreste del municipio, razón por la cual la pobreza se ha aferrado a estas comunidades y se necesita mucho apoyo para poder revertir esta tendencia hacia la pobreza extrema ó miseria.

Norte: Chiantla (Huehuetgo) Nebaj (Quiché) Sur: San Pedro Jocopilas (Tonicapán) Este: Sacapulas, (El Quiche) Oeste: Chiantla, Huehuetenango.²⁴

Microsoft © Encarta edición 2008 Y elaboración propia, 2010.

²³ Diagnóstico de Aguacatán, EPSUM 2009-02

²⁴ Unidad de Sistema de información geográfica de Huehuetenango, **USIGHUE**, y Secretaría Planificación y Programación **SEGEPLAN**.



4.1.3 Vías de acceso

Al municipio se accede desde Huehuetenango a través de una carretera asfaltada que transcurre al pie de la cordillera de los Cuchumatanes. Se trata de la ruta RN-7W, el eje norte que comunica los departamentos de Huehuetenango, Quiché y Alta Verapaz. La ruta RN-7W, que pasa por el centro del casco urbano, conecta Aguacatán con el municipio vecino de Sacapulas (Quiché).

3.1.4 Cantidad de Aldeas y Caseríos que integran el municipio de Aguacatán

TABLA No. 1

Aldeas, Caseríos, de Aguacatán

No.	Categoría	cantidad
1	Pueblo	1
2	Colonia	1
3	Aldea	27
4	cantones	11
5	Caserío	36

Elaboración propia, 2010.

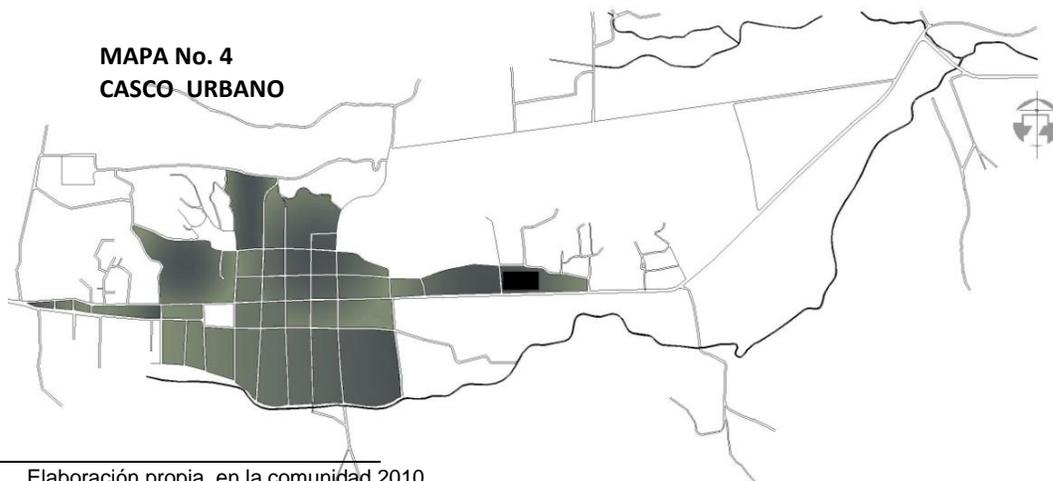
4.1.5 Contexto Nivel Urbano

- **Nombre de la municipalidad**
Municipalidad de Aguacatán
- **Origen de la municipalidad**

El 27 de febrero de 1,891 se unió con el de Chalchitán, según que se ve en el acuerdo que dice:

Vistas la solicitud Municipalidad de Aguacatán y Chalchitán, relativa a que les autorice para formar de ambos municipios uno solo, que se denomine Aguacatán, fundados en la identidad de costumbres e intereses que existe entre los dos en que las localidades de esos municipios son dos barrios de una misma población, y en que la existencia de Municipalidad en cada uno de ellos no tiene razón, y dificulta la buena marcha administrativa, y visto así mismo el informe del Jefe Político de Huehuetenango, en el que apoya la mencionada solicitud y atendiendo a los intereses de Aguacatán y Chalchitán.²⁵

MAPA No. 4
CASCO URBANO



Elaboración propia, en la comunidad 2010.

²⁵ Diagnóstico de Aguacatán, EPSUM 2009-02.





4.1.6 Breve datos históricos

El actual territorio del municipio de Aguacatán ha estado habitado desde tiempos inmemoriales por los pueblos mesoamericanos de descendencia maya, tal y como se desprende de los estudios antropológicos y etnohistóricos.

A raíz de este éxodo de las tribus mayas llegaron a esta región de los Cuchumatanes los ancestros de algunos de los pueblos que actualmente habitan el territorio de Aguacatán.

Entre estos pueblos se encuentra el chalchiteco, que se estableció al este de lo que hoy es el territorio de Aguacatán y desde la etapa preclásica (1500 a.C.) hasta la época de la invasión, hacia 1524, llegó a formar importantes centros poblados de los que aún hoy se conservan algunos vestigios.

Paralelamente, según los documentos de la Academia de Lenguas Mayas Awakateka, Wi Txuun (sobre la cal), la antigua ciudad Awakateka, situada al oeste de la cabecera municipal, en lo que hoy es el Cantón Aguacatán, hizo su aparición en la etapa clásica (del 300 al 1,000 d.C.) aunque no fue hasta la etapa posclásica tardía (de 1,200 a 1,524) que este centro tomó auge, juntamente con Tnum (Pueblo Viejo). En esta época, los dos centros aparecen como ciudades fortificadas, con características de una cultura estratégica y guerrera, debido a la amenaza de la expansión del imperio K'iché.

Durante la época de la colonización llegaron a Aguacatán religiosos españoles dominicos y, posteriormente mercedarios, para evangelizar a la población. En 1619, el cronista Remesal se refería a Aguacatán en estos términos: “El pueblo de Aguacatlán era entonces (en 1553) muy grande, habíanle juntado el padre fray Pedro de Angulo, fray Juan de Torres y otros religiosos de la orden, que predicaban en aquellas sierras de Cuchumatlán de muchas caserías que estaban esparcidas por aquellos montes, aunque de lengua singular, que solo ellos hablan.

El fraile irlandés Tomas Gage, que permaneció en Guatemala durante los años 1625 a 1637, y que anduvo por esta zona de los Cuchumatanes, publicó un conocido libro en el que se refiere al poblado de Cautlán, que no puede ser otro que el actual Aguacatán.

También en la Descripción Geográfico-Moral se hace referencia a esta situación administrativa a raíz de la visita practicada a su diócesis entre 1768 y 1770 del arzobispo doctor Pedro Cortés y Larraz, el cual comenta que Aguacatán “se divide en dos parcialidades, una es Aguacatán y otra Chalchitán”, y añade que “en el pueblo de Aguacatán hay 45 familias con 170 personas, mientras que en el pueblo de Chalchitán hay 215 familias con 648 personas”. El Diccionario Geográfico Nacional afirma que, por su aspecto físico, población, bellezas naturales y notable historia, Aguacatán puede considerarse uno de los municipios más importantes del Departamento de Huehuetenango.

Se estima que en el territorio que abarca el actual Aguacatán se asentó, unos 800 años antes de la llegada de los españoles, la tribu Coacul, que procedía de Tullán. Las actuales ruinas de Chalchitán se denominaron antiguamente Coacuttee, nombre de origen náhuatl.

Durante los primeros 70 años del período independiente, Aguacatán y Chalchitán fueron organizados como municipios separados. Sin embargo, por el Acuerdo Gubernativo del 21 de febrero de 1891, el municipio de Chalchitán se suprimió -a petición de las municipalidades de ambas localidades, pasando a ser un barrio de Aguacatán. Posteriormente, debido a que Chalchitán es un sitio arqueológico, por acuerdo del 24 de abril de 1931 se le declaró “monumento nacional precolombino”.²⁶

²⁶ Unidad de Sistema de información geográfica de Huehuetenango, **USIGHUE**, y Secretaria Planificación y Programación, **SEGEPLAN**.



4.1.7 ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y MIGRACIÓN LABORAL

➤ Fuentes de Empleo

La población económicamente activa para hombres y mujeres es de 14 años hasta un máximo de 60 años según el Código de Trabajo pero de acuerdo a las entrevistas realizadas en las comunidades y escuelas en el área rural empiezan a los 8 ó 9 años a trabajar. La misma situación de necesidad afecta también a las personas mayores.

La población que no genera ingresos, es decir, la no productiva como estudiante, amas de casa, y los que no tienen ninguna ocupación suma un total de 24,0899 personas lo cual representa el 73.77%, situación totalmente insostenible para cualquier economía. Ahora bien según la observación de la realidad, entre 70 y un 80% de la población rural trabaja en el campo aunque sea de forma precaria o como subempleo, incluso los niños y los ancianos, tal y como comentábamos anteriormente.

Los habitantes se dedican en su mayoría a faenas agrícolas, artesanía, comerciantes, jornaleros, carpintería, obreros, oficios domésticos. La migración de la población se considera que es del 50 % a la costa sur dentro de los meses de octubre a enero.

➤ Producción agrícola

La agricultura es una actividad que se ha venido desarrollando durante muchos años atrás; además es la principal fuente de producción de alimentos en el mundo.

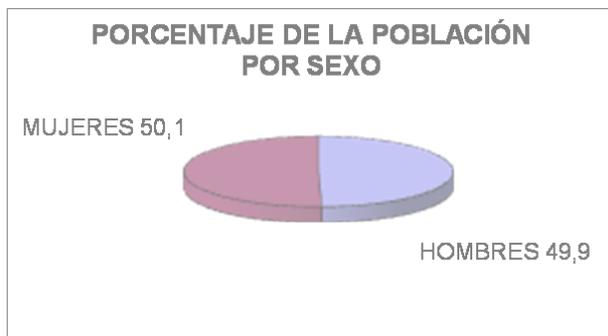
La vocación agrícola es diversa dada también su diversidad climática. Es de hacer notar que la productividad de la tierra ha aumentado y los agricultores se han ido fortaleciendo generando fuente de trabajo en la zona.

Los principales cultivos de Aguacatán son: Papa (*Solanum tuberosum*), Trigo (*Triticum aestivum*), Maíz (*Zea Mays*), Ajo (*Allium sativum*), Cebolla (*Allium sepa*), Frijol (*Phaseolus vulgaris*).²⁷

4.4.8 Población, en rangos de edad, género, grupo étnico y condición legal

El municipio de Aguacatán está habitado por un total de **45,465** personas, de las cuales **22,913** son mujeres (50,1%) y **22,552** son hombres (49,9%).

GRÁFICA No. 2
Porcentaje de la población por sexo

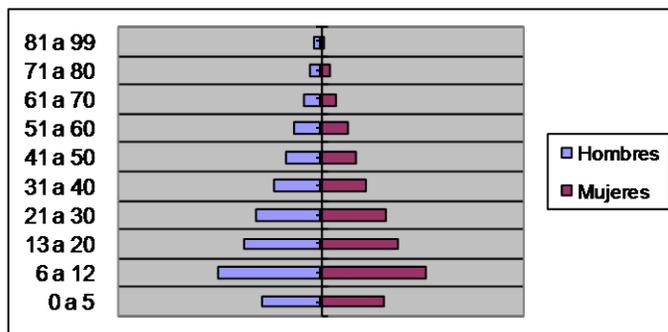


En cuanto a la edad, la población de Aguacatán es mayoritariamente joven. La franja de edad donde hay un mayor número de personas es la de los 6 a los 12 años, seguida por la franja de los 13 a los 20 y de cero años de edad a los 5. De ello se desprende que la media de edad de la población de Aguacatán, de acuerdo a los datos recabados en el censo, es de **18,8** años de edad.

²⁷ Diagnóstico de Aguacatán, EPSUM 2009-02



Fig. : Pirámide de Población



GRÁFICA No. 3
Pirámide de Población

Diagnóstico de Aguacatán, EPSUM 2009-02

En la pirámide demográfica se evidencia el predominio de población joven existente en el municipio, puesto que en los estratos de edad cercanos a la base de la pirámide es donde se concentra el grueso de habitantes, tanto de hombres como de mujeres. En cambio, a medida que se asciende en el estrato etario, la franja de población va disminuyendo. Esta situación puede tener varias interpretaciones. Por un lado, el hecho de que la población sea mayoritariamente joven es un factor muy positivo en cuanto que hay un importante potencial humano, que debidamente capacitado ha de suponer el motor del municipio en el futuro, aunque actualmente, la realidad es que se da una fuga de la fuerza de trabajo a través de la emigración por la falta de expectativas. Es bastante contradictorio el hecho de que la primera franja etaria, de los 0 a los 5 años, sea tan pequeña puesto que la tendencia de la población es a crecer, aunque después el número de habitantes no aumente tanto debido a la emigración. Ello puede ser debido a una pequeña distorsión de los datos en cuanto a la población en esa franja de edad.

De esta figura piramidal también se desprende el hecho de que es muy poca la población que llega a la edad anciana, de lo que se deriva que la esperanza de vida es bastante baja debido, en gran parte, a las deficientes condiciones de salubridad y al desgaste físico que supone el esfuerzo del trabajo agrícola y la crianza de los hijos, en el caso de las mujeres.²⁸

TABLA No. 2
POBLACIÓN GLOBAL

POBLACIÓN GLOBAL				
Área	Sexo		Totales	%
	Hombres	Mujeres		
Población rural	16,842	16,755	33,597	73,8%
Población rural no censada	1,810	1,865	3,675	8%
Población urbana (aprox.)	3,900	4,293	8,193	18%
TOTAL	22,552	22,913	45,465	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadístico, INE.

²⁸ Instituto Nacional de Estadístico, INE.



4.1.9 Servicio Públicos

➤ Saneamiento básico

El municipio de Aguacatán cuenta con muy poco desarrollo en cuanto a los servicios de saneamiento:

- ✓ POZOS ARTESANALES
- ✓ INTRADOMICILIAR
- ✓ BASUREROS CLANDESTINOS

➤ Servicios públicos municipales

Además del abastecimiento de agua, que ya se ha tratado anteriormente, la Municipalidad, como eje de la administración del municipio, ofrece también otros servicios básicos a la población. Por un lado, en las oficinas de la Municipalidad se gestiona todo lo referente a trámites administrativos inherentes a los ciudadanos del país, como el registro civil, la tesorería, el registro de vecindad, y todo lo que concierne al buen funcionamiento y la administración territorial. Con los mismos fines, la Municipalidad tiene bajo su responsabilidad otros servicios que contribuyen al buen desenvolvimiento de la vida y las actividades diarias de los vecinos del municipio, como el mercado, el rastro, la recogida de basura, el mantenimiento de calles, parques y espacios de interés natural, la biblioteca, etc. Estas competencias de la Municipalidad están debidamente especificadas en el artículo 68 del Código Municipal.²⁹

- ✓ POZO MECÁNICO
- ✓ CHORRO PÚBLICO
- ✓ SISTEMA DE TRATADO DE AGUA
- ✓ SISTEMA DE DRENAJE MUNICIPAL
- ✓ BASURERO PÚBLICO
- ✓ TREN DE ASEO PÚBLICO

➤ Infraestructura social y productiva

La población de Aguacatán está constituida predominantemente por los menores de mayores de 15 años lo que constituye el 44% de la población total y el grupo de 15 a 49 años que corresponden al 44% y el 11% para aquellos mayores de 50 años.

La población económicamente activa para hombres y mujeres es de 14 años hasta un máximo de 60 años según el Código de Trabajo pero de acuerdo a la entrevista realizada en las comunidades y escuelas en el área rural empiezan a los 8 ó 9 años a trabajar. La misma situación de necesidad afecta también a las personas mayores.

La población que no genera ingresos, es decir la no productiva como estudiante, amas de casa, y los que no tienen ninguna ocupación suma un total de 14,730 totalmente insostenible para cualquier economía. Según la observación de la realidad, entre 70 y un 80% de la población rural trabaja en el campo aunque sea de forma precaria o como subempleo, incluso los niños y los ancianos, tal y como comentábamos anteriormente.

Los habitantes se dedican en su mayoría a faenas agrícolas, artesanía, comerciantes, jornaleros, carpintería, obreros, oficios domésticos.

La migración de la población se considera que es del 50 % a la costa sur dentro de los meses de octubre a enero.³⁰

²⁹ Diagnóstico de Aguacatán, EPSUM 2009-02

³⁰ Plan estratégico de desarrollo municipal del municipio de Aguacatán, Huehuetenango. PREAPAZ.



➤ **Vivienda**

El déficit habitacional del municipio en calidad es pobre, tomando en cuenta que la mayoría de viviendas en el área rural están fabricadas de material de adobe con tejado de teja y el piso de tierra. A este tipo de vivienda le sigue la hecha con paredes de madera y tejado de lámina. Existen también algunas casas hechas de block, de caña y lodo, e incluso algunas de ladrillo. Estas viviendas constan de 1 ó 2 ambientes, que incluyen la cocina, lo que ha sido señalado como factor desfavorable para el desarrollo de enfermedades respiratorias y el hacinamiento viene a afectar el desarrollo humano.

➤ **Salud**

El municipio de Aguacatán cuenta con un centro de salud de tipo “B”, que tiene servicio básico, con 7 puestos de salud con plaza presupuestada, con 1 puesto de salud que la institución OBADI paga parte del sueldo del paramédico y la comunidad, actualmente se habilitó una unidad mínima de atención con el apoyo de la municipalidad para el sueldo del facilitador comunitario.

El suministro de medicamentos esenciales se realiza de forma gratuita con el presupuesto ministerial, de forma irregular, por mucha población y el área de salud no da suficiente medicamento en cuando a las comunidades que cubre la prestadora de servicio de salud en las comunidades ha habido deficiencia en dicho abastecimiento de parte de la administración de dicha ONG.³¹

➤ **Educación**

Este servicio compete al Ministerio de Educación, en Aguacatán aún presenta deficiencias importantes la cobertura en educación que ofrece el Estado en Aguacatán no es del todo satisfactoria, en cuanto que todavía hay un 20% del territorio sin la asistencia mínima.

Además del sistema del MINEDUC, encargado de dar educación a la población en edad escolar, en Aguacatán opera también, dentro de este mismo ámbito, el Comité Nacional de Alfabetización (CONALFA), cuya función es alfabetizar a la población que rebasa la edad escolar que en su momento no pudo aprender a leer y escribir y que en la actualidad se muestra interesada por hacerlo.

También actúan en el municipio otras instituciones de enseñanza privadas y organizaciones no gubernamentales de desarrollo que apoyan en la labor de alfabetizar y de ofrecer educación formal, como es el caso de la escuela privada COCMA, el instituto Mayance, el Colegio Evangélico Belén, el colegio San Juan Bosco, la asociación ASDIA.

³¹ Diagnóstico de Aguacatán, EPSUM 2009-02



CONCLUSIONES

Es importante conocer y estudiar las características económicas, sociales y culturales del lugar y su infraestructura, donde se ubica el proyecto, esto nos ayuda a definir y plantear una propuesta que responda a las necesidades del lugar, ya que cada región y departamento y municipio de nuestro país, tiene características propias y particulares que los hacen únicos y diferentes (cultura, identidad, etnia, etc.).

El Municipio de Aguacatán se caracteriza por ser uno de los que mayor cantidad de verduras y hortalizas produce en el departamento de Huehuetenango, debido a esto es importante que cuente con un espacio que reúna las condiciones mínimas para el comercio local.



CAPITULO V MARCO REAL



5. Realidad Concreta actual del Mercado Municipal

5.1.1 Análisis de la situación Actual del Mercado

Como se puede observar a nivel general de Guatemala, la mayoría de los centros poblados no cuenta con un planeamiento de equipamiento urbano, que cubra de manera eficiente la demanda de la población actual, generando un crecimiento en el ámbito de la infraestructura. Situación que continúa hoy en día, creándose de manera espontánea en poblados de desarrollo basados en su economía, en una actividad de centros de intercambios que contribuyen con el desarrollo integral de su comunidad.

La actividad comercial para el Municipio de Aguacatán, Huehuetenango, se identifica actualmente en un centro de intercambio de servicio con municipios vecinos como: Sacapulas, Chiantla y Huehuetenango. Así como turistas nacionales e internacionales, en un espacio físico que no cuenta con las condiciones requeridas para realizar la actividad comercial, no quedando otra alternativa se dirigen sin ningún orden hacia las calles y avenidas adyacentes mediante ventas ambulantes sin el menor control de calidad e higiene generándose durante todos los días de la semana, obstaculizando la libre circulación de vehículos y peatones.

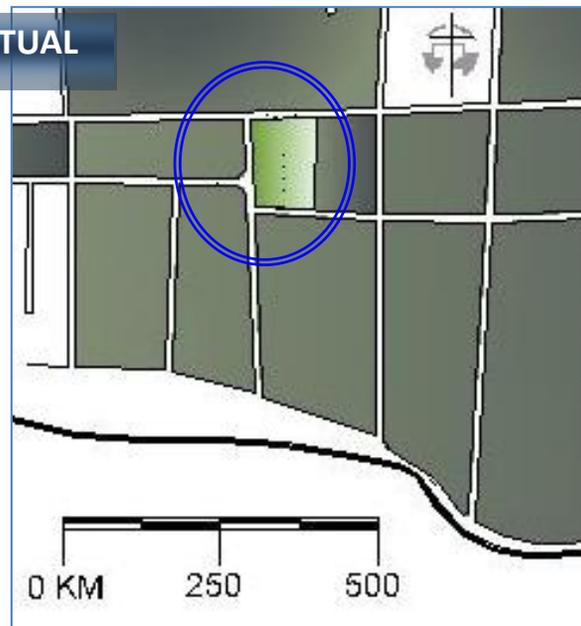
Siendo otro problema el sistema de transporte, el cual sufre grandes deficiencias por falta de instalaciones, al no existir un ordenamiento sectorizado para cada unidad de servicio de transporte y se dirige en lo particular a obstaculizar las calles que encierran las áreas de mercado, creando conflicto entre los usuarios, debido al congestionamiento producido en horas pico y especialmente los días de mercado.

La problemática en la economía Informal ha crecido a medida que el inmigrante ha optado irse dada la crisis económica que se afronta hoy en día a nivel nacional, y no siendo la excepción el municipio de Aguacatán. Así convirtiéndose en un desorden por falta de no existir un lugar específico y especialmente donde comercialicen sus productos de una manera ordenada, controlada e higiénica.

Toda la diversidad de actividades negativas generadas hoy en día, provocan un déficit a escala social y económica. El servicio que presta el Mercado actual de Aguacatán.³²

UBICACIÓN DE MERCADO ACTUAL

PLANO No. 1
UBICACIÓN DE MERCADO ACTUAL



Elaboración propia, en la comunidad 2010.

³² Elaboración propia, en la comunidad 2010.



MERCADO ACTUAL

IMAGEN NO. 3
DESBORDAMIENTO DE VENTAS



PLANO No. 2
DE MERCADO ACTUAL



IMAGEN No. 4
INTERIOR DE MERCADO

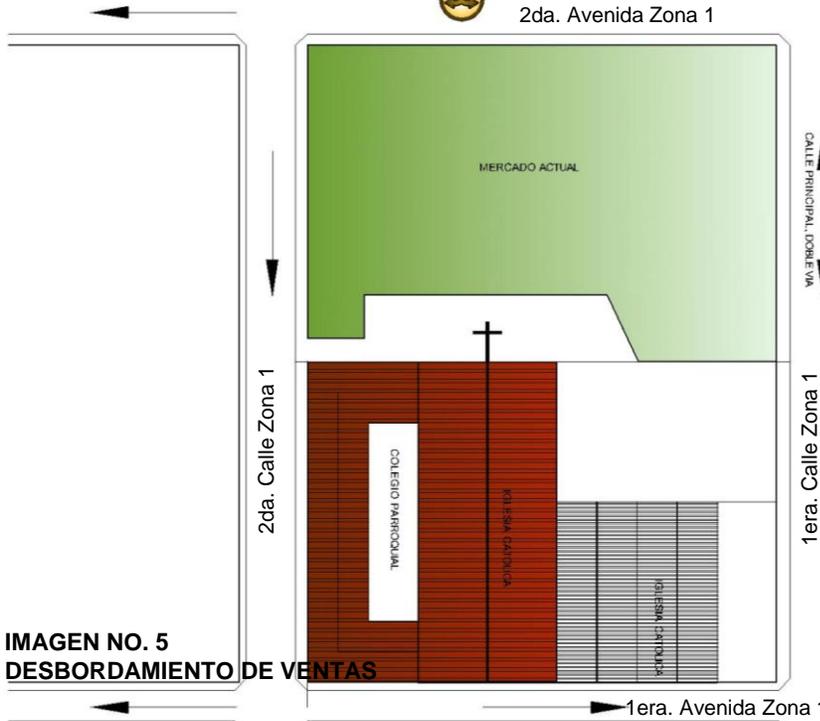


IMAGEN NO. 5
DESBORDAMIENTO DE VENTAS



IMAGEN No. 6
VENTA DE POLLO EN CALLES



0 KM 20 40 60

USAC

INDICA TERRENO DESTINADO PARA EL MERCADO MUNICIPAL

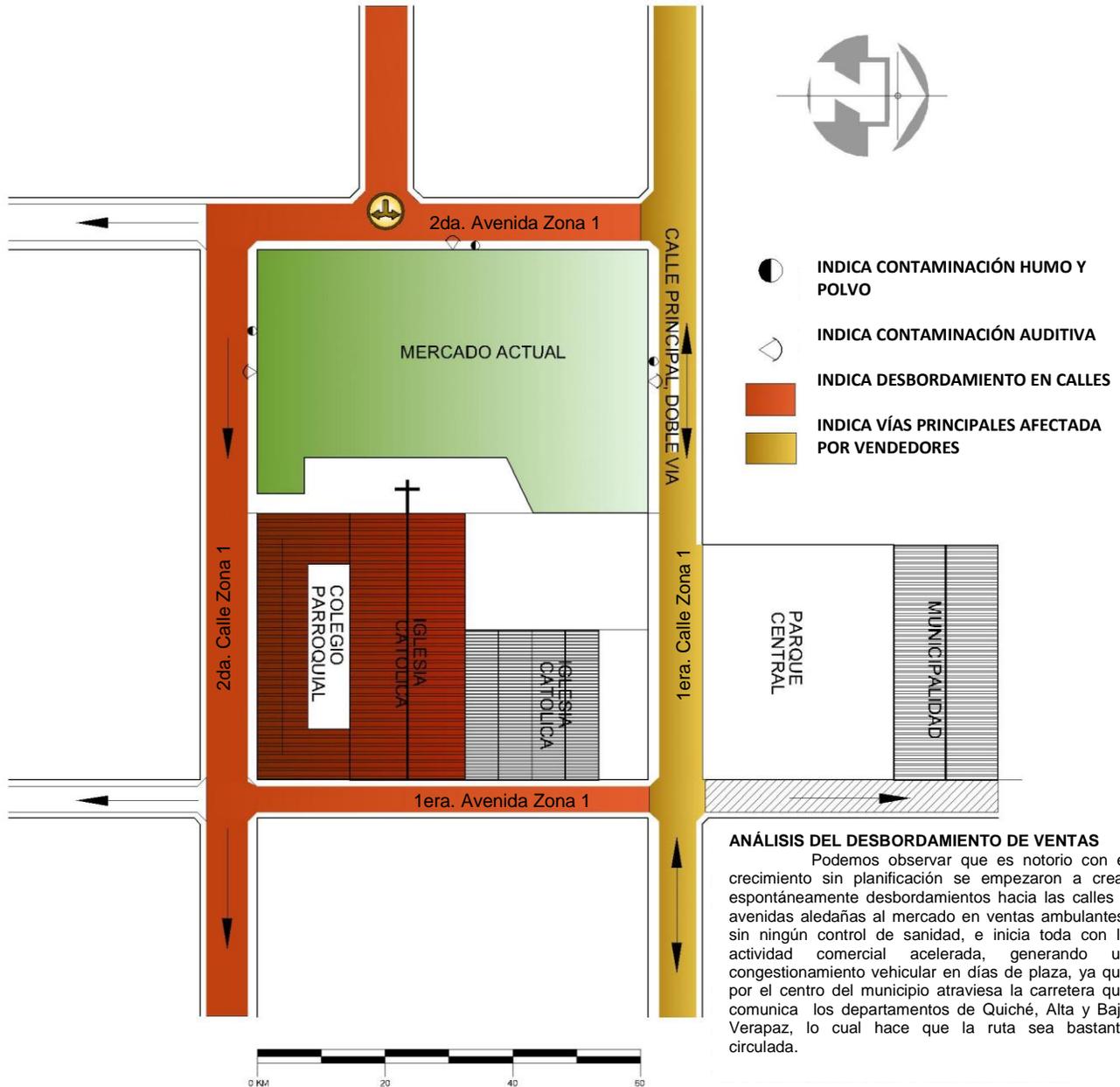
INDICA DIRECCIÓN DE LAS VÍAS EN EL ENTORNO DEL MERCADO





UBICACIÓN DEL DESBORDAMIENTO DE VENTAS EN CALLES

PLANO No. 3
UBICACIÓN DEL DESBORDAMIENTO DE VENTAS EN CALLES



ANÁLISIS DEL DESBORDAMIENTO DE VENTAS

Podemos observar que es notorio con el crecimiento sin planificación se empezaron a crear espontáneamente desbordamientos hacia las calles y avenidas aledañas al mercado en ventas ambulantes, sin ningún control de sanidad, e inicia toda con la actividad comercial acelerada, generando un congestionamiento vehicular en días de plaza, ya que por el centro del municipio atraviesa la carretera que comunica los departamentos de Quiché, Alta y Baja Verapaz, lo cual hace que la ruta sea bastante circulada.

USAC

INDICA DESBORDAMIENTO EN CALLES

INDICA DIRECCIÓN DE LAS VÍAS EN EL ENTORNO DEL MERCADO

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura

Elaboración propia, en la comunidad 2010.



A causa de esta situación se crea una serie de inconvenientes en las que se encuentran, focos de contaminación a causa de la basura que tanto vendedores como consumidores botan en las calles.

Obstrucción del paso tanto vehicular como peatonal por las calles en las que se colocan los vendedores.

El uso del suelo pasa de ser de tipo residencial al comercial.

El crecimiento desordenado de los sectores comerciales, a causa de no contar con instalaciones adecuadas.

TABLA No. 3
CANTIDADES DE LOCALES FORMALES E INFORMALES

CANTIDADES DE LOCALES FORMALES E INFORMALES				
No.	PUESTO	No. DE LOCALES FORMALES	No. DE PUESTOS DESBORDADOS	TOTAL DE LOCALES
1	Abarroterías	7	10	17
2	Pollerías	3	3	6
3	Carnicerías	8		8
4	Mariscos		1	1
5	Comedores	6	2	8
6	Panaderías		3	3
7	Fruta		7	7
8	Verduras		25	30
9	Granos	2	5	8
10	Refacciones	3	2	5
11	Tortillerías		2	2
12	Electrodomésticos		2	2
13	Ropa y calzado	7	9	16
TOTAL		36	73	107

Elaboración propia, en la comunidad 2010.

³³ Elaboración propia, en la comunidad 201

5.1.2 COMERCIANTES Y CONSUMIDORES

Perdida por parte de los comerciantes, ya que al tener sus productos sin protección del sol, tienden a tener una descomposición más acelerada, perdiendo una cantidad de sus productos y por ende pérdida monetaria.

Por la falta de higiene y limpieza los consumidores compran productos que no están en buenas condiciones sanitarias, corriendo el riesgo de contagiarse con enfermedades contagiosas y de tipo viral.

Conforme a la investigación de campo desarrolla en base a observaciones, en los días de mercado, donde la afluencia de vendedores es mayor y donde llegan vendedores móviles a comercializar sus productos.³³



4.1.3 ANALISIS FOTOGRAFICO DEL PROBLEMA

IMAGEN No. 7
VISTA DEL DESBORDAMIENTO EN CALLES



En las ventas informales se ofrece diferente tipo de mercancías, lo cual dificulta mantener un control de higiene.

IMAGEN No. 8
VISTA DEL DESBORDAMIENTO EN CALLES



Como se puede ver las calles han sido invadidas por el desbordamiento de las ventas informales, en todo el entorno del mercado.

IMAGEN No. 9
VISTA DE LAS VENTAS DE VERDULAS INFORMALES



Como parte del mercado existe, una sola venta de mariscos que se encuentra ubicada en la calle, así exponiéndose a la contaminación por el polvo etc.

IMAGEN No. 10
VISTA DE LAS VENTAS INFORMALES



La mayor parte de ventas de hortalizas y verduras se encuentran en las calles y en piso plaza que no reúne las condiciones mínimas.

IMAGEN No. 11
VISTA DE LAS VENTAS DE FRUTAS INFORMALES



Las ventas de fruta son expuestas a la contaminación debido que existe un lugar destinado.

IMAGEN No. 12
VISTA DE ESTRUCTURA DE MERCADO ACTUAL



Como se puede observar la estructura del techo es liviano y los materiales no soportan grandes luces lo cual hace que se pierda espacio.

IMAGEN No. 13
VISTA DE INSTALACIONES DEL MERCADO



Como se puede observar las instalaciones no reúnen las condiciones mínimas para el adecuado funcionamiento del mercado existente.

Elaboración propia, en la comunidad 2010.



CONCLUSIONES

El actual mercado en el Municipio de AGUACATÁN, se ha visto afectado con el crecimiento sin planificación, se empezó a crear espontáneamente los desbordamientos hacia las calles y avenidas aledañas al mercado, son ventas ambulantes, sin ningún control de sanidad, e inicia esta actividad comercial acelerada, generando un congestionamiento vehicular en días de plaza, obstaculizando la libre circulación de vehículos y peatones.

Toda la diversidad de actividades negativas generadas hoy en día provoca un déficit a escala social y económica. El servicio inadecuado que presta el Mercado de Aguacatán permite hacer el planteamiento de un nuevo espacio arquitectónico que contribuya al equipamiento de la Infraestructura urbana y a la comercialización necesaria, proyectada a los años a servir con el afán de mejorar las condiciones de vida de la población.



CASO ANÁLOGO

5.1.4 MERCADO MUNICIPLAL DE CHIANTLA, HUEHUETENANGO

IMAGEN No. 14
VISTA DE INGRESO PRINCIPAL



El mercado cuenta con cinco ingresos, las cueles son utilizados como salidas también.

IMAGEN No. 15
VISTA DE ELEVACIÓN NORTE



Como podemos observar el mercado tiene comercios que dan a la calle, lo cual genera desbordamiento de personas en día de mercado obstaculizando el paso de vehículos.

IMAGEN No. 16
VISTA DE LA PLAZA INTERNA



En los pasillos, el mercado ha desbordado las ventas, obstaculizando el paso de las personas.

IMAGEN No. 17
PASILLOS INTERNOS



Dentro del mercado se creó un espacio de plaza dejando los locales formales alrededor.



IMAGEN No. 18
ELEVACIÓN ESTE



En la parte este se colocaron comedores que dan a la avenida, donde se han contaminando del polvo y humo que generan los vehículos que circulan en el lugar.

IMAGEN No. 19
CUBIERTA DE PLAZA



La cubierta de la plaza es un techo liviano para cubrir grandes luces, y de esta manera se evitó estructuras que interrumpían la circulación o quiten espacio a la plaza

IMAGEN No. 20
VISTA DE RAMPA



La rampa no cuenta con la pendiente necesaria para discapacitados la cual tiene una pendiente del 16%.

IMAGEN No. 21
ÁREA DE RAMPA



Se han colocado ventas en el área de la rampa, lo cual provoca problemas de circulación de las personas.



CASO ANÁLOGO

5.1.5 MERCADO MUNICIPAL DE SANTA MARÍA UTATLÁN, SOLOLÁ

IMAGEN No. 22
DESBORDAMIENTO DE VENTAS



Como se puede observar la mayoría, de los mercados, no cuentan con la infraestructura básica para su buen funcionamiento.

IMAGEN No. 23
VENTAS CALLEJERAS



La mayoría de los mercados, no planificados de acuerdo a las necesidades de la población, tienden al desbordamiento en las calles.

IMAGEN No. 24
LOCAL FORMAL



IMAGEN No. 25
LOCAL INFORMAL



En la imagen se puede observar el poco espacio de circulación que existe en los pasillos, ocupados por ventas mal ubicadas.



Podemos apreciar un local informal, que es utilizado en los días de plaza.

La mayoría de los locales en este mercado son informales, los cuales sólo funcionan los martes y jueves.



CONCLUSIONES DE CASOS ANÁLOGOS

Es importante evitar los desbordamientos que provoca el congestionamiento en arterias vehiculares y pasos peatonales, evitando conflictos viales y hacinamientos de personas a la hora de realizar sus compras. Así, ubicar de las ventas en lugares adecuados para mantener higiene y el funcionamiento de los servicios con que cuenta el mercado, cumpliendo con su fin de proporcionar un espacio arquitectónico donde se realiza el intercambio comercial de la oferta y la demanda.

Los comerciantes y compradores, que contribuyen a un mejor desarrollo, como lo es el mercado del municipio de Chiantla, Huehuetenango. Este mercado cuenta con aéreas y servicios adecuados como lo son: confort climático, servicios básicos, aéreas de descarga, etc. Esto hace que funcione de una mejor manera y la población pueda realizar sus compras correctamente.



CAPITULO VI **PREMISAS DE DISEÑO**



6.1 Criterios de Dimensionamiento

6.1.1 Requerimientos de Puestos Comerciales para el Diseño

Para dar con el crecimiento poblacional se utilizarán fórmulas de interés compuesto, en el cual se partirá desde el año 2,010 hasta llegar al año 2,025, que es el año en que se calculará el tiempo útil del diseño.

La fórmula anterior sirvió para obtener la cantidad futura al año 2,025, ya que con esta información se pudo determinar el número de la familia, que en el caso del Municipio de Aguacatán tiene un promedio de 7 integrantes y de este número de familias se puede estimar el número de personas que visitan el mercado. Para lo cual se estimará que únicamente una persona por familia visita el mercado una vez a la semana, tomando en cuenta que el día de mercado es martes, jueves y domingo, se dividió la población en tres.³⁴

Total de habitantes del Municipio de Aguacatán = 45,465 personas, 7 por Familia = 6,495 familias

6,495 familias / 7 integrantes = 928 usuarios.

928 usuarios / 3 días de mercado, = 310 usuarios.

Usuarios potenciales, = 928

Usuarios por día de mercado, = 310 usuarios.

Fórmula para el cálculo de crecimiento de usuarios.

$P_n = POX (1+I)^n$ de donde:

P_n = Año último

POX = Año Inicial (población)

1 = Factor Constante

I = Índice de Crecimiento 3.53%

N = Número de años a analizar

$P_n = 45,465 (1+ 0.0353)^{15} = 69,539$ personas.

TABLA No. 4

DATOS DE POBLACION POTENCIAL

Año	Población en el área de influencia del Mercado	No. de Familias	Cantidad de Usuarios
2,010	45,465	6,495	928
2,025	69,539	9,935	1,420

6.1.2 Depósito de Basura

Esta área es muy importante por su ubicación dentro del mercado, debe estar ubicada en una zona alejada o separada de todas las ventas y que no afecte a los usuarios ni a los vendedores, para calcular el área que éste necesita se tomará el cálculo que tiene el manual técnico del INFOM, 1989, que dice que tendrá un área mínima de 0.008m²/ 1.00m² del área del mercado.

Área destinada para basura = 3,692.8m² x 0.008m²=29.55m².

6.1.3 Operaciones Internas

Administración y Servicios

Administrador.	15.00 m ²
Contabilidad.	15.00 m ²
Secretaría y Cobro.	15.00m ²
Cabina de Sonido.	9.00 m ²
Bodega de Limpieza.	15.00m ²
Área de Lavado de Productos.	9.00m ²
Control Sanitario.	15.00m ²

³⁴ Manual técnico del INFOM, 1989.



6.1.4 Servicios Sanitarios Públicos

Para realizar el cálculo del área y número de artefactos que son necesarios para satisfacer la demanda, se consideró un porcentaje de los usuarios potenciales en horas pico y los agentes de cada unidad comercial, bajo los siguientes criterios.

De 9:00am a 10:00am se concentra aproximadamente el 10% de los usuarios potenciales y agregándole un agente de cada puesto normal y dos agentes de los comedores, daría un total de 270 personas, tomando en cuenta que según las estadísticas del municipio de Aguacatán, el 50,1% de la población son mujeres y el 49,9%, son hombres, diríamos que 136 son mujeres y 134 son hombres. El tiempo promedio de uso de los servicios sanitarios es de 3 minutos y 6 minutos máximo, por lo cual tomaremos la media proporcional de estos tiempos que equivale a 4.5 minutos.

Al operar los 60 minutos de la hora pico y dividir dentro de los 5.5 minutos de tiempo de uso por cada persona resultan, 13.33 turnos, que se aproximan a 14 turnos por hora pico y dividiendo los 11 turnos dentro del número de personas que van a utilizar el servicio separadamente hombres y mujeres, tendríamos el cálculo siguiente.³⁵

134 hombres /14 turnos =10 artefactos

136 mujeres /14 turnos = 10 artefactos

6.1.5 Mercado

Para el dimensionamiento de los puestos comerciales, se tomó la información que da el Plan Maestro de Mercados Minoristas de la Municipalidad de Guatemala y el Manual Técnico de Mercados del INFOM, 1989, los cuales nos dan información de las áreas mínimas de cada área, dependiendo su uso dentro del mercado.

➤ Área de Mercado.

El funcionamiento de éste es todos los días y en él se venden productos de la canasta básica, es decir, productos de consumo diario, tales como: grano, verduras, legumbres, carnes, chicharrones, frutas, especies para el preparado de comida, etc.

Para determinar el área de venta con circulación se determina primero el área total del edificio del mercado multiplicando por el factor 0.53 por el número de viviendas a atender en el año que se haga la proyección del proyecto, que en este caso son de 9,935 viviendas para el año 2,025 el cual nos indica: $1,420 \times 0.53 \times 2 = 1,505.2$ metros cuadrados por lo que indica también que el área de circulación es del 40% del área disponible para los puestos.

Actualmente el mercado de Aguacatán cuenta con 71 puestos de ventas ubicados en la calle. Se ha determinado mediante el cálculo de proyección que en el año 2,025 habrán 91 puestos de venta en el mercado³⁶

$P_n = P_0 \times (1+i)^n$ de donde:

P_p = Puestos proyectados

P_f = Puestos fijos

1 = Factor Constante

i = Índice de Crecimiento 3.53% según ultimo censo.

N = Número de años a analizar

$P_n = 71 (1+0.035)^{15} = 110$ puestos

³⁵ Manual técnico del INFOM, 1989.

³⁶ Manual técnico del INFOM, 1989.



➤ **Piso de Plaza**

Tomando en cuenta las costumbres de la población, y los datos recabados en campo, se identifico que la mayoría de los comerciantes vienen de aldeas a vender sus productos, únicamente en los días de plaza, por lo cual no pueden rentar un local formal, por eso se tomó la decisión de asignar un 20% del área total de ventas calculada. $3,692.8\text{m}^2 \times 20\% = 738.56$ metros cuadrados de piso plaza.³⁷

➤ **Área Seca y Misceláneos**

Estas áreas serán las que por su naturaleza no producen humedad, sin llegar a necesitar mucha agua para limpiar y evacuar desechos, se debe tomar en cuenta que serán acondicionados para proveer seguridad a los productos de ventas. En esta área se pueden mencionar los puestos de abarrotes, ventas de candelas, ventas de enseres, artesanías, granos.³⁸

➤ **Área Semi Húmeda**

Esta área está enfocada principalmente a las ventas de frutas, hortalizas, flores, tortillas, etc. Sus ventas pueden ser en canasto y se delimitan a base de pintura. Su tamaño según el Plan Maestro de Mercados Minoristas se puede determinar que conforme el número de años que se tenga planificado el diseño, se recomienda; buscar optimizar su funcionamiento al máximo. El área no menos a los 2.50m^2 por cada puesto y su circulación será el 70% del área total de cada comercio.

➤ **Área húmeda**

Carnicerías, Marranearías, Pollerías y Mariscos.

Se equipan con mostrador fijo, colgadores de carne, lavadores con instalación hidráulica y sanitaria, área para huesos y desechos, deberá tener facilidad de limpieza. Su dimensión no será menor a 9.00m^2 , tanto para carnicerías como marranearías y de 6.00m^2 las pollerías y venta de mariscos.³⁹

➤ **Áreas Externas**

En la propuesta sólo se considerara áreas de carga, descarga y de servicio, donde se determinó que no es necesario el área de parqueos por que a 70 metros se encuentra la terminal de buses y carros particulares, lo cual de esta manera ayudara a evitar el congestionamiento vehicular en el entorno del mercado.

³⁷ Elaboración propia en la comunidad 2010.

³⁸ Manual técnico del INFOM, 1989.

³⁹ Manual técnico del INFOM, 1989.



6.2 PROCESO DE DISEÑO

IDEA:

TRAJE TÍPICO EN GUATEMALA

Los indígenas como todo ser humano, al sentir los rigores del tiempo, sintieron también la necesidad de cubrirse y defenderse contra las inclemencias del frío, de la lluvia, etc. Al sentirse en las puertas de su nascente cultura, principió a idear los medios artificiales para cubrirse y defenderse; así nació el traje indígena. Cuando el indígena se civilizó y nació en él un profundo sentimiento religioso, sintieron la necesidad de dar gracias a su dios supremo, empezaron a construir símbolos que reflejaban su religiosidad, símbolos sagrados que se reflejan hasta en los trajes sobre todo de la mujer; algunos de los signos, la mayoría ha desaparecido por innovaciones que ha venido introduciendo el tejedor especialmente en el corte.

IMAGEN No.27
TRAJE TÍPICO DE LA COMUNIDAD



IMAGEN No. 28
FIGURAS QUE COMPONEN EL TEXTIL



FIGURAS Y BARRAS TEXTILES

Las diferentes figuras que se ven en los trajes típicos no son simples caprichos de tejeduría; tenían significado religioso puesto que muchas representan símbolos del Calendario Sagrado, lo cual indica que los trajes estaban reglamentados, indudablemente los sacerdotes eran los que disponían estas normas religiosas. No era permitido alterar símbolos ni colores de cada comunidad o grupo etnológico.



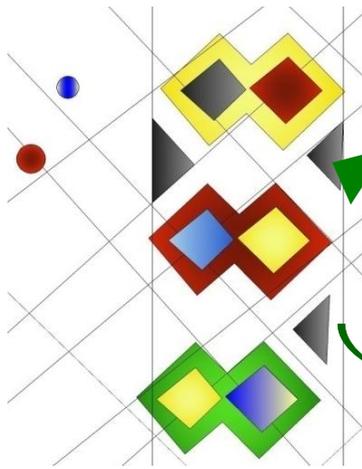
GEOMETRIZACIÓN.

La **composición áurea** es un método de división ideal, de un rectángulo para componer una imagen basándose en puntos que unen a los lados entre sí. Estas direcciones y puntos sirven para organizar armónicamente las formas que compondrán la imagen, tomando en cuenta las direcciones y puntos generados por el cruce de estas líneas imaginarias.

IMAGEN No.29
COMPOSICIÓN ÁUREA



IMAGEN No. 30
FIGURAS BÁSICAS QUE COMPOMEN EL TEXTIL



Con la composición áurea se obtuvieron estas figuras que componen el tejido

IMAGEN No. 31
Abstracción de formas geométricas básicas.

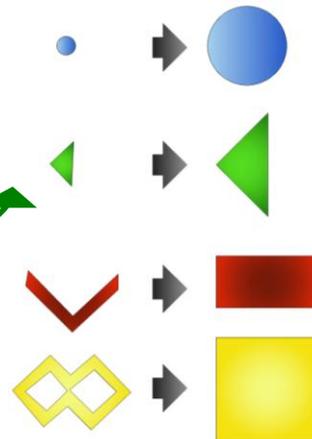
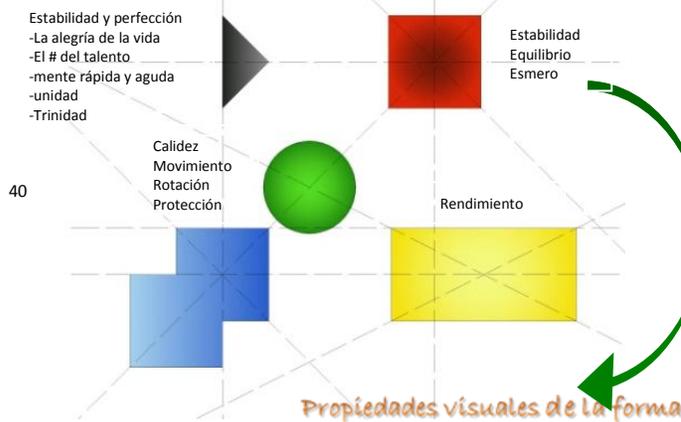


IMAGEN No. 32
Geometrización de formas.



Durante la geometrización se obtuvieron estas figuras que componen el traje típico, que serán utilizados durante el proceso del volumen.





ELEMENTOS CONCEPTUALES

Elementos que se tomarán para la integración del edificio.

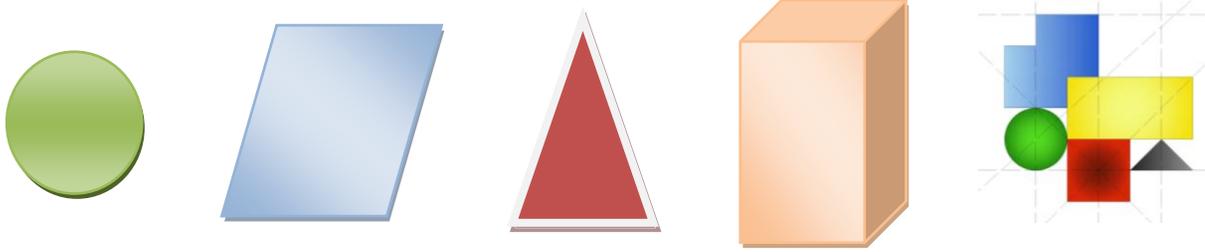


IMAGEN No. 33

Integración de figuras geométricas.

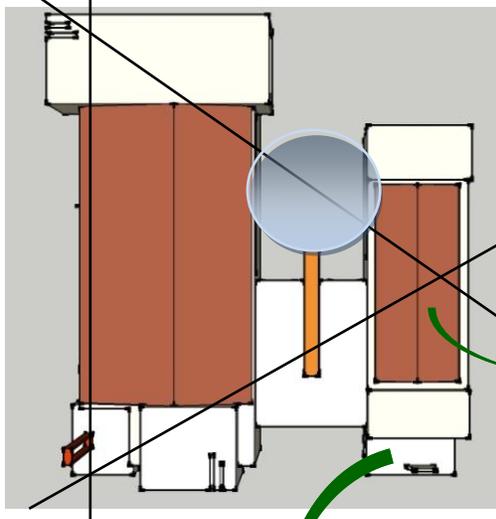
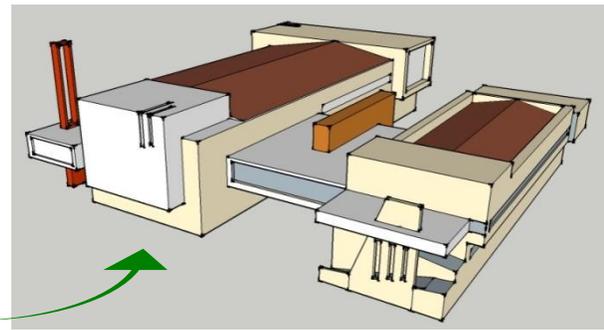


IMAGEN No. 34

Composición del volumen.



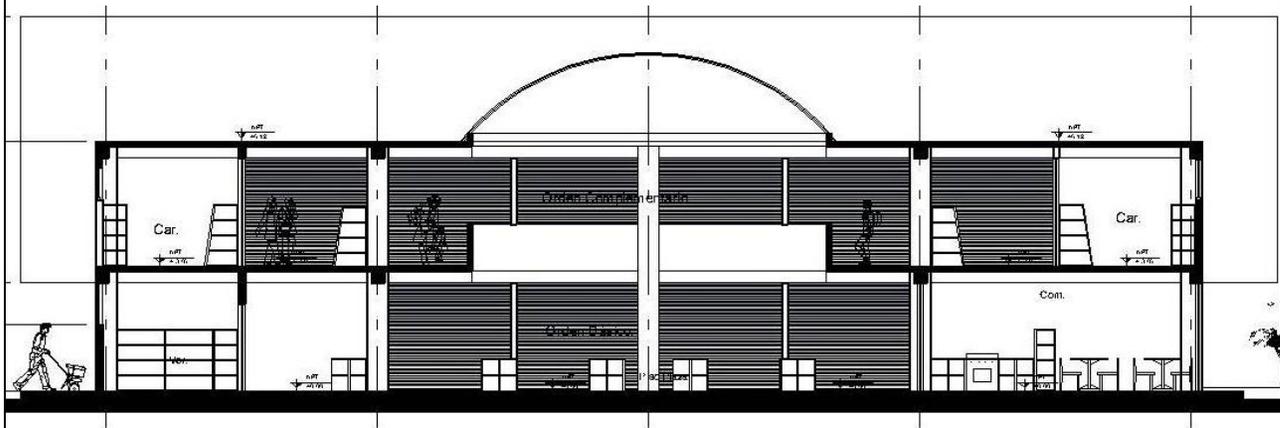
La fachada posterior se dejó con las paredes ciegas, con la intención de que sean utilizadas como medio de expresión gráfica, para los niños o jóvenes que participan en la iglesia católica ó cualquier otra actividad.



TABLA No. 5
PRIMISAS GENERALES DE DISEÑO CONJUNTO

PRIMISAS GENERALES DE DISEÑO CONJUNTO		
REQUERIMIENTO		PREMISAS
Orden Básico. Control Sanitario. Lavado de Productos S. S. Hombres S. S. Mujeres	Área Húmeda - Carnicerías - Marranearías - Mariscos - Pollerías - Comedores	- El objeto arquitectónico se cambiará en dos órdenes; Orden Básico y Orden Complementario, clasificándolos según la demanda que tienen para con el consumidor final. - En respuesta a la necesidad de los usuarios del mercado, se diseñará un edificio de dos niveles, para poder albergar a los vendedores ambulantes y así evitar más desbordamiento en las calles del entorno del mercado.
Área Seca. - Abarroterías. - Gr anos.	- Orden Complementario -Administrador -Contabilidad y Cobro -Secretaria y Es per a	
Área Semihúmeda - Verduras - Frutas - Flores - Panadería	Área Seca.- -Zapatos y Ropa - Hilos - Candelas - Barberías - Artesanías	

GRÁFICA.



Propuesta del nuevo mercado

Elaboración propia, en la comunidad 2010.



TABLA No. 6
PRIMISAS GENERALES DE DISEÑO MORFOLÓGICAS

PRIMISAS GENERALES DE DISEÑO MORFOLÓGICAS		
REQUERIMIENTO	PREMISAS	
<p>- El objeto arquitectónico a diseñar de alguna manera debe integrarse al entorno del lugar.</p>	<p>- La proporción del objeto arquitectónico no debe salirse de las pautas establecidas por la arquitectura local. Sin embargo, debe responder a las actividades que se realicen en el mismo.</p> <p>- Las formas a utilizar en el diseño se deben una abstracción de figuras típicas del traje típico local.</p>	<p>IMAGEN No. 35 IGLESIA CATÓLICA</p>  <p>IMAGEN No. 36 SALÓN MUNICIPAL</p>  <p>IMAGEN No. 37 VIVIENDA (casa patio)</p>  <p>IMAGEN No. 38 ENTORNO DE MERCADO</p> 

Elaboración propia, en la comunidad 2010.



TABLA No. 7
PRIMISAS GENERALES DE DISEÑO AMBIENTALES

PRIMISAS GENERALES DE DISEÑO AMBIENTALES	
REQUERIMIENTO	PREMISAS
<p>ORIENTACIÓN:</p> <p>- Las edificaciones deben diseñarse tomando en cuenta los factores climáticos de la región en donde se localiza el proyecto.</p>	<p>- El trazo de las edificaciones debe orientarse sobre el eje norte- sur para reducir la exposición al sol.</p> <p>- Los vanos de los ambientes deben de situarse principalmente a favor de los vientos, para lograr una ventilación cruzada.</p> <p>- Las edificaciones deben integrarse a las áreas verdes, vistas y paisajes.</p>

The diagram illustrates a site plan with a central red building labeled 'COLEJO PARROQUIAL'. To its north is 'ESCUELA PRIMARIA' and to its east is 'INSTITUTO BASICO'. A 'GALLE PRINCIPAL' runs through the site. Wind patterns are shown with blue arrows indicating 'VIENTOS PREDOMINANTES' from the north and south. Sun icons indicate 'A.M.' and 'P.M.' orientations. Other features include 'VIVIENDAS', 'PARKING CENTRAL', and 'MUNICIPALIDAD'. A compass rose shows cardinal directions.

La vegetación es muy importante para refrescar el aire, evitar el polvo y mantener el control visual.

Emplear vegetación como protección contra el sol hacia el edificio.

Utilización de aleros en el edificio nos ayuda a proteger del clima.

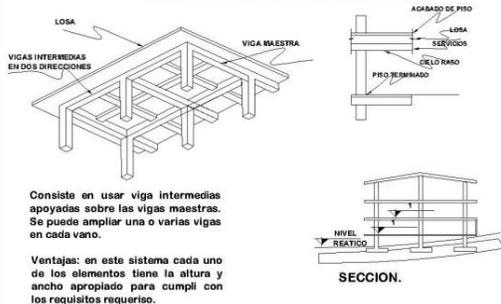


TABLA No. 8
PRIMISAS GENERALES DE DISEÑO TECNÓLOGICAS

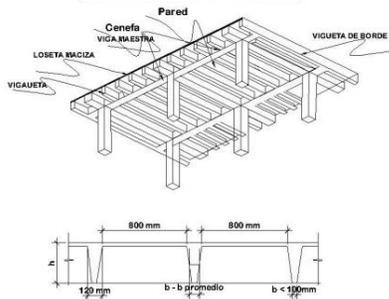
PRIMISAS GENERALES DE DISEÑO TECNÓLOGICAS	
REQUERIMIENTO	PREMISAS
CIMENTACIÓN: - Deben estar acordes a las características del suelo de la región, así como a los materiales y a la tecnología disponible en el lugar.	- El sistema estructural para cimientos podrá ser el de cimiento corrido de concreto reforzado. - Se considera el uso de material mixto, cuya construcción incluya vigas, marcos y columnas de concreto reforzado.

SISTEMAS ESTRUCTURALES

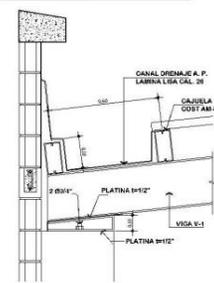
SISTEMAS DE LOSA SOBRE VIGAS



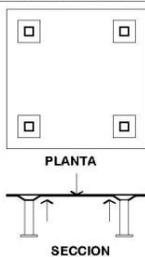
SISTEMAS DE VIGUETAS



SISTEMAS DE ESTRUCTURAS METÁLICAS

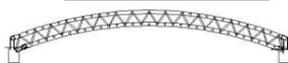


SISTEMAS DE LOSA MACISA BORDAPORTANTE



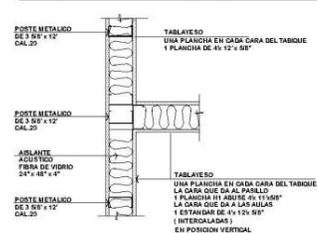
LA LOSA MACISA BORDEPORTANTE SE CARACTERIZA POR SU SUSTENTACION DE VIGAS PERIMETRALES. SE PUEDEN SUSTENTAR EN DOS O CUATRO BORDES, DEPENDIENDO EL NUMERO DE LADOS DE LA PLANTA, EN ESTE CASO LAS CARGAS SE DESVIAN HACIA LAS VIGAS PORTANTES Y LUEGO LUEGO SE DESVIAN A TRAVES DE ESTAS HACIA LOS APOYOS VERTICALES QUE PUEDEN SER COLUMNAS O MUROS DE CARGA.

SISTEMAS ESTRUCTURAL DE TRIANGULARES

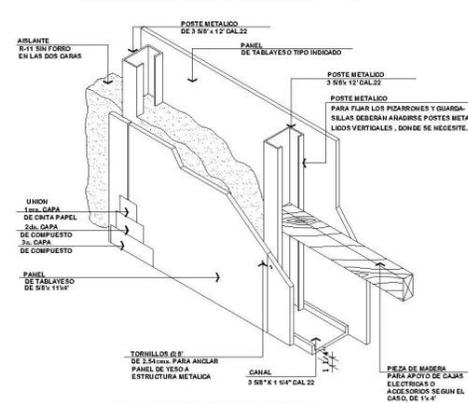


MATERIALES

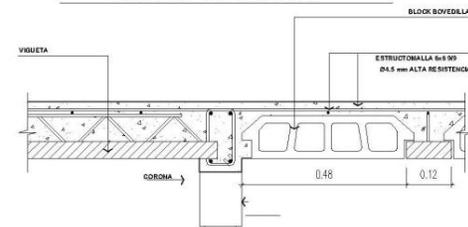
DETALLE DE TABIQUE DE TABLA YESO



DETALLE DE TABIQUE ACUSTICO

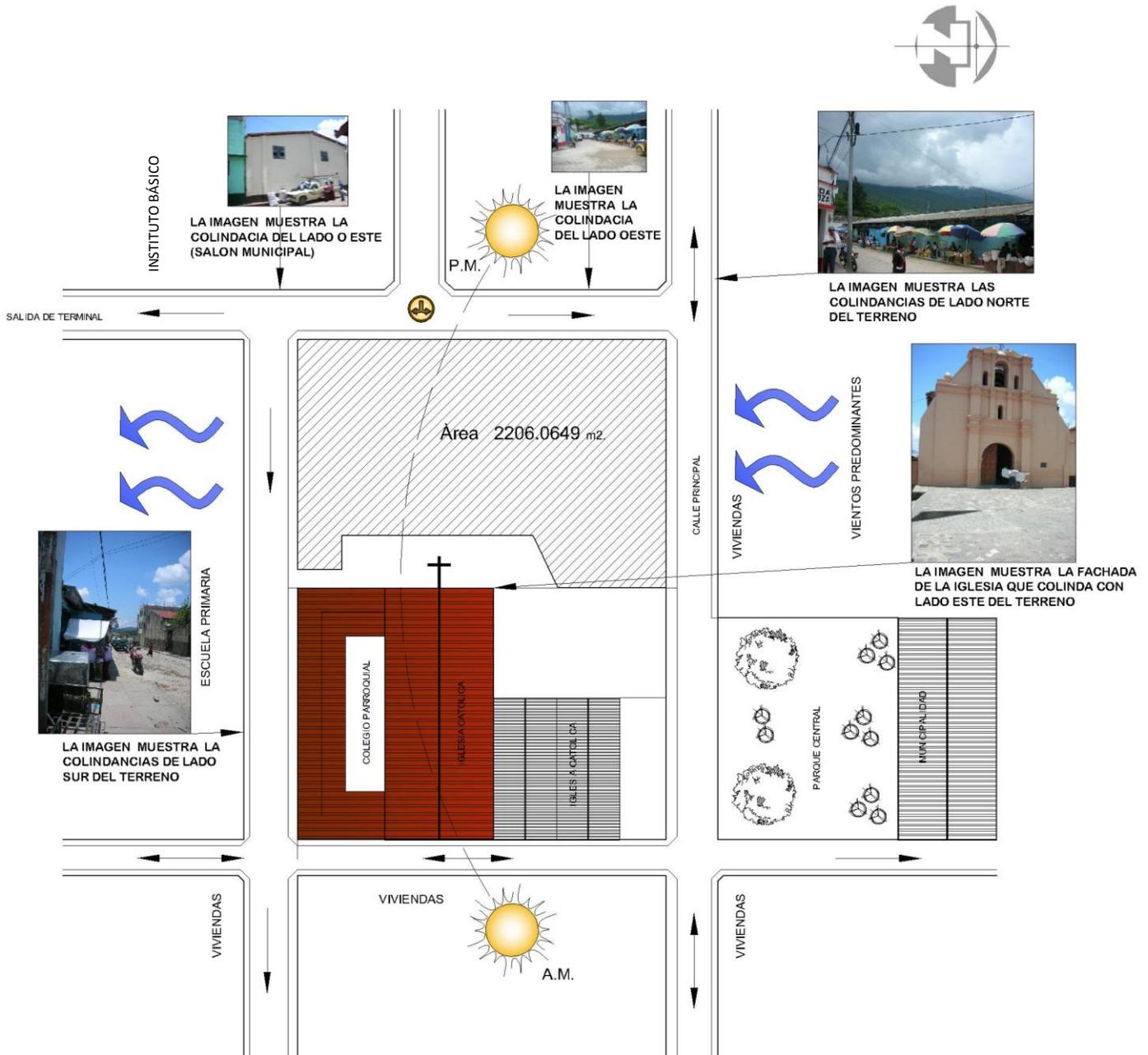


DETALLE DE VIGUETA Y BLOCK





6.3 MATRIZ DE ENTORNO AMBIENTAL



Elaboración propia, en la comunidad 2010.



6.4 PROCESO DE DIAGRAMACIÓN

6.5 Ordenamiento de Datos

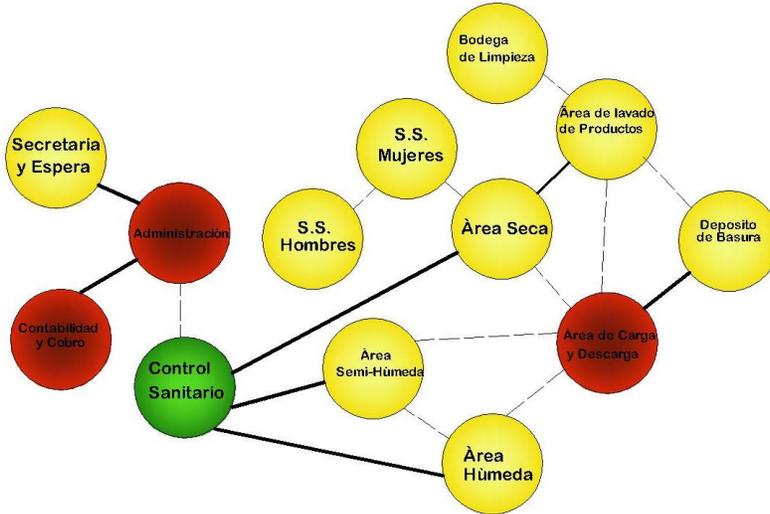
Sistema de Ordenamiento de Datos y Proceso de Diagramación, desarrollado por Agnes Soto y Miguel Álvarez, 2006.

Área	Ambiente	Actividad	Frecuencia de Uso		Dimensionamiento				Entorno Ecológico														
									Entorno Ecológico		Ventilación				Soleamiento				Visual	Orientación			
									Natural	Artificial	Nor-este	Sur-este	Nor-occidente	Sur-occidente	N	S	E	O	Visual	N	S	E	O
Áreas Internas	Administración	Administrar, platicar, caminar, sentarse.	1 Persona	8 horas	Escritorio, sillas, archivo.	3.00	4.00	12.00	X	X	X					X	X			S	X		
	Contabilidad, Cobro.	Contabilizar, conversar, sentarse, pegar, cobrar.	2 Persona	8 horas	Escritorio, sillas, archivo.	3.00	4.00	12.00	X	X	X					X	X			S	X		
	Área de espera	Sentarse, conversa, esperar.	2 Persona	8 horas	Escritorio, sillas, archivo.	3.00	4.00	12.00	X	X	X					X	X			S	X		
	Área de lavado de productos.	Caminar, lavar.	4 Persona	15 min.	Piletas	3.00	4.00	12.00	X	X	X			X	X	X			E			X	X
	Bodega de limpieza.	Guardar, limpiar, caminar	2 Persona	15 min.	Armario, enseres de limpieza.	4.00	4.50	18.00	X	X	X			X	X	X	X	X	S			X	
	S.S. de Hombres.	Necesidades fisiológicas	10 Persona	4.5 min.	1 Mijigitorio, 3 inodoros, 3 lavamanos.	3.43	4.64	16	X	X	X			X	X				S			X	X
	S.S. de Mujeres.	Necesidades fisiológicas	10 Persona	4.5 min.	5 Inodoros, 3 lavamanos.	3.43	5.14	17.70	X	X	X			X	X				S			X	X
	Capilla.	Sentarse, resar.	3 Persona	30 min.	Sillas, Imagen	3.00	4.00	12.00	X	X	X			X	X	X	X	X	Ninguna	X		X	
Área Seca	Abarroterías, Granos, Zapatos y Ropa, Hilos, Candelas, Barbería.	Comprar, vender, regatear, pagar, conversar, observar.	45 Locales Fijos	8 horas.	Mostradores y Anaqueles	3.00	4.00	12.00	X	X	X			X		X	X	X	Ninguna	X		X	
Área Semi-Húmeda	Verduras, Frutas, Flores, Panaderías.	Comprar, vender, regatear, pagar, conversar, observar.	30 Locales Fijos	8 horas.	Estanterías para Productos.	3.00	4.00	12.00	X	X	X			X	X	X	X	Ninguna	X		X		
	Piso Plaza	Comprar, vender, regatear, pagar, observar.	99 Plazas	4 horas.	Canastos para Productos.	2.33	2.00	4.66	X	X								Ninguna					
Área Húmeda	Carnicerías, Marnanerías, pollerías, Mariscos, Refacciones.	Comprar, vender, regatear, pagar, conversar, observar.	30 Locales Fijos	8 horas.	Colgadores, Estanterías para Productos.	3.00	4.00	12.00	X	X	X			X	X	X	X	S	X		X		
	Comedores	Comprar, vender, pagar, conversar, Comer.	10 Locales Fijos	8 horas.	Mesas, Sillas, Estufas, lavatrastos	3.00	6.50	19.50	X	X	X			X	X	X	X	S	X		X		

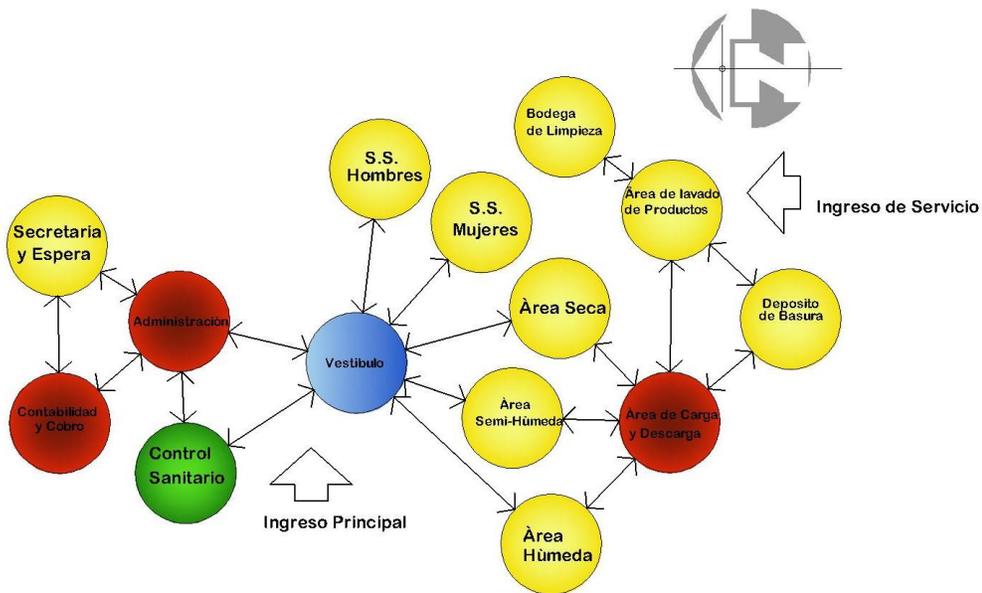


6.8 Diagrama de Relaciones

Indica Relación Directa ———
Indica Relación indirecta - - - - -

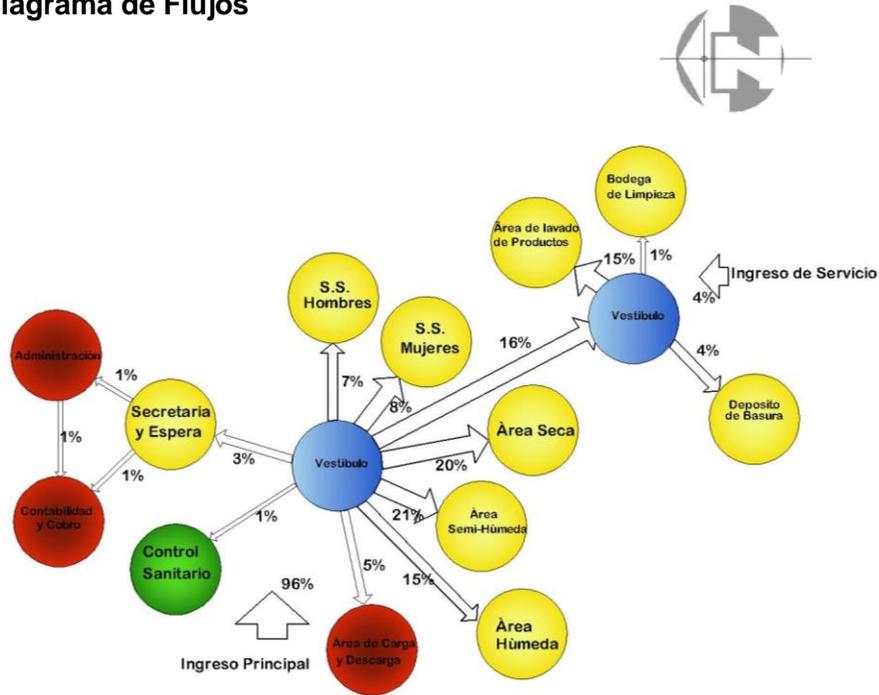


6.9 Diagrama de Circulaciones

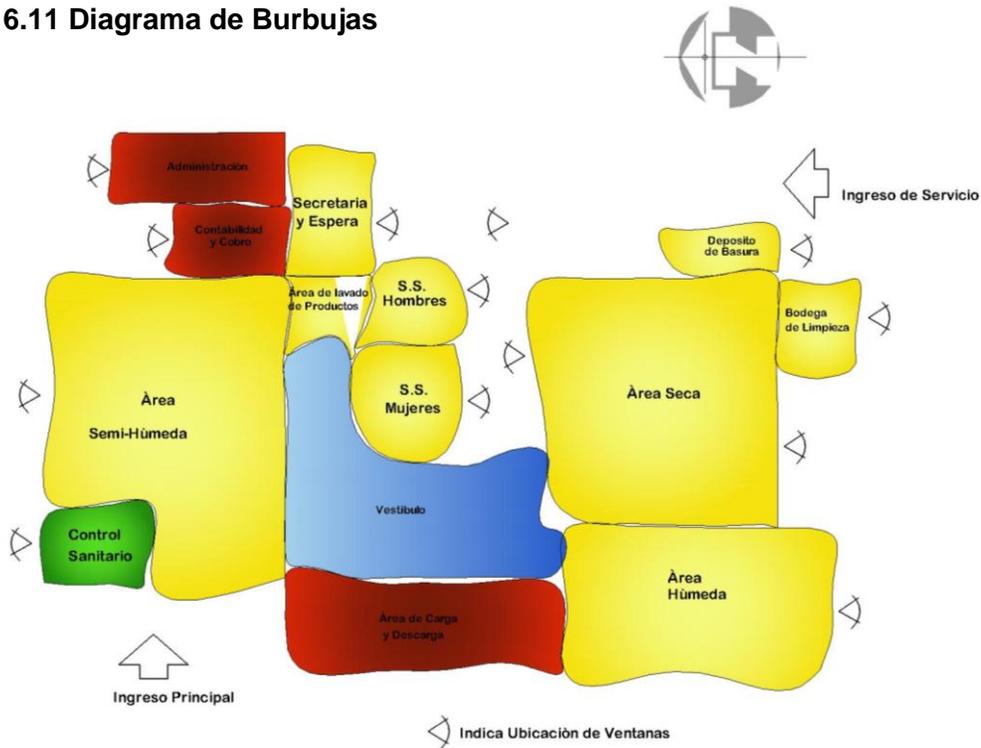




6.10 Diagrama de Flujos

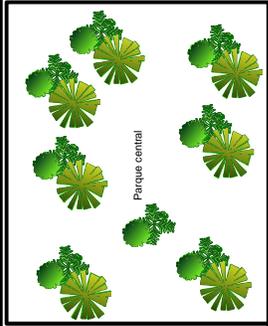


6.11 Diagrama de Burbujas





CAPITULO VII PROPUESTA ARQUITECTÓNICA



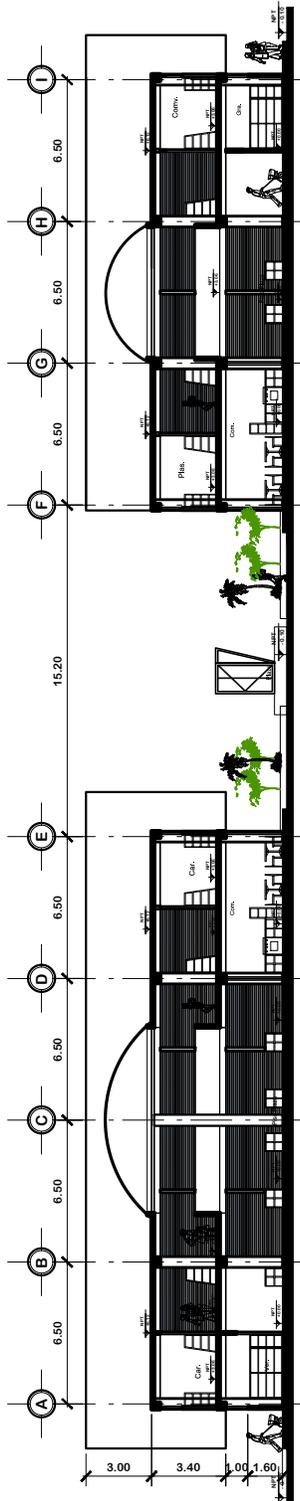
PLANTA DE CONJUNTO
MERCADO MUNICIPAL

Escala 1:750
Escala Grafica 0 1 2 3 METROS

USAC
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA

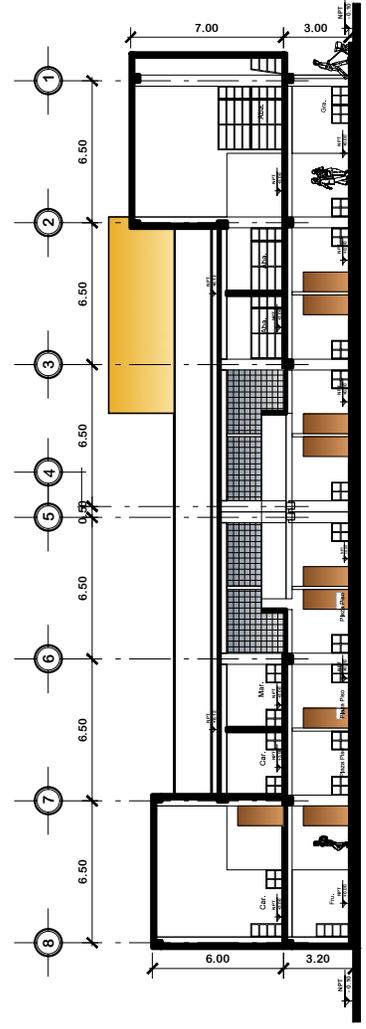
T O U O C E U A T W P O U O S A I O W O C E 7 P A
HUEHUETENANGO
XI E X I B I T O N O 5 (A D O S A I) A E Vo.Bo. Arq. Marrin Paniagua





SECCION A-A

Escala 1:300
Escala Grafica
0 1 2 3 METROS

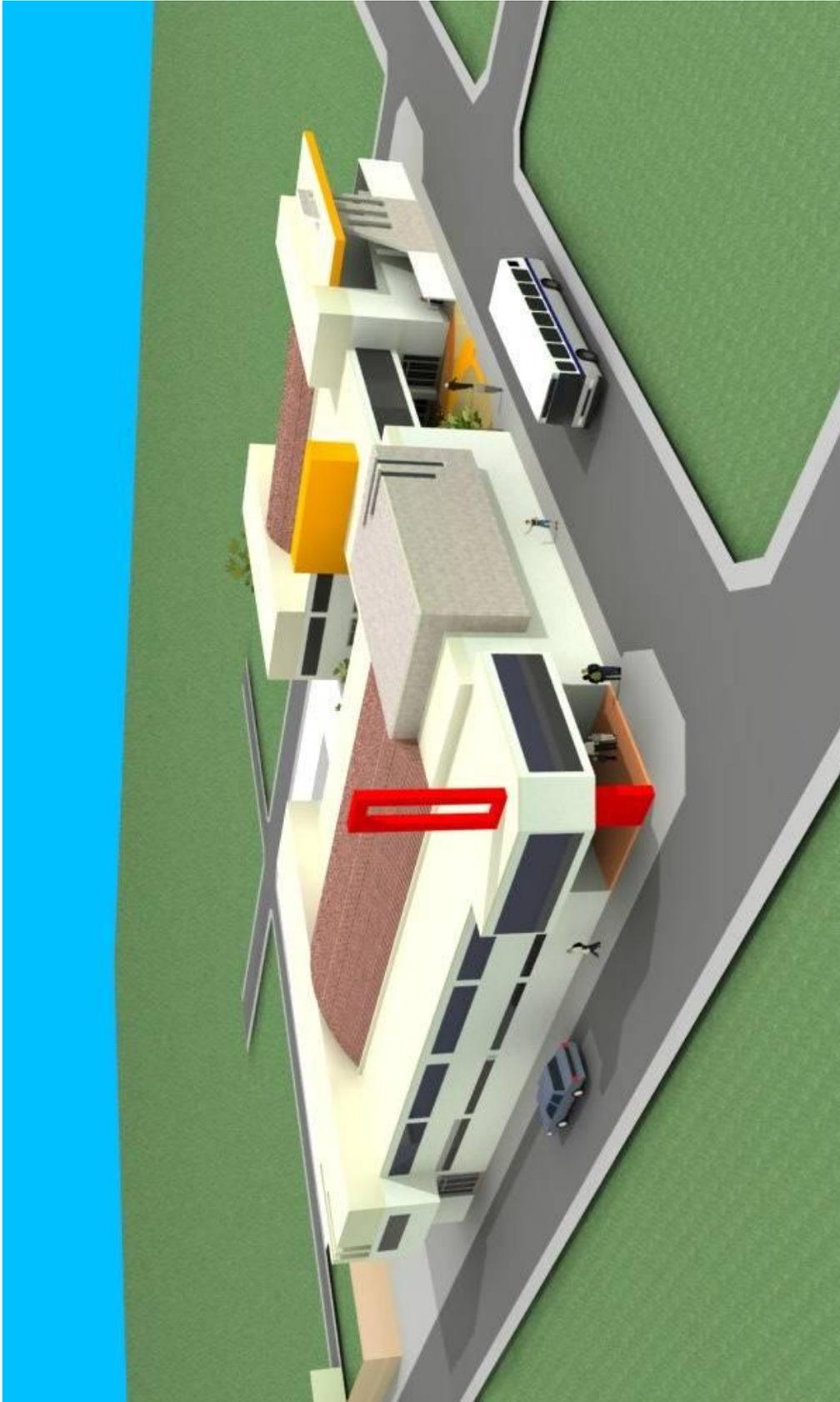


SECCION B-B

Escala 1:300
Escala Grafica
0 1 2 3 METROS



Vista aérea de Rampa



Vista aérea de Ingreso Principal



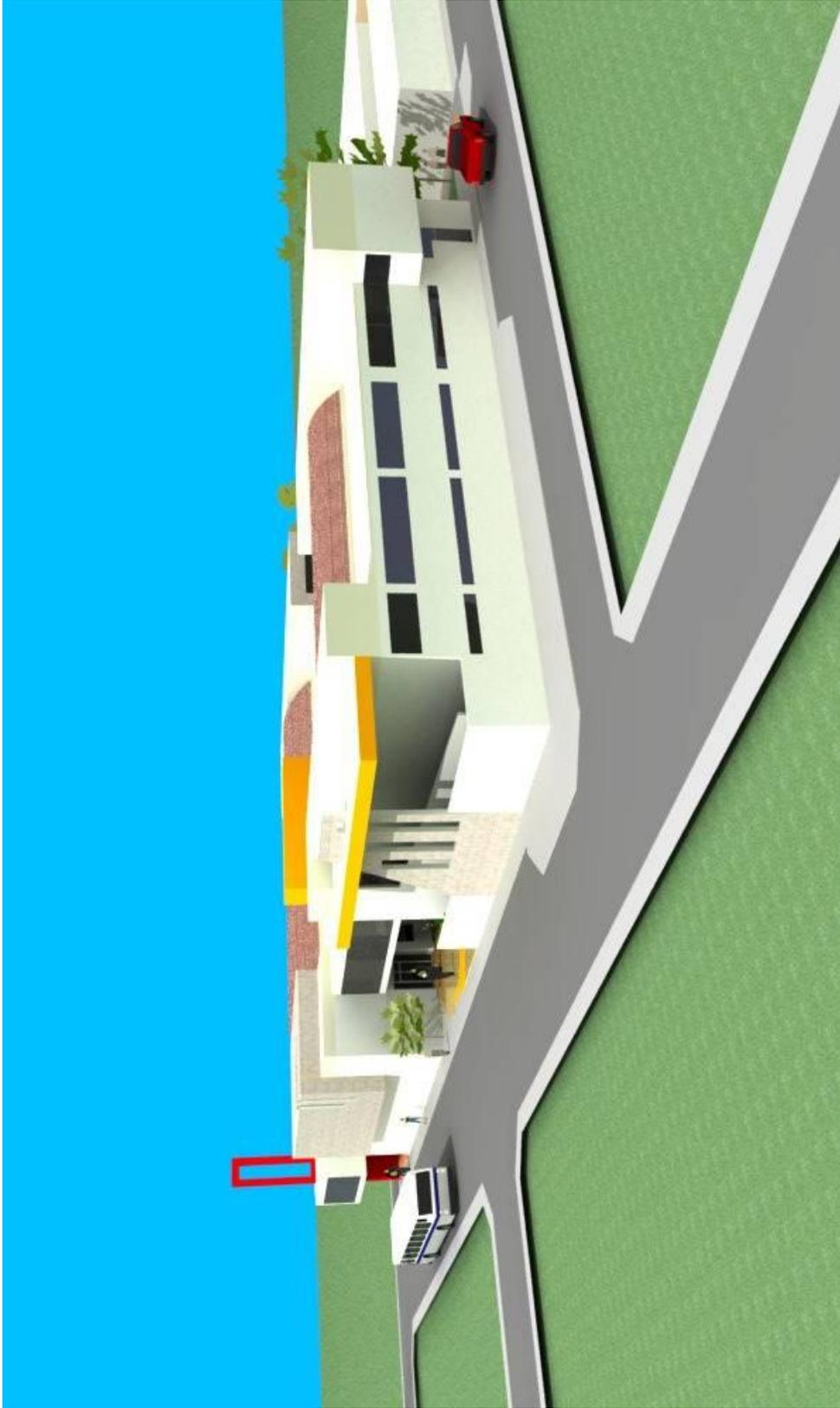
Vista Frontal



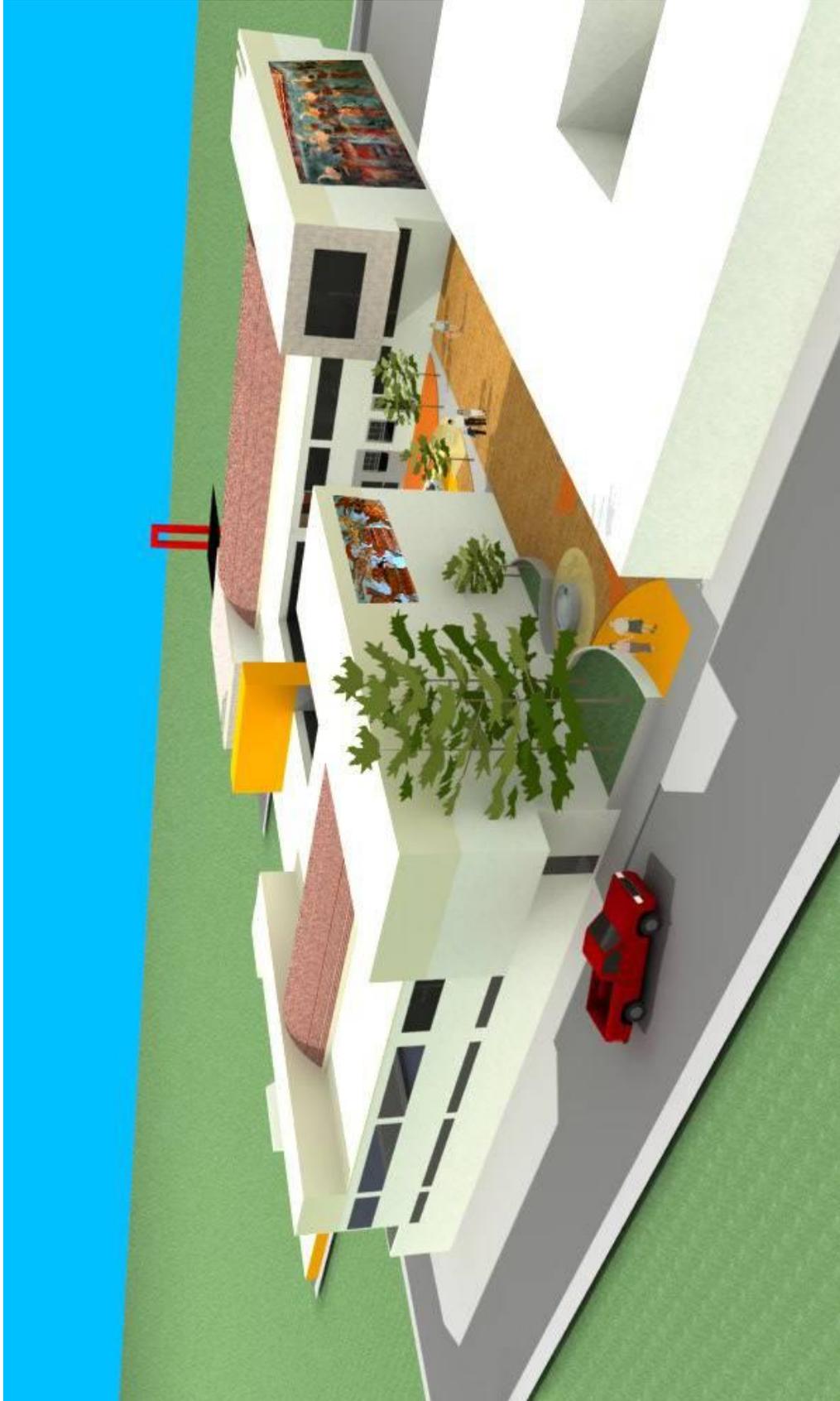
Vista aérea de Techos



Vista de Entorno 1



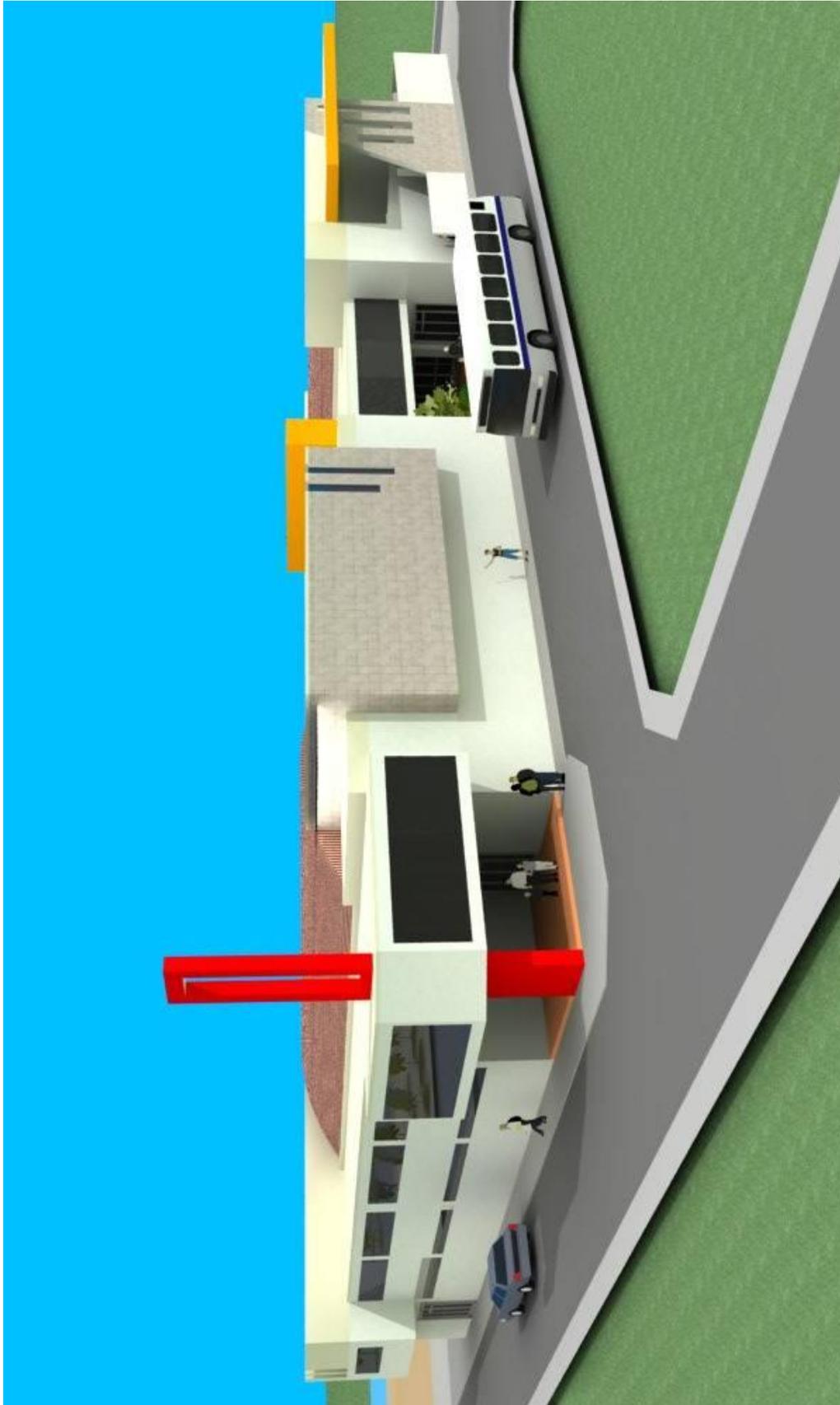
Apunte Vista de Rampa



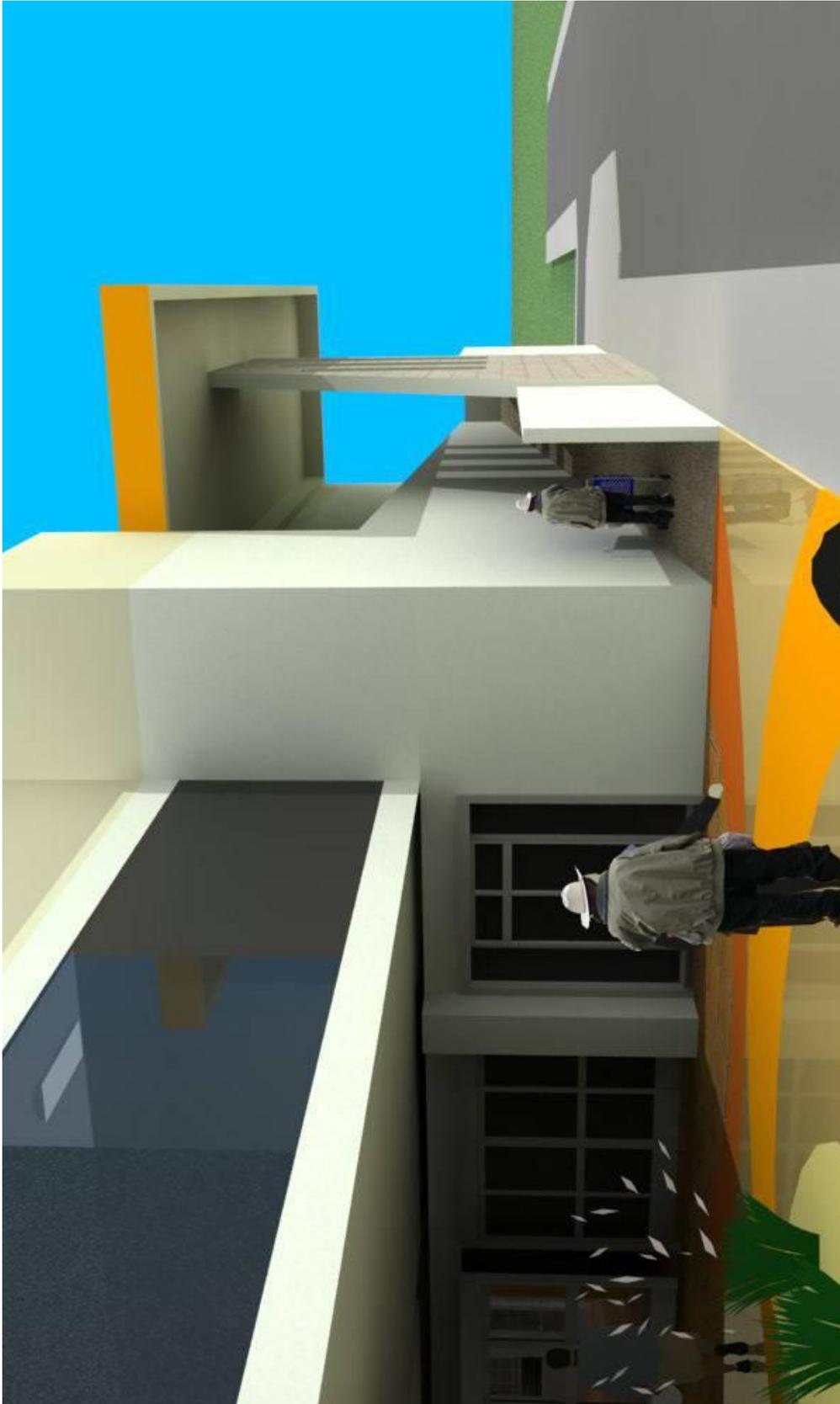
Apunte Vista Posterior



Vista de Entorno 2



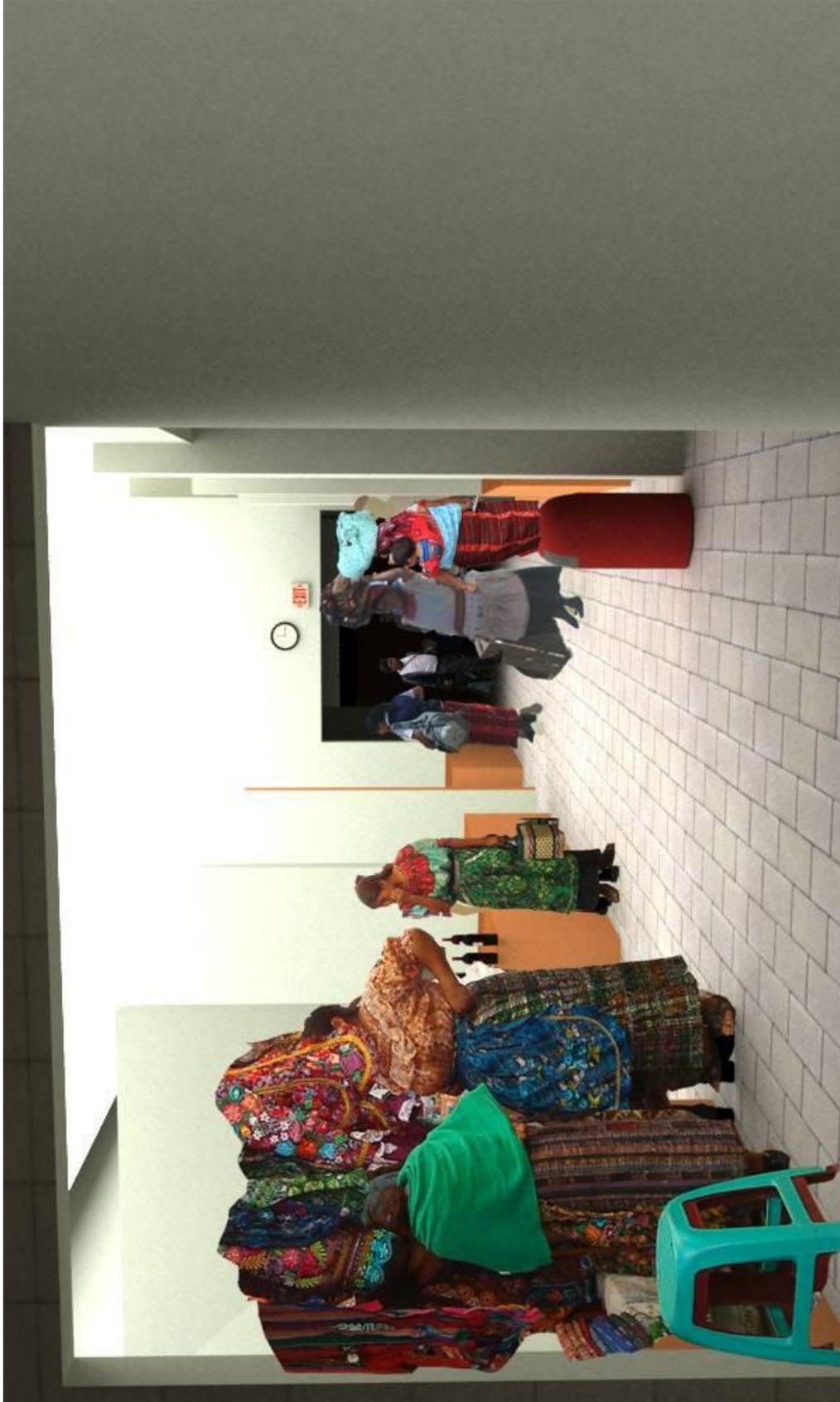
Apunte Vista de Ingreso



Vista de Rampa



Vista de área de Comercios 1



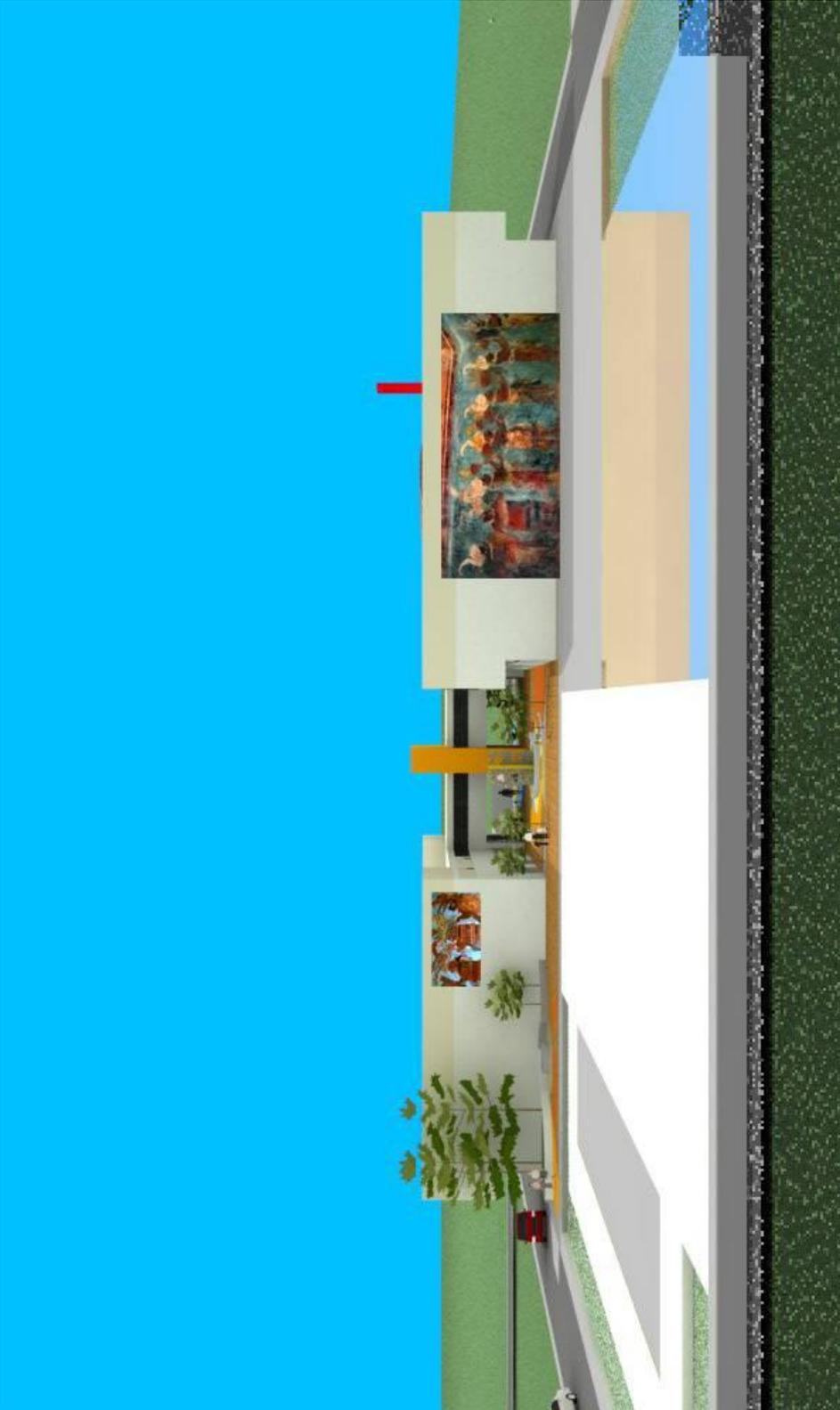
Vista de área de Comercios 2



Vista de área de Comercios 3



Vista de Pasillo en 2do. Nivel



Vista Posterior



Vista Plaza

RESUMEN DE PRESUPUESTO POR REGLONES

PROYECTO: Mercado Municipal

UBICACIÓN: Aguacatán, Huehuetenango

/ FECHA: Julio 2010

REGLON		MATERIALES/ MANO DE OBRA					
No.	Material / mano de obra				Precio	Sub-Total	Total de Renglón
		Cant.	U.	Unitario	Q		
1	PRELIMINARES	2,206.10	m2	Q30.88	68,127.21	Q68,127.21	
2	ZAPATAS: 2,00 x 2,00 m.	61.00	unidades	Q 13,071.85	Q 797,383.09	Q 797,383.09	
3	COLUMNAS TIPO A	732.00	ml.	Q 1,752.68	Q1,282,963.62	Q1,282,963.62	
4	COLUMNA TIPO B 0,15 X 0,20	1281.00	ml.	Q 282.10	Q 361,367.19	Q 361,367.19	
5	COLUMNA TIPO C 0,10 X 0,15	1708.00	ml.	Q 282.10	Q 481,822.92	Q 481,822.92	
6	CIMIENTO CORRIDO 0,20 X 0,40	190.00	ml.	Q 409.80	Q 77,861.48	Q 77,861.48	
7	Levantado Muros sobre cimiento	120.00	m2	Q 265.83	Q 31,899.11	Q 31,899.11	
8	SOLERA HIDROFUGA 0,15 X 0,20	190.00	ml.	Q 282.10	Q 53,598.57	Q 53,598.57	
9	SOLERA DE AMARRE 0,20 X 0,20	447.20	ml.	Q 282.10	Q 126,154.10	Q 126,154.10	
10	Levantado Muros	2862.00	m2	Q 265.83	Q 760,793.81	Q 760,793.81	
11	SOLERA INTERMEDIA 1, 2. 0,15 X 0,20	430.00	ml.	Q 282.10	Q 121,302.02	Q 121,302.02	
12	VIGA PRINCIPAL DE 0,55 X 0,30m.	1273.00	ml.	Q 2,637.00	Q 3,356,905.58	Q 3,356,905.58	
13	VIGA SECUNDARIA DE 0,40X 0,30m.	636.50	ml.	Q 1,612.32	Q 1,026,240.38	Q 1,026,240.38	
14	LOSA 1, 2. DE 0,12m. DE ESPESOR	2910.00	m2	Q 1,045.19	Q 3,041,493.15	Q 3,041,493.15	
15	TECHO (CURVO TECHO)	506.75	m2	Q 165.00	Q 83,613.75	Q 83,613.75	
16	ACABADOS COLUMNAS BLANQUEADO	1464.00	m2	Q 78.05	Q 114,259.19	Q 114,259.19	
17	ACABADOS VIGAS BLANQUEADO	2482.35	m2	Q 78.05	Q 193,737.23	Q 193,737.23	
18	ACABADOS EN CIELO BLANQUEADO	2910.00	m2	Q 78.05	Q 227,113.56	Q 227,113.56	
19	ACABADOS EN PAREDES REPELLO + CE	2862.00	m2	Q 78.05	Q 223,367.36	Q 223,367.36	
20	ACABADOS EN S. SANITARIOS	500.00	m2	Q 136.80	Q 68,400.29	Q 68,400.29	
21	ACABADOS EN PISO Y GRADAS	2910.00	m2	Q 545.26	Q 1,586,712.60	Q 1,586,712.60	
22	INSTALACION AGUA POTABLE	300.00	ml	Q 55.66	Q 16,698.37	Q 16,698.37	
23	INSTALACIONES DE DRENAJE	330.00	ml	Q 102.52	Q 33,831.60	Q 33,831.60	
24	INSTALACIONES ELECTRICAS	1.00	Global	Q 103,787.64	Q 103,787.64	Q 103,787.64	
25	INSTALACIONES RED TELEFÓNICA	1.00	Global	Q 69,300.00	Q 69,300.00	Q 69,300.00	

COSTO TOTAL DEL PROYECTO **Q 14,308,733.84**

TOTAL EN LETRAS: Catorce millones trescientos ocho mil setecientos treinta y tres quetzales con ochenta y cuatro centavos.

F.

INTEGRACION DE COSTOS

PROYECTO: MERCADO MUNICIPAL

UBICACIÓN: AGUACATÁN , HUEHUETENANGO.

FECHA: ENERO 2010

COSTOS DIRECTOS	Total de materiales	Q	6,638,127.34		
	Total de mano de obra	Q	3,416,104.10		
	Total de Transporte de Materiales	Q	785,718.43		
	TOTAL COSTOS DIRECTOS			Q	10,839,949.88
	Gastos de Operación (12%)	Q	1,300,793.99		
	Supervisión (10%)	Q	1,083,994.99		
	Utilidad (10%)	Q	1,083,994.99		
	SUBTOTAL DE COSTOS INDIRECTOS			Q	3,468,783.96
SUBTOTAL DE COSTOS DIRECTOS+INDIRECTOS				Q	14,308,733.84
COSTO TOTAL DEL PROYECTO		Q	14,308,733.84		
COSTO TOTAL DEL PROYECTO POR M2		Q	3,875.61		

TOTAL EN LETRAS: Catorce millones tresientos ocho mil setecientos treinta y tres quetzales con ochenta y cuatro centavos.

FACTOR COSTO INDIRECTO

Q1.32

CI

Q14,308,733.84

F.

CRONOGRAMA DE INVERSIÓN FINANCIERA Y EJECUCIÓN FÍSICA

Proyecto: MERCADO MUNICIPAL

Fecha de Elaboración: JULIO 2010

Ubicación: AGUACATÁN, HUEHUETENANGO.

No.	RENLÓN	COSTO x RENLÓN	MES CALENDARIO																			
			MES 1,2,3,4,5				MES 6,7,8,9,10				MES 11,12,13,14,15				MES 16,17,18,19,20				MES 21,22,23,24,25			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	PRELIMINARES, ZAPATAS,	Q 865,510.30	Q 865,510.30																			
2	COLUMNAS A , B, C	Q 2,126,153.73			25,765.82	Q 25,765.82						25,765.82										
3	CIMIENTO CORRIDO, SOBRE CIMIENTO, SOLERA HIDROFUGA	Q 163,359.16		Q 163,359.16																		
4	SOLERA DE AMARRE, LEVANTADO DE MUROS	Q 886,947.91			15939.49			Q 871,008.42														
5	SOLERA INTERMEDIA, VIGAS PRINCIPALES	Q 3,478,207.61						Q 3,478,207.61														
6	VIGAS SECUNDARIAS	Q 1,026,240.38						Q 994,718.40		Q 31,521.98												
7	LOSA	Q 3,041,493.15								Q 3,041,493.15												
8	CURVO TECHO	Q 83,613.75										Q 83,613.75										
9	ACABADOS EN COLUMNAS, VIGAS	Q 307,996.43											Q 307,996.43									
10	ACABADOS EN LOSA	Q 227,113.56												Q 227,113.56								
11	ACABADOS EN PAREDES, SERVICIOS SANITARIOS	Q 291,767.65													Q 291,767.65							
12	ACABADOS EN PISO Y GRADAS	Q 1,586,712.60															Q 1,586,712.60					
13	INSTALACIONES AGUA POTABLE, DRENAJES	Q 50,529.97																		Q 50,529.97		
14	INSTALACIONES ELÉCTRICAS, TELEFÓNICAS	Q 173,087.64								Q 173,087.64												
COSTO TOTAL PROYECTO		Q 14,308,733.84																				
INVERSIÓN MENSUAL		INVERSIÓN MENSUAL	Q 1,070,574.77					Q 5,369,700.25		Q 3,663,478.77			Q 518,881.21		Q 1,637,242.57							
		INVERSIÓN ACUMULADA	Q 1,070,574.77					Q 6,440,275.02		Q 10,103,753.79			Q 10,622,635.00		Q 12,259,877.57							
AVANCE FÍSICO		% AVANZADO			20%			20%		20%			20%		20%						20%	
		% ACUMULADO			20%			40%		60%			80%		100%							

F.



CONCLUSIONES

La propuesta arquitectónica es el resultado del estudio y análisis de la problemática que se vive en el área que fusiona como mercado, donde aportará una solución a la actividad comercial del municipio.

El proyecto de mercado cuenta con un ordenamiento vial y así se evitará el congestionamiento vehicular en las calles los días de mercado.

El edificio tiene una vida útil de 15 años, para albergar a los comerciantes y usuarios del mercado.

Se definió un espacio físico de forma ordenada, adecuada y funcional, para albergar a todos los comerciantes ambulantes.

El proyecto es viable y autofinanciable para la Municipalidad, mediante la reintegración de la inversión económica mediante la actividad comercial.

RECOMENDACIONES

El proyecto debe de ser ejecutado a corto plazo para beneficio de la población, con el fin de evitar el desbordamiento de los vendedores en la calle que provocan un congestionamiento vehicular los días de mercado.

Se debe aprovechar los recursos, tanto de mano de obra como de materiales, que existen en el lugar para no incrementar el costo del proyecto.

Brindar un mantenimiento adecuado a las instalaciones, tomando en cuenta la clasificación de sus aéreas con que cuenta el edificio, y así darle el uso destinado a cada una de ellas con el fin de prestar un mejor servicio a los usuarios.

Tener un estricto control para que la actividad comercial se dé en el interior del edificio y evitar un posible desbordamiento de vendedores en las calles.



BIBLIOGRAFIA

FUENTE PRIMARIAS LIBROS

- Enciclopedia de la construcción (Arquitectura e Ingeniería F. Merrett. Volumen 2
- MOCHON FRANCISCO, Economía, Cynthia, Contreras Zeron.
- Gutiérrez y Sánchez, 1990, P. 133.
- Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de Mercados Minoristas, Volumen 1, 1998, 25
- Plazola y Cisneros Enciclopedia de Arquitectura. 603
- Plazola Cisneros Enciclopedia de la Arquitectura, Volumen 7 Edición Mexicana 8

FUENTES SECUNDARIAS

- Entrevistas a usuarios del Mercado Actual
- Estadística final MINEDUC 2006
- Instituto Nacional de Estadística, INE 30 calle 11-29 zona 12
- Instituto de Fomento Municipal. 8va calle 1- 66 zona 9
- Instituto Nacional de Sismología, Vulcanología, Venereología e Hidrología. INSIVUMEH. 7 av. 14-57 zona 13
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, MAGA. 7av 12-90 zona 13
- Municipalidad Aguacatán, Huehuetenango
- (National Geographic, Los Mayas 2002
- Unidad de Sistema de información geográfica de Huehuetenango **USIGHUE**, y Secretaria Planificación y Programación, **SEGEPLAN-**

TESIS.

- Asturias Montenegro, Pedro José. Consideraciones sobre de centros para la venta de productos básicos y los lineamientos para el régimen y diseño de los mismos en la ciudad de Guatemala. Facultad de Arquitectura, USAC, 1,980.
- Bracamonte Beatriz, proyecto Arquitectónico el Mercado de San Juan la Laguna Municipio de Sololá. USAC, 2,006.
- Corado Salazar Guillermo Wosuelí, Plaza mercado centro de intercambio para San Juan Ostuncalco, Quetzaltenango. Facultad de Arquitectura, USAC, 1,989.
- Del Pinal Medina Guillermo Elvis, mercado Municipal y Terminal de Buses, Sanarate, FARUSAC. USAC, 1,998.
- De León Villaseca, Marco Antonio. Mercado sectorial para Nimajuyú II. Facultad de Arquitectura, USAC, 1,993
- Duarte Méndez, Sergio Constantino. Mercado de chupol. Facultad de Arquitectura, USAC, 1,980
- Fuentes López, Omar Yamil, Soto Medina Brenda Paola, Terminal de Buses y Mercado para, la Ciudad de Zacapa. FARUSAC.
- Girón Estrada, Lidia Elizabeth, Mercado y Terminal de Buses, para el Municipio de Joyabaj, Quiché, Tesis: FARUSAC. 2004.



- Monterroso Álvarez, Hugo Adolfo, Mercado Sectorial con Apoyo de Terminal de Paso para la Ciudad de Jutiapa, FARUSAC. USAC, 2,003.

OTROS DOCUMENTOS

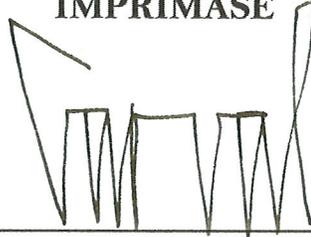
- Código Municipal
- Constitución Política de la República de Guatemala.
- Diagnóstico de Aguacatán EPSUM 2009-02
- Ley General de Descentralización y su Reglamento.
- Ley preliminar de Regionalización, Decreto 70-8 6. Congreso de la República.
- Manual técnico del INFOM, 1989
- Plan estratégico de desarrollo municipal del municipio de Aguacatán, Huehuetenango.
- Recomendaciones de Orden Básico para el Desarrollo de un Municipio.
- PROYECTO DE MERCADO. Instituto de Fomento Municipal (INFOM) 1989.

FUENTES TERCARIAS

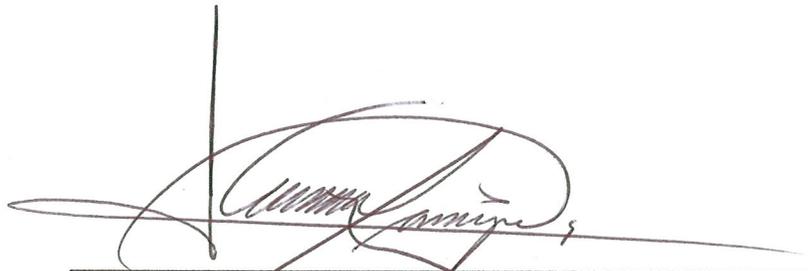
- Encarta, 2008 “Biblioteca de Consulta Microsoft. Julio 2010.
- Fuente: www.mapas/mapasmundis.jpg, Junio 2010.
- (www.mundo maya.com Julio 2010.
- www.insivumeh.gob.gt/gefisica/sismo.htm. Mayo 2010.
- www.insivumeh.gob.gt/hidrologia/atlas.htm, Julio 2010.
- www.ine.gob.gt/censos.htm. Mayo 2010.



IMPRIMASE



Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO



Arq. Martín Enrique Paniagua
ASESOR



Aurelio Roberto Gómez Cardona
SUSTENTANTE