

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a crown on top, a lion on the right, and a figure on horseback in the center. The shield is flanked by two columns. The text around the border of the seal reads "UNIVERSITAS CAROLINA ACADÉMICA COACTEMATELANSIS INTER CAETERAS" and "SACRIS CONSPICUA CAROLINA ACADÉMICA COACTEMATELANSIS INTER CAETERAS".

**LOS PRINCIPIOS JURÍDICOS EN LOS CUALES LA MUNICIPALIDAD DE  
GUATEMALA SE FUNDAMENTA PARA REUBICAR A LOS VENEDORES  
AMBULANTES**

**FRANCISCO ROMEO CÚN HERNÁNDEZ**

**GUATEMALA, MAYO DE 2009**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

**LOS PRINCIPIOS JURÍDICOS EN LOS CUALES LA MUNICIPALIDAD DE  
GUATEMALA SE FUNDAMENTA PARA REUBICAR A LOS VENEDORES  
AMBULANTES**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva  
de la  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales  
de la  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

**FRANCISCO ROMEO CÚN HERNÁNDEZ**

Previo a conferírsele el grado académico de

**LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

y los títulos profesionales de

**ABOGADO Y NOTARIO**

Guatemala, mayo de 2009

**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA  
DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES  
DE LA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

DECANO: Lic. Bonerge Amilcar Mejía Orellana  
VOCAL I: Lic. César Landelino Franco López  
VOCAL II: Lic. Gustavo Bonilla  
VOCAL III: Lic. Erick Rolando Huitz Enríquez  
VOCAL IV: Br. Marco Vinicio Villatoro López  
VOCAL V: Br. Gabriela María Santizo Mazariegos  
SECRETARIO: Lic. Avidán Ortiz Orellana

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ  
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

**Primera Fase:**

Presidente: Lic. Guillermo Díaz Rivera  
Vocal: Licda. Rosa María de León Cano  
Secretario: Lic. Héctor Ricardo Echeverría Méndez

**Segunda Fase:**

Presidente: Lic. Juan Ramiro Toledo Álvarez  
Vocal: Licda. Aura Marina Chang Contreras  
Secretario: Lic. Gustavo Adolfo Cárdenas Díaz

**RAZÓN:** “Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis” (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público).

Lic. Otto Haroldo Ramírez Vásquez  
Abogado y Notario  
Col. 6,225  
7<sup>a</sup>. Av. 20-12 zona 1, Edificio Ortiz, 2do. Nivel  
Tel. 51057113  
Ciudad de Guatemala



Guatemala, 20 de enero del 2008.

Licenciado.

**Marco Tulio Castillo Lutín**

Jefe de Unidad de Asesoría de Tesis  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Su despacho.

Respetable Licenciado:

Reciba un cordial saludo, como consta en sus registros, fui aceptado como asesor de la tesis del estudiante **FRANCISCO ROMEO CÚN HERNÁNDEZ**, cuyo tema se titula **“LOS PRINCIPIOS JURÍDICOS EN LOS CUALES LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA SE FUNDAMENTA PARA REUBICAR A LOS VENDEDORES AMBULANTES”**.

Se dio seguimiento al desarrollo del contenido de la investigación, se hicieron sugerencias relacionadas con el tema, las cuales fueron aceptadas e incluidas en el mismo; llenado los requisitos establecidos para su realización, incluyendo aspectos técnicos.

Cumpléndose con la metodología y técnicas de investigación propuestas dentro del proyecto relacionado, como el sistema analítico y el método deductivo, así también con los conceptos contenidos dentro del trabajo, los objetivos logrados y la bibliografía consultada por autores españoles, argentinos, mexicanos y guatemaltecos, entre otros. En cuanto a la evolución se plasmó en contenido con un enfoque investigativo, metódico y descriptivo en relación al tema antes referido, profundizando en la indagación y estudio.

**OTTO HAROLDO RAMÍREZ VÁSQUEZ**  
ABOGADO Y NOTARIO



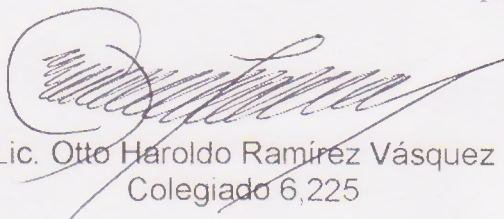
Lic. Otto Haroldo Ramírez Vásquez  
Abogado y Notario  
Col. 6,225  
7<sup>a</sup>. Av. 20-12 zona 1, Edificio Ortiz, 2do. Nivel  
Tel. 51057113  
Ciudad de Guatemala

La tesis sujeta a asesoramiento está redactada de forma clara y se considera una investigación interesante, ya que la misma constituye un valioso aporte a la sociedad guatemalteca.

Por lo anteriormente indicado, y habiendo cumplido con lo que establece el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, procedo a emitir **DICTAMEN** de forma **FAVORABLE**.

Atentamente,

OTTO HAROLDO RAMIREZ VASQUEZ  
ABOGADO Y NOTARIO



Lic. Otto Haroldo Ramírez Vásquez  
Colegiado 6,225

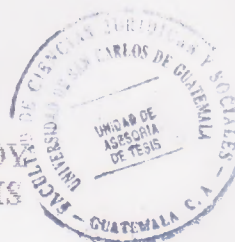


UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y  
SOCIALES. Guatemala, veintitrés de julio de dos mil ocho.

Atentamente, pase al (a la) LICENCIADO (A) MARIO RENÉ CANO RECINOS, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (de la) estudiante FRANCISCO ROMEO CÚN HERNÁNDEZ, Intitulado: "LOS PRINCIPIOS JURÍDICOS EN LOS CUALES LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA SE FUNDAMENTA PARA REUBICAR A LOS VENDEDORES AMBULANTES".

Me permito hacer de su conocimiento que está facultado (a) para realizar las modificaciones de forma y fondo que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título de trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente debe hacer constar el contenido del Artículo 32 del Normativo para el Examen General Público, el cual dice: "Tanto el asesor como el revisor de tesis, harán constar en los dictámenes correspondientes, su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía utilizada, si aprueban o desaprueban el trabajo de investigación y otras consideraciones que estimen pertinentes".

  
LIC. CARLOS MANUEL CASTRO MONROY  
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS



cc. Unidad de Tesis  
CMCM/ragm

Licenciado Mario René Cano Recinos  
Abogado y Notario  
Col. 3,733  
15 calle 9-72 zona 1, 3er. Nivel  
Tel. 22301516 - 57075595  
Ciudad de Guatemala



Guatemala, 28 de agosto de 2008

Señor:

Licenciado Carlos Manuel Castro Monroy  
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Presente.

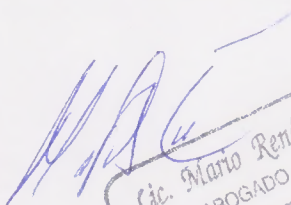
Distinguido Licenciado:

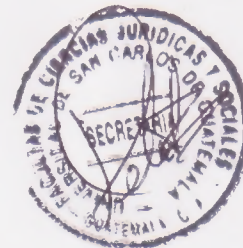
De conformidad con el nombramiento emitido por esa Jefatura, procedí a revisar el trabajo de tesis del Bachiller **FRANCISCO ROMEO CÚN HERNÁNDEZ**, intitulado: **"LOS PRINCIPIOS JURIDICOS EN LOS CUALES LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA SE FUNDAMENTA PARA REUBICAR A LOS VENDEDORES AMBULANTES."**

La presente investigación se ha desarrollado con sentido científico y un minucioso análisis jurídico, el cual aborda la temática siguiente:

a) En el capítulo primero: se definieron los servicios públicos como, algo esencial para poder establecer las distintas actividades publicas y satisfacer las necesidades colectivas, estableciendo las definiciones más completas con respecto a los servicios, también se han determinado las características, así como la clasificación, los cual es muy importante ya que de esta forma podremos individualizar, las actividades especificas, de las municipalidades así los mercados y también como se van a gestionar las actividades administrativas ya que es la forma en que se ejecutan las diligencias, interesada o mediante concesiones como lo establece la doctrina citada.

b) En el capítulo segundo: En este capitulo se establece la definición de mercado, citando las más completas sobre el mismo, implantando también sus respectivas características, también el origen del mercado según la historia que se tiene con respecto al tema de los vendedores informales, lo cual también nos lleva a establecer en el presente trabajo las clases de mercados que existen, y lo que se comercializa.

  
Lic. Mario René Cano Recinos  
ABOGADO Y NOTARIO



Licenciado Mario René Cano Recinos  
Abogado y Notario  
Col. 3,733  
15 calle 9-72 zona 1, 3er. Nivel  
Tel. 22301516 - 57075595  
Ciudad de Guatemala

c) En el capítulo tercero: en la presente se establece el tema de los vendedores ambulantes con sus respectivas definiciones, y su clasificación, algo importante también las actividades que la Municipalidad capitalina realiza para los vendedores ambulantes, también las causas de los vendedores ambulantes estableciendo del porque el crecimiento de los mismos, y la inseguridad que surge por tal motivo las propuestas de la Municipalidad capitalina para poder reubicar a los vendedores ambulantes y las posibles alternativas para solucionar el problema.

d) En el capítulo cuarto: En este capítulo se establecen los principios jurídicos en que la Municipalidad de Guatemala se fundamenta para poder reubicar a los vendedores ambulantes, concentrándonos en este capítulo al tema principal del presente trabajo y cuyos principios fundamentales son: Principio de Autonomía así como un análisis legal y doctrinario sobre el mismo y quizás el de mayor importancia ya que es un principio constitucional de lo cual las Municipalidades del país se fundamentan para poder realizar sus actividades administrativas, como lo acabamos de escribir, el principio antes mencionado es constitucional, las actividades que se ejecuten con tal autonomía tiene que ser subordinado a la constitución no puede ser superior a la misma, por lo cual la importancia del principio de subordinación, se efectuó un análisis tanto legal como doctrinario y por último se desarrolló el principio de autoridad, conforme el análisis legal y doctrinario se estableció que es de esta forma en que imperan las ordenanzas y mandatos emitido por el Consejo Municipal para realizar sus fines.

El Bachiller **FRANCISCO ROMEO CÚN HERNÁNDEZ**, utilizó la metodología adecuada, así como la aplicación de las técnicas de investigación en las que se observó rigurosidad científica, la redacción, las conclusiones y recomendaciones, bibliografía utilizada, son congruentes con los temas desarrollados dentro de la investigación; y la misma estuvo orientada en análisis de los aspectos fácticos, doctrinarios y legales del estudio realizado. Considero que el trabajo anteriormente relacionado cumple con los requisitos que para el efecto establece el Artículo 32 del Normativo para la elaboración de Tesis de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, estimando que el mismo puede ser aprobado, para los efectos consiguientes, emitiendo el presente **DICTAMEN FAVORABLE**.

Atentamente.

Lic. Mario René Cano Recinos  
ABOGADO Y NOTARIO

Lic. Mario René Cano Recinos  
Colegiado 3,733





DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.

Guatemala, veintisiete de febrero del año dos mil nueve.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la Impresión del trabajo de Tesis del (de la) estudiante FRANCISCO ROMEO CÚN HERNÁNDEZ. Titulado LOS PRINCIPIOS JURÍDICOS EN LOS CUALES LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA SE FUNDAMENTA PARA REUBICAR A LOS VENDEDORES AMBULANTES. Artículos 31, 33 y 34 del Normativo para la elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público. -

CMCM/sllh



## **DEDICATORIA**

- A DIOS:** Por haberme dado fuerzas para continuar con mis metas y lograr mis objetivos.
- A MIS PADRES:** María Berta Hernández Agüin y Guillermo Cún Lorenzo.
- A MIS HERMANOS:** María Bacilia, Jaime Ovidio, Máximo Rudy, Irma Yolanda, Jorge Mario y en memoria de mi hermana Marta Lidia.
- A MIS SOBRINOS:** Jaime Emmanuel, William Ramiro, Jhonatan Brandon, Guillermo Ariel, Marvin Mateo, Brayan Ovidio, José Alexander, Madelyn Gabriela y Pebels Yasmin.
- A MIS CUÑADOS:** Miguel de la Cruz Toma y Rosario Hernández.
- A MIS AMIGOS:** Enrique Urizar, Brenda Patricia Camey Hernández, Kúly y Cocky.

A:

Universidad de San Carlos de Guatemala,  
y especialmente a la Facultad de Ciencias  
Jurídicas y Sociales, por abrir sus puertas  
y realizar los estudios para ejercer tan  
gloriosa profesión.

## ÍNDICE

	Pág.
Introducción.....	i

### CAPÍTULO I

1. Los servicios públicos.....	1
1.1. Definición de los servicios públicos.....	1
1.2. Características de los servicios públicos.....	2
1.3. Clasificación de los servicios públicos.....	4
1.4. Formas de gestión de los servicios públicos.....	6
1.4.1. Gestión directa .....	7
1.5. Gestión interesada.....	8
1.6. Aspectos jurídicos relativos a la concesiones de los servicios públicos.....	9
1.6.1. Concepto de concesiones de los servicios públicos.....	9
1.6.2. Breve análisis de los servicios públicos en Guatemala.....	18

### CAPÍTULO II

2. Mercados.....	23
2.1. Características de los mercados.....	25
2.2. El origen del mercado.....	26
2.3. Clases de mercado.....	27
2.3.1. Clases de mercado según su tipo.....	29
2.3.2. Que se comercializa en el mercado.....	34

### CAPÍTULO III

3. Vendedores ambulantes.....	41
3.1. Definición.....	41
3.2. Clasificación de los vendedores ambulantes.....	41
3.3. Causas del aumento de los vendedores ambulantes.....	47
3.3.1. Los mercados satelitales o callejeros.....	50
3.3.2. Que provocan los mercados satelitales o callejeros.....	53
3.4. Propuestas de la municipalidad para reubicar a los vendedores ambulantes.....	57
3.4.1. La creación de abastos.....	57
3.4.2. Central de mayoreo.....	59
3.4.3. Mercados cantonales ideales en la ciudad de Guatemala.....	61

3.4.4. Seguridad en los mercados por parte de polimerc.....	62
3.5. Posibles alternativas para ubicar a los vendedores ambulantes.....	63
3.5.1. El mercado central.....	63
3.5.2. Determinación del mercado central.....	65
3.5.3. Mercados cantonales.....	67
3.5.4. Reglamentación de los mercados cantonales.....	70

## CAPÍTULO IV

4. Los principios jurídicos en los cuales la Municipalidad de Guatemala se fundamenta para reubicar a los vendedores ambulantes.....	71
4.1. Principio de autonomía.....	71
4.1.1. Análisis legal.....	73
4.1.2. Análisis doctrinario.....	76
4.2. Principio de autoridad.....	77
4.2.1. Análisis legal.....	78
4.2.2. Análisis doctrinario.....	79
4.3. Principio de subordinación.....	80
4.3.1. Análisis legal.....	81
4.3.2. Análisis doctrinario.....	82
CONCLUSIONES.....	85
RECOMENDACIONES.....	87
BIBLIOGRAFÍA.....	89

## INTRODUCCIÓN

Debido al crecimiento de la población en la ciudad capital, la municipalidad ha tenido que efectuar un reordenamiento vial en muchas calles y avenidas muy importantes en el municipio, mediante ordenanzas y mandatos, fundamentase mediante los principios jurídicos que goza, cuyas aplicaciones son imperativas, así los afectados que son en este caso los vendedores ambulantes, que por no tener un lugar en donde vender lo hace en lugares fuera de los perímetros autorizados para los mercados, afectando así el paso de los automotores, así como de las personas que circulan por esos lugares por lo cual la alcaldía a efectuado diversos rescates de la metrópolis, por el gran crecimiento que a tenido la economía informal, pero esto genera conflictos con los afectados lo cual no es una solución a la misma.

La presente, investigación tiene por objeto, abordar un problema social, que es causado por la economía informal, que año con año ha aumentado considerablemente expandiéndose grande mente en la ciudad e incluso, el gran crecimiento que tienen los mercados, fuera de los límites establecidos por la municipalidad de Guatemala.

Por lo anteriormente expuesto se plantea que, en Guatemala se deben legislar los fundamentos jurídicos y legales para reubicar a los vendedores ambulantes, debido a que estos, año con año aumentan considerablemente.

Se han fijado como objetivos generales; Cuales son los fundamentos jurídicos y legales en que la Municipalidad de Guatemala se fundamenta para reubicar a los vendedores ambulantes, y como objetivos específicos; establecer las posibles alternativas para reubicar a los vendedores ambulantes. Establecer las causas del aumento la economía informal. Crear soluciones al problema y poder reubicarlos, establecer los servicios públicos.

El presente trabajo se elaboró en cuatro capítulos, de los cuales el capítulo primero, desarrolla lo referente a los servicios públicos, así mismo se establece las características, clasificación y formas de gestión; el capítulo segundo, se refiere a los mercados, definiciones de mercados, características, clases y tipos; El capítulo tercero, expone sobre los vendedores ambulantes, su clasificación, las causas de su aumento los mercados satelitales o callejeros, la inseguridad que provocan estos últimos propuestas de la municipales para reubicar a los vendedores ambulantes, y las alternativas para reubicarlos; El capítulo cuarto, contiene los principios jurídicos en los cuales la municipalidad de Guatemala se fundamenta para reubicar a los vendedores ambulantes.

Los métodos que se utilizaron son; método de análisis, síntesis también método inductivo y deductivo. El método analítico-sintético. También se utilizó las técnicas indirectas y bibliográficas, estructurando así debidamente la información existente realizando así el análisis e interpretación.

## CAPÍTULO I

### 1. Los servicios públicos

A medida que van evolucionando los Estados, aparecen nuevas necesidades, que establecen cambios en la actividad administrativa y los servicios públicos no pueden limitarse, deben orientarse a la realización del interés público.

#### 1.1. Definición de los servicios públicos

“Los servicios públicos son todas las actividades administrativas que procura la satisfacción concreta de una necesidad colectiva.”<sup>1</sup>

“También los servicios públicos, en su definición tradicional surgen tres elementos a saber el fin que el servicio público; la persona que lo atiende y el régimen que lo regula.”<sup>2</sup>

“Los servicios públicos es la capital del derecho administrativo y del derecho político, ya que ha de satisfacer una necesidad colectiva por medio de una organización administrativa o regida por la administración pública.”<sup>3</sup>

“Que es muy difícil concretar en una definición lo referente a los servicios públicos, por este motivo señala que las definiciones de los servicios públicos, son tantas como autores se hayan ocupado de ello, pero todas llegan a la misma conclusión sobre su finalidad; se señalan tres direcciones en cuanto a la definición de los servicios públicos:

- La que considera como servicios toda la actividad del Estado cuyo cumplimiento debe ser asegurado, reglado y controlado por los gobernantes.

---

<sup>1</sup> Castillo González, Jorge Mario. **Derecho administrativo**. Pág. 198.

<sup>2</sup> Díez, Manuel María. **Derecho administrativo**. Pág. 194.

<sup>3</sup> Cabanellas, Guillermo. **Diccionario de derecho usual**. Pág. 59.



- la que considera como servicios públicos, toda la actividad de la administración pública.
- la que considera como servicios públicos sólo una parte de las actividades de la administración.”<sup>4</sup>

## **1.2. Características de los servicios públicos**

Los servicios públicos tienen las siguientes características:

- a) Continuidad: Los servicios públicos deben presentarse en forma continua garantizando su funcionamiento en forma permanente e ininterrumpida precisamente porque su prestación implica atender una necesidad colectiva, pues de no ser así se sufrirán graves quebrantos y como consecuencia lógica sería la alteración del orden público.
- b) Eficiencia: Los servicios públicos corresponden mostrarse en forma eficiente y correcta, de modo que se satisfaga las necesidades colectivas.
- c) Generalidad: Los servicios públicos se obligan a entregarse a la mayoría de población, en atención a preceptos constitucionales que obligan al Estado a prestar los indicados servicios.
- d) Igualdad: Los servicios públicos deben ser prestados en igualdad de condiciones de modo que cualquier persona pueda exigirlos en similares circunstancias y el Estado debe otorgarlos. El servicio debe prestarse sin discriminación alguna tal y como lo establece la Constitución Política de la República de Guatemala.
- e) Accesibilidad: Los servicios públicos prestados por el Estado, deben ser accesibles a la, mayoría de la población.

---

<sup>4</sup> Diez, Manuel María. **Ob. Cit.** Pág. 60.

- f) **Obligatoriedad:** El estado, se encuentra obligado por la ley, a prestar los servicios públicos a la población.

Por su parte el Artículo 72 del Código Municipal establece que; “El municipio debe regular y prestar los servicios públicos municipales de su circunscripción territorial y, por lo tanto, tiene competencia para establecerlos, mantenerlos, ampliarlos y mejorarlos, en los términos indicados en los Artículos anteriores garantizando un funcionamiento eficaz, seguro y continuo y, en su caso, determinación y cobro de tasas y contribuciones equitativas y justas. Las tasas y contribuciones deberán ser fijadas entendiendo los costos de operaciones, mantenimiento y mejoramiento de calidad cobertura de servicios.”

Por lo anteriormente establecido de los servicios públicos, podemos individualizar las siguientes garantías:

- a) **Regularidad:** Significa que los servicios públicos no pueden ser interrumpidos, precisamente porque su prestación tiene como finalidad atender una necesidad colectiva.
- b) **Seguridad:** En el funcionamiento de los servicios públicos deben tomarse todas aquellas medidas de seguridad que proceden, en prevención de exponer al usuario a sufrir daños o perjuicios personales.
- c) **Comodidad:** Los servicios públicos deben satisfacer una necesidad colectiva, de manera que los usuarios sientan verdadero provecho y beneficio de los servicios que se le presten.
- d) **Salubridad:** Los servicios públicos deben reunir un mínimo de condiciones higiénicas que aseguren la salud del vecindario, especialmente la exigibilidad en la desinfección del agua potable para consumo humano. Así como conductos

subterráneos. Y la recolección, transporte, tratamiento y disposición de los derechos sólidos y líquidos de origen domésticos e industriales.

- e) Cobro de Tarifas justas: Los servicios públicos deben funcionar en condiciones favorables para el vecindario, esto se logra mediante la aplicación de tarifas que se encuentren al alcance de la mayoría de la población; el propósito de los servicios públicos es que todos puedan gozar de los mismos.
- f) Reglamentación: Para que los servicios públicos prestados a la población puedan otorgarse con un mínimo de eficiencia y regularidad, es necesario dotarlo de regulaciones que contribuyan no solamente a asegurar la efectiva ejecución de las actividades operativas sino también a normar la relación que con motivo de la prestación de los mismos, se establece entre usuarios y Municipalidad.

El Artículo 73 del código anteriormente referido, Instituye también las “formas de 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;
- b) La mancomunidad de municipios según regulaciones acordadas conjuntamente;
- c) Concesiones otorgadas de conformidad con las normas contenidas en este Código, la Ley de Contrataciones del Estado y Reglamentos Municipales.”

### **1.3. Clasificación de los servicios públicos**

“Son muchas las clasificaciones que existen, pero para efectos del presente trabajo de estudio hemos tomado las señaladas por Carlos García Oviedo.

- a) Por razón de su importancia: Se clasifican en primer lugar los esenciales que son; los relativos al cumplimiento de los fines que justifican la propia existencia de la personalidad administrativa de que se trate. En cambio, los secundarios son; servicios cuya creación no deriva de la base más bien al cumplimiento de sus fines accesorios.
- b) Por razón de utilización: Pueden ser obligatorios o voluntarios. Los primeros son aquellos cuyo uso se impone a los particulares por supremos motivos de interés social. Los segundos, son aquellos cuyo uso es fruto de la libre aceptación.
- c) Por razón de competencia: En exclusividad y concurrentes, los exclusivos como el mismo nombre lo expresa, sólo pueden ser atendidos por las entidades administrativas o por su encargo. Los concurrentes refiéranse a intereses que también satisface el esfuerzo particular.
- d) Por la manera como se satisfacen las necesidades: Se clasifican en servicios públicos directos e indirectos, directos, cuando el Estado los presta por sí mismo indirectos, cuando los presta persona distinta al estado.
- e) Por razón de usuarios: Hay servicios públicos generales y especiales. Los generales son los que consideran los intereses de todos los ciudadanos, sin distinción de categorías y de los que todos podemos aprovecharnos por ejemplo: ferrocarriles, energía eléctrica, agua potable, transportes, correos, telégrafos y teléfonos.
- f) En cambio, los especiales son: aquellos que solamente se ofrecen a ciertas personas en quienes concurra alguna circunstancia determinada como por ejemplo; beneficencias, asistencia, y muchos más.
- g) Los servicios públicos se clasifican también en propio e impropio: en los primeros es el Estado el que presta directamente el servicio o por medio de concesionario. En

los segundos, es el servicio que tiene de común con el propio la satisfacción: pero no es el Estado quien lo presta ni lo concede, sino únicamente lo reglamente por ejemplo; el servicio de taxi, de buses tanto urbano como extraurbano.

- h) Por la persona administrativa de quien depende: Se clasifican en estatales estos son los que dependen del Estado de Guatemala en un aspecto más amplio y locales estos últimos en son de una esfera más pequeña, que se realizan en las localidades como lo son los municipios, provincias, regiones, y otros.”<sup>5</sup>

Un ejemplo de los servicios locales es la que presta la Municipalidad de Guatemala cuyo servicio se subdivide en esenciales y discrecionales. La institución municipal tiene como fin primordial la prestación de los servicios catalogados como esenciales para la colectividad y que su prestación no debe perseguir fines lucrativos; tales como los servidores de agua potable, los drenajes, rastros, mercados, aseo de calles y plazas.

Y los servicios discrecionales, pueden prestarse indistintamente por la municipalidad o personas naturales o jurídicos, y perseguir fines lucrativos, estos son: la energía eléctrica, el alumbrado público y privado, balnearios, parques de diversiones públicos y privados, teatros, salones y centros de espectáculos y similares.

En la presentación de los de los servicios públicos esenciales, su prestación implica la no persecución de fines lucrativos, lo cual no debe significar que los servicios deban prestarse gratuitamente, sino que las tasas o tarifas a fijarse se encuentren al alcance de la población, incluyéndose en las tarifas, desde luego, el costo de administración operación y mantenimiento de servicios.

#### **1.4. Formas de gestión de los servicios públicos**

La administración pública utiliza varios procedimientos para ejecutar y/o prestar los servicios públicos, entre ellos tenemos la gestión directa, interesada y por concesión.

---

<sup>5</sup> García Oviedo, Carlos. **Derecho administrativo**. Pág. 267, 269, 270, 271.

### **1.4.1. Gestión directa**

En este sistema la administración asume entera y privativamente la gestión del servicio, sin intervención ni participación de los particulares, siendo el Estado el único responsable de su organización, funcionamiento y dirección, haciendo uso de sus recursos humanos y financieros para la prestación del servicio.

Modalidades de la Gestión directa. Existen dos modalidades en la gestión directa denominadas gestión centralizada y descentralizada.

- **Centralizada:** En la administración centralizada el servicio es prestado por una dependencia normal del Estado, la cual concentra y se reserva todo poder de dirección y de servicio; así como la competencia para designar personal y autoridades de aquel.
- **Descentralización:** En esta administración, el poder público desconcentra el servicio, reconociéndole personalidad jurídica, con poder de dirección y administración; Así mismo adquirir y disponer de bienes, celebrar actos y contratos a las entidades encargadas de prestar los servicios.

Este procedimiento descongestiona y despreocupa a la administración municipal de muchas actividades que tendría que realizar, pero obliga a los funcionarios que tendrían que prestar, los servicios públicos, a participar activamente en ellos, bajo la acción fiscalización y control de dichas entidades en su administración.

En la gestión directa descentralizada, el servicio es prestado por las entidades autónomas y semiautónomas del Estado, por ejemplo:

La Empresa Telecomunicaciones, el Instituto de Seguridad Social, la Empresa Eléctrica de Guatemala, Sociedad Anónima, y otros más.

## 1.5. Gestión interesada

Es una fórmula intermedia de prestación de los servicios, entre la gestión directa y por concesión, a través de sociedades o empresas de economía mixta, en las cuales actúan en forma conjunta con el Estado y los particulares en lo concerniente a la dirección, organización y aportación del capital.

El Estado confía la explotación de la empresa a un sujeto individual o entidad privada, que recibe por esto una participación de los beneficios. En este sistema existe la figura del particular que colabora y se interesa con la administración. Por ejemplo los fideicomisos.

“la administración interesada se describe en los siguientes términos, es un procedimiento intermedio entre la administración directa y la concesión. En ella, la gestión es repartida entre el poder público y un gestor que se encarga de la explotación de la empresa, este recibe una remuneración fija o una participación de los beneficios o bien se le retribuye su trabajo con la combinación de ambos procedimientos. Este gestor se reserva frecuentemente el derecho a designar su personal; es un mandatario interesado en el buen funcionamiento de la empresa.”<sup>6</sup>

La gestión interesada se diferencia de la, directa porque el que presta el servicio no es un funcionario, sino un tercero, que cobra una remuneración por él en la actividad realizada, porque el gestor no corre el riesgo de las pérdidas y esta simplemente interesado en los beneficios a través de una participación de ellos.

Se puede decir que sólo puede ser objeto de gestión interesada, los servicios públicos de competencia estatal que tengan contenido económico, en ese orden de ideas, pongo como ejemplo; actualmente el transmetro.

---

<sup>6</sup>. García Oviedo, **Ob. Cit.** Pág. 289.

Hay que tener presente que el sistema de gestión interesada presenta en cada lugar en que se aplica, sus propias variantes, ya que en cada municipio tiene su correcta administración de lo cual hacen sus propias actividades de los cuales serán los más convenientes a la comunidad.

## **1.6. Aspectos jurídicos relativos a las concesiones de servicios públicos**

La concesión, es una forma indirecta muy importante, para la prestación de los servicios públicos, por lo cual no está de mal hacer un análisis de lo que es concesiones. Por lo tanto a continuación compenentramos más en el presente tema.

### **1.6.1. Concepto de concesiones de los servicios públicos**

La gestión de los servicios públicos por medio de la concesión persigue la satisfacción de las necesidades de interés general; estos son ejercidos por personas individuales o jurídicas, las cuales actúan por delegación hecha por el ente público. La delegación otorgada al concesionario no significa que el concedente renuncia al ejercicio de sus facultades, ya que le atribuye al concesionario solamente las indispensables para la realización del servicio, reservándose en todo momento los poderes de intervención y de control.

Las facultades que se otorgan a favor del concesionario, son un derecho personal, pero siempre temporal y revocable. El servicio concedido continúa siendo público y pero el que presta dicha actividad, tiene el poder en cualquier momento retener su prestación un, ejemplo muy claro sobre esto es la concesión que se le otorgan al transporte urbano público.

La delegación se hace atendiendo exclusivamente el interés de la colectividad y no el interés privado del concesionario.



“La concesión es la atribución de poder que la administración pública confiere a un particular para que rija durante cierto tiempo la gestión de un servicio; atribución que puede ir precedida de la ejecución por la parte de aquel de una obra pública.”<sup>7</sup>

“Que la concesión es un modo de gestión de un servicio público, por medio del cual una persona pública, que es el concedente encarga por contrato, concluido con él a una persona privada el concesionario, la gestión de un servicio público a su costo y riesgo mediante el derecho de obtener una remuneración, por medio de las tarifas percibidas de los usuarios que la concesión es la más típica, aunque no la única de las formas de gestión indirecta de los servicios públicos, en la cual la administración pública permaneciendo titular del servicio, encomienda la explotación del mismo a un particular que corre con los riesgos económicos de la de la empresa.”<sup>8</sup>

“Que la concepción de servicio público tiene un aspecto específico, es fundamentalmente efectiva, en el sentido de que por medio de la concesión la administración transfiere al particular una facultad que le es propia o sean las facultades de prestar los servicios públicos a la colectividad, de los cuales la administración es titular; por lo tanto, el concesionario aún cuando está investido por parte de la administración de una porción de sus poderes y competencias, no se transforme por ese solo hecho en funcionario público ni la empresa privada que presta al servicio se incorpora a la administración. Por virtud la concesión, el concesionario asegura el funcionamiento del servicio público a su costa y riesgo, obteniendo provecho pecuniario de su gestión.”<sup>9</sup>

En Guatemala, el concesionario no puede convertirse en funcionario de la administración pública, porque ante la misma es un simple contratista o colaborador del Estado, y la empresa que forma no será pública solo por prestarlo de esa forma, si no que la presta solamente por un contrato, que realiza con la entidad quien delega dicha función mediante la concesión.

---

<sup>7</sup> *Ibíd.* Pág. 30.

<sup>8</sup> Días, Manuel María. **Derecho administrativo.** Pág. 262, 263.

<sup>9</sup> Garrido Falla, Fernando. **Concesión administrativa.** Pág. 327.

La administración pública, ejerce control y vigilancia sobre el servicio público otorgado en concesión, con el fin de que se cumpla con su finalidad y buen funcionamiento del servicio; velando porque se efectúe con las condiciones básicas de continuidad, eficiencia, igualdad, accesibilidad y tarifas justas.

1) Naturaleza jurídica de la concesión: Sobre este aspecto hay mucha polémica entre los autores de derecho administrativo; en ese orden de ideas van a determinar tres teorías que en alguna forma establece dicha naturaleza.

a) La concesión como acto contractual.

“Los clásicos del derecho administrativo, sostenía que la concesión no es más que un contrato que se celebra entre la administración pública y un particular, colocando a dichos contratantes en un mismo plano de igualdad jurídica.”<sup>10</sup>

“Sin embargo considerando que el objeto de la concesión es la realización de un servicio público, no puede aplicarse esta interpretación, pues si bien es cierto que en la concesión existe acuerdo de voluntades por la naturaleza de su objeto.

La concesión no puede sujetarse en su totalidad a las estipulaciones de un contrato civil, porque no es equiparable el interés de la sociedad con el interés particular del concesionario y es menester agregar que mediante la celebración de un contrato civil no sería posible que concurrieran en su totalidad los elementos que caracterizan el otorgamiento de la concesión.”<sup>11</sup>

b) La concesión como un acto unilateral.

Expresa que “según los partidarios de esta teoría, la concesión es un acto jurídico unilateral por el cual la voluntad de la persona particular está suspendida en un plazo

---

<sup>10</sup> García Oviedo, **Ob. Cit.** Pág. 310.

<sup>11</sup> Fraga Gabina. **Derecho administrativo.** Pág. 256.

de inferior jerarquía con respecto de la otra parte que es el Estado, concretándose el concesionario a aceptar las condiciones preestablecidas por la administración.”<sup>12</sup>

Esta teoría, al igual que la anterior, ha sido objeto de críticas, siendo objetada porque desde este punto de vista si bien es cierto que se satisface el interés general que persigue la administración pública a través del servicio público, se sacrifica totalmente el interés del concesionario; en virtud la prestación de un servicio, que no va a satisfacer las necesidades colectivas por un fin puramente altruista, sino que la entidad concesionaria a cambio de las obligaciones que contrae va a percibir ingresos con lo cual se irá balancear la inversión que efectúa en la prestación del servicio.

c) La concesión como acto mixto o complejo.

Según esta teoría, la cual es la más aceptada, tiene una naturaleza compleja y mixta debido a que está integrada por dos tipos de cláusulas: contractuales también reglamentarias.

- Cláusula contractual. “se refieren a la relación que se da entre el Estado y el concesionario. Aquí existe acuerdo de voluntades; esta bilateralidad del contrato civil es evidente, pues pactan y contratan en igualdad de condiciones; en esta fase el Estado no impone su poder público al particular que marcha a prestar el servicio.

Este tipo de cláusulas son generalmente por ambas partes, pues son de naturaleza financiera. Tienen como finalidad que el concesionario se recupere de la inversión que para él ha representado la instalación y funcionamiento del servicio público, es decir, que establezca un equilibrio entre los gastos realizados y el producto de la explotación.”<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> **Ibíd.** Pág. 280.

<sup>13</sup> Sayaguez Lazo, Enrique. **Tratado de derecho administrativo.** Pág. 35.

- Cláusula reglamentaria. En este tipo de cláusulas, el Estado, como entidad concedente, fija al concesionario ciertos requisitos que deben cumplir y reglamentando todo lo relacionado con la organización y funcionamiento del servicio público otorgando en concesión para que el mismo responda a las características básicas de continuidad, eficiencia, igualdad, accesibilidad y tarifas justas.

## 2) Análisis de los aspectos jurídicos relativos a las concesiones de servicios públicos

Tomando en consideración la complejidad del tema de las concesiones del servicio público, se enfocan ciertos elementos o requisitos que son más importantes en la concesión:

- El objetivo de la concesión, es encomendar a un particular denominado concesionario la explotación de un servicio público. Por consiguiente se hace necesario puntualizar cual es la prestación administrativo que se concede bajo ciertos requisitos enmarcados en un contrato de concesión. Este contrato cobra más importancia si se estipula que la entidad concesionaria tendrá exclusividad, pues en estas circunstancias la administración pública no puede autorizar nuevas concesiones sobre el mismo servicio.
- Lo anterior no implica que la administración se vea imposibilitada a otorgar concesiones para servicios, para la administración sea imposibilitada a otorgar concesiones para servicios públicos distintos, aunque estos conlleven ciertos tipos de concurrencia para el primer concesionario.
- En la mayoría de los casos, la explotación de la administración pública, exige que el concesionario, utilice en forma especial más o menos exclusiva bienes del dominio público, por lo que al otorgarse la concesión se estipula las condiciones. En que dichos bienes van a ser utilizados, como consecuencia de la prestación del servicio; generalmente existe una concesión accesoria de uso de bienes públicos.

- Las autoridades, a las cuales la mayoría de los casos les compete otorgar las concesiones de prestación de los servicios públicos, son las autoridades administrativas más representativas y caracterizadas de cada uno de los organismos del Estado.
- Para que la administración decida otorgar una concesión exige como requisitos esenciales la capacidad económica y ciertas condiciones personales del solicitante. En consecuencia, salvo previa autorización de la autoridad administrativa.

Como se ha establecido, la prestación de los servicios públicos, puede darse en forma directa por la administración pública y sus entidades descentralizadas o bien en una forma indirecta, a través de personas individuales o jurídicas particulares, por medio de concesiones administrativas, mediante la cual se les otorga a los particulares la facultad de prestar servicios públicos.

3) Consecuentemente es necesario hacer un análisis de lo que significa las concesiones administrativas.

Cuando la administración pública, se ve imposibilitada por limitaciones presupuestarias a prestar el servicio público, encomienda a los particulares que asuman los riesgos económicos para la prestación de los mismos, previos a las autorizaciones que el Estado debe otorgar. Que la concesión, es un acto mixto compuesto de tres elementos un acto reglamentario, un acto de condición y un acto contrato.

- Es reglamentario, pues en el mismo se fijan las normas a que necesariamente se deben condicionar la organización y funcionamiento del servicio público, así también quedan contenidos aspectos referentes a horarios, tarifas, formas de prestación del servicio, derechos de los usuarios y otros más.

- Es una condición, es el que condiciona como su nombre lo indica, las atribuciones que deben cumplir el concesionario de las facultades que la ley le otorga, así como de las obligaciones.
- El elemento contractual que implica las cláusulas, por medio de las cuales la administración otorga la concesión y en donde se fijan derechos y obligaciones tanto de las empresas concesionarias como de la administración.

Las concesiones están reguladas en el Código Municipal, además de otras leyes. El mismo código antes mencionado establece en su Artículo 74 “la municipalidad tiene la facultad para otorgar a personas individuales o jurídicas, la concesión de la prestación de servicios públicos municipales que operen en su circunscripción territorial, con excepción de los centros de acopio, terminales de mayoreo, mercados municipales y similares, mediante contrato de derecho público y a plazo determinado, en el que se fije la naturaleza y condiciones del servicio y las garantías de funcionamiento a las que se refiere el Artículo 75 del referido Código. Así mismo deberá estipularse que el reglamento municipal para la prestación del servicio, forma parte del contrato de concesión.

En todo caso, el plazo de duración de la concesión no podrá ser superior de 25 años, pudiendo ser prorrogable. El plazo será fijado en cada caso, de acuerdo con la cuantía e importancia de la inversión, tomando en cuenta el interés municipal, y de los usuarios e inquilinos.

El Consejo Municipal fijara. Además, las contribuciones municipales y tasas derivadas del contrato que percibirá del concesionario.”

El mismo Código antes citado establece en el Artículo 75 “otras condiciones de la concesión y a la vez establece que la ley de Contrataciones del Estado, el contrato en que se formalice una concesión para la prestación de un servicio municipal deberá establecer:

- a) La aceptación, por parte del concesionario, de las ordenanzas y reglamentos municipales que regulen el funcionamiento del servicio.
- b) La obligación del concesionario de llevar contabilidad de conformidad con la ley, para su verificación en todo tiempo, por la Contraloría General de Cuentas, al ser requerida a la municipalidad del estado financiero de la empresa.
- c) La obligación del concesionario de poner a disposición de la municipalidad los libros y documentos de contabilidad y de proporcionarle, en cualquier momento, la información que se le requiera.
- d) El derecho de la municipalidad de adquirir el servicio gratuitamente o previa indemnización, según sea la naturaleza y condiciones en las que la misma se otorga, al expirar el plazo de la concesión. En el supuesto de indemnización, se hará el avalúo de los bienes, tomando en consideración todos los elementos y factores que determinen su precio real, sin atenerse exclusivamente a declaraciones catastrales o fiscales, informes o datos de entidades o dependencias del Estado, debiendo someterse el expediente y el proyecto de contrato correspondiente a revisión de contraloría General de Cuentas antes de su aprobación, y no se hará ningún pago a cargo del contrato de traslación de los bienes sino hasta que haya sido aprobado por el Consejo Municipal y la resolución este firme. En todo caso, la municipalidad debe hacerse cargo del servicio, libre de pasivos de cualquier clase.”

También es importante la intervención de los servicios públicos municipales, según el Artículo 76 del citado Código instituye. “Sin perjuicio de lo que establece la Constitución Política de la República y de las responsabilidades civiles y penales en que incurra el concesionario. La municipalidad tiene la potestad de intervenir temporalmente el servicio público municipal, que se administre y preste deficientemente, o que deje de prestarse sin autorización alguna, o que en el se falte a las ordenanzas y reglamentos

municipales o a las obligaciones contraídas por el concesionario en el contrato correspondiente.

En todo caso, la intervención del servicio del que se trate se hará a costa del concesionario y se llevara a cabo conforme a las disposiciones del Código Procesal Civil y Mercantil y demás leyes que regulan la materia, independientemente del carácter de la empresa que pudiera tener la persona individual o jurídica afectada, pudiendo en consecuencia, determinarse, en el acuerdo respectivo, las funciones que cumplirá la intervención. El servicio o empresa podrá embargarse con carácter de intervención.

El alcalde nombrará a la persona que deba hacerse cargo de la intervención inmediatamente después de que se haya emitido el acuerdo, por parte del consejo municipal y, acto seguido, le dará posesión.

En la intervención de colonias, litificaciones y parcelamientos se observará el procedimiento previsto en los dos párrafos anteriores, sin perjuicio de cumplirse las leyes, reglamentos y ordenanzas que regulan el desarrollo urbano y rural.

Si durante la intervención, el comprador o adquirente legítimo de un lote o parcela pagara el saldo a su cargo, el interventor lo hará saber al lotificador o parcelador, para que cumpla con otorgar la correspondiente escritura traslativa de dominio, o en su caso la carta de pago a favor del comprador o adquirente, y si en quince días no se ha cumplido, podrá otorgarla el interventor en rebeldía, haciendo constar esa circunstancia.”

El mismo Código antes citado nos establece las causas para poder revocar las concesiones según el Artículo 77 “La concesión de servicio público municipal podrá ser revocada por cualquier de las siguientes causas:

a) Cuando el Concejo Municipal declare que es lesiva a los intereses del municipio.



- b) Por violación de disposiciones relativas al orden público y al interés social.
- c) Por incumplimiento de disposiciones de carácter general o local, relativas a la salud e higiene y protección del medio ambiente.
- d) Cuando las deficiencias del servicio no sean subsanables por el procedimiento previsto en el Artículo anterior.

En cualquiera de estos casos queda excluida la vía de lo contencioso administrativo.”

Si el servicio fuere prestado por la municipalidad, sus dependencias administrativas unidades de servicio y sus empresas, al ser denunciadas las deficiencias o irregularidades que se le atribuyan, el alcalde o el consejo municipal, según sea el caso quedan obligados a comprobarlas y resolverlas, adoptando las medidas que sean necesarias.

### **1.6.2. Breve análisis de los servicios públicos en Guatemala**

La administración pública, tiene como fin principal, el cumplimiento de las necesidades sociales por imperativo constitucional. Esto significa que toda su actividad, planificación decisión, política, ejecución, consultoría y asesoría, fiscalización y control, deben dirigirse a esa finalidad. El instrumento para lograr la satisfacción de las necesidades sociales es el servicio público.

Los órganos del Ejecutivo, las entidades descentralizadas y autónomas, satisfacen necesidades sociales en nombre del Estado, utilizando los recursos materiales que se obtienen del pago de las cargas impositivas que tiene la población. Así se logra el bienestar por medio de actividades directas del Estado, que son por ejemplo: hospitales, escuelas, energía eléctrica, agua potable, puertos, aeropuertos, y otros.

En otros casos, el Estado recibe la ayuda de los particulares para satisfacer deficiencias, unas veces sin ánimo de lucro entidades de beneficencia, bomberos voluntarios, cruz roja y otras como es la tendencia actual en Guatemala, a través de particulares que obtienen un margen de utilidad que supuestamente no obtienen lucro excesivo en el cobro de tarifas y se mantiene el servicio.

En casos necesarios, como lo es hoy en día, el Estado paga subsidios a los empresarios. En ejemplo muy claro de eso es el transporte público. En esta época a partir de 1996, aplicando teorías de libre mercado y del costo de la oportunidad, el Estado interviene cada vez menos en el control de tarifas, para que los inversionistas no sufran costos como las del servicio de energía eléctrica, agua potable, teléfonos y correos. Aparentemente fuera del control estatal. El programa de desincorporación ha tenido tango éxito para los políticos empresarios que ya se vendió parte de la empresa eléctrica, Guatel, prácticamente ya no existe, el Inde ya se prepara para convertirse en tres empresas comerciales de distribución producción y comercialización, se pretende modificar los programas del IGSS con afectación, para todos los trabajadores del Estado civiles y no civiles de las empresas privadas.

A esto se le llama prestación de servicios públicos indirectos, que según el espíritu constitucional, pueden darse solo como una forma excepcional, pues quien tiene la obligación de prestarlos es el Estado.

Como puede concluirse, el servicio público satisface necesidades y lo presta el Estado en forma directa o indirecta en los campos de la economía, cultura, seguridad recreación, previsión y moralidad sociales, otorgando agrados para esas necesidades.

Hay una categoría de servicios que debe prestar el Estado, como obligación constitucional, sin cobrar ninguna tarifa o tasa por el mismo. Cuando el servicio reviste esta característica de absoluta gratuidad, se le califica como social y generalmente va dirigida a la población pobre y en estado de extrema pobreza, como es la mayoría de la población guatemalteca.

En esta categoría se puede incluir los siguientes ejemplos: chorros públicos de agua potable, hospitales, escuelas públicas, entrega de útiles escolares y refacción de los niños, campañas de alfabetización, campañas de vacunación, otorgamiento de viviendas o de parcelas en forma gratuita, subsidios a los cultivos por medio de entrega de fertilizantes o de insecticidas, entrega de instrumentos de labranza, servicios de transporte si costo y varios más.

En la actualidad, la corriente económica dominante en el mundo, propugna por la eliminación de este tipo de servicios, pues se considera que todo servicio debe ser pagado. Sin embargo, esta corriente económica en extrema pobreza, que es la mayoritaria en los países subdesarrollados, padece de necesidades provocadas por el deficiente sistema de distribución de la tierra, salarios bajos, falta de trabajo, falta de educación y en general de todos aquellos factores de carácter materiales y espirituales que son necesarios para desarrollar el sistema capitalista.

Tratan de aplicar formulas que han tenido éxito en países con capitalismo ya desarrollado, en el país que aún tratan de superar el sistema feudal, intento que ha quedado frustrado desde 1954, con la intervención de las transnacionales para derrocar el gobierno del doctor Jacobo Arbenz Guzmán, quien precisamente trato de establecer las bases necesarias para el desarrollo de una sociedad capitalista y no como señalan sus detractores, que lo califican aún de comunista.

La historia mundial, ha dado razón a Jacobo Arbenz, el éxito de, los países orientales como Japón, Corea, Taiwán, Tailandia, Singapur como otros mas que se ha debido en gran medida a que han implementado la reforma agraria y han promovido las condiciones necesarias para el desarrollo industrial y en pocos años, se han convertido en un fuerte bloque económico que lucha por la hegemonía frente a Europa y a los Estados Unidos.

A pesar de las críticas al Dr. Arbenz Guzmán, ahora se, proponen planes de desarrollo, muy parecidos a los del régimen arbencista; no cabe duda que Arbenz no se adelanto a

su tiempo, lo que sucedió fue que en Guatemala, el tiempo está atrasado, tan atrasado que mientras los políticos empresarios guatemaltecos desincorporan o privatizan remedando a los dictadores que vendieron la prestación de servicios públicos a los extranjeros, en Europa y otros países el servicio se traslada de nuevo al Estado.



## CAPÍTULO II

### 2. Mercados

En la práctica, cada persona tiene una definición de lo que es el mercado en función de lo que mejor le parece o le conviene, por ejemplo, para un accionista tiene relación con los valores o el capital; para una ama de casa, es el lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista de la economía, en el lugar en el cual se reúnen oferentes y demandantes, donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda.

#### a) Definición de mercados

“El mercado, es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad, deseo o dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta, ambos la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado.”<sup>14</sup>

“Es donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto.”<sup>15</sup>

Dirección de mercadotecnia, en ese sentido afirma; “un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Así, el tamaño del mercado, depende de que el número de personas que manifiesten la necesidad, tengan los recursos que interesan a otros y estén dispuestas a ofrecerlos en intercambio por lo que ellos desean.”<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Iván Thompson. **Análisis del mercado**. Pág. 10.

<sup>15</sup> Patricio Bonta y Farber. **199 preguntas sobre marketing y publicidad**. Pág. 5.

<sup>16</sup> **Ibíd.** Pág. 5.

En general, es el lugar físico o virtual, como el caso del internet, donde se encuentran dos fuerzas que generan procesos de intercambio; La oferta y la demanda.

En un sentido más específico, tiene algunas características y elementos adicionales que para conocerlos, resultan necesarios responder a una pregunta básica y elemental:

¿Cuál es el concepto de mercado?

Para responder a ésta pregunta, nada mejor que acudir a los conceptos proporcionados por entendidos en temas de mercadotecnia, para luego, obtener una conclusión que reúna aquellas características y elementos más importantes del mercado.

Concepto de mercado, según expertos en mercadotecnia; el mercado son “los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio.”<sup>17</sup>

Complementando este concepto, ambos autores mencionan que existen tres elementos muy importantes:

- La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
- La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
- La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos.

Se afirma que el concepto de intercambio conduce al concepto de mercado. En ese sentido, “un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparte una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.”<sup>18</sup>

Así, el tamaño del mercado, depende de que el número de personas que manifiesten la necesidad, tengan los recursos que interesan a otros y estén dispuestas a ofrecerlos en intercambio por lo que ellos desean.

---

<sup>17</sup> Fisher, Laura y Espejo, Jorge. **Mercadotecnia**. Pág. 84.

<sup>18</sup> Kotler, Philip y Hall, Prentice. **Dirección de mercadotecnia**. Pág. 11.

“El autor del libro Marketing, considera que los conceptos más comunes que se tienen de mercado, son los siguientes.

- a) Lugar en donde se reúnen compradores y vendedores, se ofrecen bienes y servicios en venta y se realizan transferencias de títulos de propiedad.
- b) Demanda agregada generada por los compradores potenciales de un producto o servicio.
- c) Personas con necesidades por satisfacer, dinero que gastar y de gastarlo.

En síntesis, el concepto de mercado enfoca a este último como 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. Por tanto, el mercado es el lugar donde se producen transferencias de títulos de propiedad.”<sup>19</sup>

## **2.1. Características de los mercados**

Evolución de los precios, tendencias, calidades exigidas y canales de distribución.

- a) Datos geográficos y macroeconómicos.
- b) Distancias e infraestructura del transporte y de las comunicaciones.
- c) Productos competidores.
- d) Consumidores.

---

<sup>19</sup> Ricardo Romero. **Marketing**. Pág. 55.



- e) Preferencias.
- f) Precios de productos similares.
- g) Canales de comercialización y medios publicitarios relevantes.
- h) Hábitos de compra, costumbres, estratificación social y estacionalidad de la demanda.
- i) Reglamentaciones gubernamentales sobre importaciones.

Con las definiciones anteriores y las características podemos entender como 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.

Siendo los mismos, centros de comercio de una ciudad o de ciertos lugares, en donde habita el ser humano, para satisfacer sus necesidades de desarrollo comercial y poder subsistir.

## **2.2. El origen del mercado**

Se remonta a la época, en que el hombre primitivo llegó a darse cuenta que podía poseer cosas que él no producía, efectuando el cambio o trueque con otros pueblos o tribus. Se reconoce como origen y fundamento la desigualdad que existe en las condiciones de los hombres y los pueblos.

El mercado, existió en los pueblos y tribus más antiguos que poblaron la tierra, y a medida que fue evolucionando, dicha organización desarrollo el comercio el instinto de conservación y subsistencia del hombre hace que procure satisfacer sus necesidades más elementales, luego las secundarias y posteriormente las superfluas.

Es así como el desarrollo de 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 efectos de las condiciones climáticas, ubicación, geografía, y las actividades que realiza el hombre para producir los productos de las diversas regiones son muy variadas, lo que origina grandes dificultades al consumidor para ponerlo a su alcance.

Allí surge el Comercio que venciendo los obstáculos que ponen el espacio y el tiempo procura poner al alcance de los consumidores los diversos frutos, 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.

### **2.3. Clases de mercado**

- 1) Según el monto de la mercancía se clasifican los mercados así
  - a) Total: Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de un vendedor de empresa.
  - b) Potencial: Emparejado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien están en condiciones de adquirirlas.

- c) **Meta:** Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión del marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.
- d) **Real:** Representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

## 2) Por su cantidad

- a) **Mayorista:** Son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.
- b) **Minorista:** Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores. Una nueva modalidad de este tipo de mercados lo tenemos en los llamados supermercados, de origen norteamericano, los que constituyen grandes cadenas u organizaciones que mueven ingentes capitales.
- c) En aquellos se estila el autoservicio, es decir, que el mismo consumidor elige los artículos que va a comprar, eliminándose el empleado dependiente y al pequeño comerciante que vende personalmente sus artículos.

## 3) Clasificación de los mercados municipales

- a) **De primera clase:** Central de Mayoreo (Cenma), para racionalizar los sistemas y canales de Comercialización agrícola mayorista de productos en la ciudad.
- b) **De segunda clase:** Se denomina mercado minorista municipal a todo aquel que efectúa actividades de comercio minorista de abastecimiento de productos básicos y otros, dentro de un edificio establecido. En el caso de los que lo hacen en la vía pública, se les conoce como satelitales.

### 2.3.1. Clases de mercado según su tipo

“La economía moderna opera con base en el principio de la división del trabajo, donde cada persona se especializa en la producción de algo, recibe una paga, y con su dinero adquiere las cosas que necesita. Por consiguiente, los mercados abundan en la economía”.<sup>20</sup>

Por ese motivo, existen algunas clasificaciones que ordenan los diferentes mercados agrupándolos según su tipo, como se verá en detalle, a continuación:

- 1) Tipos de mercado, desde el punto de vista geográfico
  - a) Internacional: Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.
  - b) Nacional: Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.
  - c) Regional: Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.
  - d) De intercambio comercial al mayoreo: Es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.
  - e) Metropolitano: Se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.
  - f) Local: Es la que se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.
- 2) Tipos de mercado, según el tipo de cliente
  - a) Del consumidor: En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal, por ejemplo, la ama de casa que compra una lavadora para su hogar.

---

<sup>20</sup> Kotler, Philip y Hall, Prentice. **Dirección de mercadotecnia**. Págs. 11 y 12.

- b) Del productor o industrial: Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.
- c) Del revendedor: Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios, por ejemplo, los supermercados que revenden una amplia gama de productos.
- d) Del gobierno: Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones, por ejemplo, para la administración del estado, para brindar servicios sociales de drenaje, pavimentación, limpieza, y otros servicios mas, para mantener la seguridad.

### 3) Tipos de mercado, según la competencia establecida

#### a) De competencia perfecta: Este tiene dos características principales:

- Los bienes y servicios que se ofrecen en venta son todos iguales.
- Los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador ni vendedor puede influir en el precio del mercado, por tanto, se dice que son precio aceptante.

#### b) Monopolista: Es aquel en el que sólo hay una empresa en la industria. Esta empresa fabrica o comercializa, un producto totalmente diferente al de cualquier otra. La causa fundamental del monopolio, son las barreras a la entrada; es decir que otras empresas no pueden ingresar y competir con la empresa que ejerce el monopolio. Las barreras a la entrada tienen tres orígenes:

1. Un recurso clave (por ejemplo, la materia prima) es propiedad de una única empresa.
2. Las autoridades conceden el derecho exclusivo a una única empresa para producir un bien o un servicio.

3. los costes de producción hacen que un único productor sea más eficiente que todo el resto de productores.

c) De oligopolio: Es aquel donde existen pocos vendedores y muchos compradores. puede ser; Perfecto: Cuando unas pocas empresas venden un producto homogéneo. Imperfecto: Cuando unas cuantas empresas venden productos heterogéneos.

d) De monopsonio: Monopsonio viene de las palabras griegas monos; solo y opsoncion; idea de compras. Este tipo de mercado se da cuando los compradores ejercen predominio para regular la demanda, en tal forma que les permite intervenir en el precio, fijándolo o, por lo menos, logrando que se cambie como resultado de las decisiones que se tomen.

Esto sucede cuando la cantidad demanda por un solo comprador es tan grande en relación con la demanda total, que tiene un elevado poder de negociación. Y se clasifican en tres clases y son las siguientes:

1. Duopsonio: Se produce cuando dos compradores ejercen predominio para regular la demanda.
2. Oligopsonio: Se da cuando los compradores son tan pocos que cualquiera de ellos puede ejercer influencia sobre el precio.
3. Competencia Monopsonista: Se produce cuando los compradores son pocos y compiten entre sí otorgando algunos favores a los vendedores, como: créditos para la producción, consejería técnica, administrativa o legal, publicidad, regalos, y muchas más.

#### 4) Tipos de mercado, según el tipo de producto

De acuerdo a esta clasificación, el mercado se divide en:

- a) De productos o bienes: Está formado por empresas, organizaciones o individuos que requieren de productos tangibles una computadora, un mueble, un auto.
- b) De servicios: Está conformado por empresas, personas u organizaciones que requieren de actividades, beneficios o satisfacciones que pueden ser objeto de transacción: Por ejemplo, el servicio de limpieza, de seguridad, de lavandería.
- c) De ideas: Tanto empresas como organizaciones necesitan constantemente de buenas ideas para ser más competitivas en el mercado. Por ello, la mayoría de ellas están dispuestas a pagar una determinada cantidad de dinero por una buena idea por ejemplo; para una campaña publicitaria, para el diseño de un nuevo producto o servicio.

Por lo que existen ferias de exposición de proyectos en universidades y escuelas las cuales, tienen el objetivo de atraer empresarios, inversionistas, cazatalentos.

- d) De lugares: Está compuesto por empresas, organizaciones y personas que desean adquirir o alquilar un determinado lugar, ya sea para instalar sus oficinas, construir su fábrica o simplemente para vivir. También está compuesto por individuos que deseen conocer nuevos lugares, pasar una vacación, recrearse en un determinado lugar.

#### 5) Tipos de mercado, según el recurso

- a) De materia prima: Está conformado por empresas u organizaciones que necesitan de ciertos materiales en su estado natural de madera, minerales u otros para la producción y elaboración de bienes y servicios.

- b) De fuerza de trabajo: Es considerado un factor de producción, por tanto, está formado por empresas u organizaciones que necesitan contratar determinados empleados, técnicos, profesionales o especialistas para producir bienes o servicios.
  - c) De dinero: Está conformado por empresas, organizaciones e individuos que necesitan dinero para algún proyecto en particular como comprar nueva maquinaria invertir en tecnología, remodelar las oficinas, o para comprar bienes y servicios una casa, un automóvil, muebles para el hogar, y que además, tienen la posibilidad de pagar los intereses y de devolver el dinero que se han prestado.
- 6) Tipos de mercado, según los grupos de no clientes

También existe un tipo de mercado que abarca a grupos de no clientes, por ejemplo:

- a) De votantes: Es aquel que está conformado por personas habilitadas para ejercer su derecho democrático al voto. Por ejemplo, para elegir una autoridad el presidente, el alcalde, gobernador, o un representante como presidente de la junta de vecinos u otro.
- b) De donantes: Lo constituyen los donantes o proveedores de fondos a entidades sin ánimos de lucro. Los cuatro mercados principales son el de: Gobierno: Cuando aporta fondos a organizaciones sin fines de lucro educación, investigación, salud pública, y otros. Fundaciones: Aquellas que financian actividades benéficas o sociales, se dividen en: fundaciones familiares, generales, corporativas y comunitarias. Individuos: Personas que donan fondos para causas benéficas o de interés social.

En conclusión, los tipos de mercado son una clasificación muy útil porque permiten identificar el contexto de mercado en función a su ubicación geográfica, los tipos de clientes que existen, la competencia establecida, el tipo de producto, el tipo de recursos y los grupos de no clientes.



### **2.3.2. Que se comercializa en el mercado**

Para tomar decisiones más acertadas acerca, de que es un mercado se necesita primero conocer cuáles son los diferentes tipos de productos que se comercializa y en qué consiste cada uno de ellos, debido a que cada ejemplar de producto requiere de una clase de mercado. Y se clasifican así.

- 1) **Clasificación general:** En primera instancia, todos los productos se dividen en tres grandes categorías que dependen de las intenciones del comprador o el tipo de uso y su durabilidad y tangibilidad. En ese sentido, se clasifican de la siguiente manera.
  - a) **Productos de consumo:** Están destinados al consumo personal en los hogares.
  - b) **Productos de negocios:** La intención de los productos de negocios es la reventa, su uso en la elaboración de otros productos o la provisión de servicios en una organización.
  - c) **Productos según su duración y tangibilidad:** Este tipo de productos está clasificado según la cantidad de usos que se le da al producto, el tiempo que dura y si se trata de un bien tangible o un servicio intangible.

En síntesis, los primeros dos tipos de productos se distinguen en cuanto a quién los usará y cómo, el tercero, en función a la cantidad de veces que se usa el producto, su duración y tangibilidad.

- 2) **Clasificación específica:** En segunda instancia, cada uno de estos tres tipos de productos se divide de acuerdo a la siguiente clasificación; productos de consumo: Se dividen en cuatro tipos, según su uso a nivel personal o en los hogares.
  - a) **Productos o bienes de conveniencia:** Un producto de conveniencia, es un artículo relativamente barato cuya compra exige poco esfuerzo. Es decir, un consumidor no estaría dispuesto a emprender una búsqueda extensa de lo que necesita.

Caramelos, refrescos, peines, aspirinas, pequeños artículos de ferretería, tintorería y lavado de automóviles entran en la categoría de productos de conveniencia.

- b) **Productos de comparación o bienes de compra comparada:** Se considera bien de compra comparada, un producto tangible del cual el consumidor quiere comparar calidad, precio y tal vez estilo en varias tiendas antes de hacer una compra. Ejemplos de bienes de compra comparada al menos para la mayoría de los consumidores son la ropa de moda, los muebles, los aparatos electrodomésticos y los automóviles.
  - c) **Productos o bienes de especialidad:** Son aquellos productos que tienen características únicas o identificaciones de marca para las cuales un grupo significativo de compradores está dispuesto a realizar un esfuerzo especial de compra. Como ejemplos se pueden citar los automóviles, los artículos de alta fidelidad, máquinas fotográficas y trajes.
  - d) **Productos o bienes no buscados:** Son aquellos, cuya existencia no es conocida por el consumidor o que, conociéndola, no desea comprar. Nuevos productos tales como detectores de humo, son bienes no buscados hasta que el consumidor entra en contacto con ellos a través de la publicidad. Los clásicos ejemplos de bienes no buscados son los seguros de vida, enciclopedias o lápidas funerarias.
- 3) **Clasificación de los productos de negocios.** Se dividen en siete tipos de productos de acuerdo con su uso.
- a) **Equipo mayor o instalaciones:** El equipo mayor incluye bienes de capital como máquinas grandes o costosas, computadoras principales, altos hornos generadores aviones y edificios. La característica que diferencia a las instalaciones de otras categorías de bienes de negocios es que afecta directamente a la escala de operaciones en la producción de bienes y servicios de una organización.

- b) **Equipo accesorio o accesorios de equipamiento:** Comprenden equipo portátil y herramientas por como lo son objetos de mano, carretillas, elevadoras, e incluso equipamiento de oficina entre ellos tenemos; mesas de oficina, máquinas de escribir y otros. Estos tipos de equipos no forman parte de los productos terminados. Tienen vida más corta que la de las instalaciones, pero más larga que la de los accesorios que se utilizan en la explotación.
- c) **Materias primas:** Los bienes de negocios que se convierten en parte de otro producto tangible antes de ser procesados en cualquier otra forma, excepto si son necesarios para ayudar en el manejo del artículo, se consideran materias primas y comprenden. Bienes que se encuentran en su estado natural, como lo son los minerales, suelos y productos del bosque y del mar. También frutos agrícolas como el algodón, las frutas, el ganado, y los derivados de los animales, entre ellos los huevos y la leche cruda.
- d) **Componentes:** Son artículos ya terminados, listos para su ensamble, o productos que necesitan muy poco procesamiento antes de formar parte de alguna otra materia. Los ejemplos incluyen bujías, llantas y motores eléctricos para autos.
- e) **Materiales procesados:** Se usan directamente en la fabricación de otros beneficios. A diferencia de las materias primas, han tenido algún procesamiento. Como lo es lámina metálica, materias químicas, aceros especiales, maderas, jarabe de maíz y plásticos. A diferencia de los componentes, los materiales procesados no retienen su identidad en el producto final.
- f) **Suministros de operación:** Los bienes de negocios que se caracterizan por un bajo valor monetario por unidad y una corta duración, y que contribuyen a las operaciones de una organización, sin convertirse en parte del producto terminado se llaman suministros de operación. Los suministros pueden ser de dos clases como: operativos que son; lubricantes, carbón, papel para escribir a máquina, lapiceros y productos destinados al mantenimiento y reparaciones pintura, clavos y brocas. Son el equivalente de los bienes de conveniencia en el

terreno industrial, y normalmente se compran con un mínimo esfuerzo, búsqueda y valoración de alternativas.

- g) Servicios de los negocios o servicios a la empresa: Incluyen mantenimiento y servicio de reparaciones como lo es, la limpieza de cristales, reparación de máquinas de escribir y servicios de consultoría por ejemplo, en materia legal, en materia de dirección, en publicidad. La contratación de un proveedor externo, tiene sentido cuando cuesta menos que la contratación o asignación de un empleado para que realice las tareas y cuando se necesita un proveedor externo a causa de una habilidad específica.

#### 4) Clasificación de los productos según su durabilidad y tangibilidad

Se dividen en tres tipos de productos, de acuerdo a la cantidad de veces que pueden ser usados, el tiempo que duran y su tangibilidad:

- a) Bienes de consumo no duraderos: Son aquellos que, siendo tangibles, suelen consumirse rápidamente: cerveza o jabón.
- b) Bienes de consumo duraderos: Son tangibles y generalmente pueden usarse muchas veces: frigoríficos, herramientas mecánicas y ropa.
- c) Servicios: Son intangibles, inseparables, variables y perecederos. En consecuencia suelen exigir un mayor control de calidad, credibilidad por parte del proveedor y adaptación a las preferencias de los consumidores. ejemplo. Un corte de cabello o un servicio de reparación del automóvil.

#### 5) Otros tipos de productos

Otras clasificaciones de productos trascendentes en la formulación de estrategias, son las siguientes.

- a) Productos de consumo popular: Son productos fabricados y destinados a consumidores finales sin la necesidad de un proceso industrial adicional. Se

encuentran en lugares accesibles al público en general y se compran regularmente para satisfacer una necesidad; son productos destinados al mercado masivo.

- b) Productos gancho: Estos no reditúan una ganancia considerable a la empresa, pero sirven para vender otros o para dar una imagen al consumidor de que la empresa cuenta con todo lo necesario.
- c) Productos de impulso: Funcionan, como base para dar a conocer otros productos de reciente creación y características similares; en ocasiones se hacen modificaciones a su diseño antes de su decadencia.
- d) Productos de alta rotación: Son los que se producen en gran cantidad, rápidamente y para una temporada corta como lo son; esferas navideñas, trajes de baño, tiendas de campaña, impermeable y muchas más.
- e) Productos de media y baja rotación: Éstos no tienen una producción masiva. La cual es baja o intermedia de acuerdo con el pedido de cada una de las empresas. Entre otros, pueden citarse mosaicos, materiales eléctricos, estambres y tornillos.
- f) Productos de temporada: Son aquellos que se producen como respuesta a la demanda en las diferentes épocas del año, por ejemplo, juguetes, útiles escolares, y muchos más.
- g) Productos importados: Son elaborados en el extranjero, cuyo precio a veces es muy alto.

En fin la diversidad de productos que existe tanto en su especie como en su género nos sirve para poder comprender, la necesidad de un mercado para poder, así efectuar las actividades de compra venta. De lo cual es muy importante en la presente investigación ya que los problemas se suscitan por la carencia de establecimientos para el comercio, y la mala estructuración de los ya existente, por ende el desorden en la venta de la diversidad de productos que existen. Creando así mercados callejeros o cantonales. Que es un problema muy grave en Guatemala.

Los mercados autorizados por la municipalidad capitalina y satelitales son los siguientes:

mercado	Puestos autorizados	Ubicación
	852	9ª. Av. entre 7ª. y 8ª. calle, zona 1
La Terminal	4,464	0 Av. Entre 7ª. y 8ª. calle, zona 4
sur 2	1,176	6ª. Av. entre 19 y 21 calle, zona 1
La Presidenta	507	2ª. Av. entre 21 y 22 calle, zona 1
Satélite 27 calle	72	Av. Elena entre 27 y 28 calle, zona 3
Satélite Candelaria	114	2ª. Av. de la 32 a la 33 calles, zona 8
Colón	467	13 Av. entre 7ª. y 6ª. calle, zona 1
Satélite Gerona	92	16 Av. entre 15 y 15 calle "A", zona 1
Parroquia Central	623	Calle Martí y 11 Avenida, zona 6
Satélite 3 de Mayo	156	10ª. Calle y 15 Av. "A", zona 6
Cervantes	143	Avenida Elena y 18 calle, zona 3
La Palmita	504	16 Av. entre 26 y 27 calle, zona 5
Satélite Santa Ana	225	33 Avenida, zona 5
El Guarda	2,989	3ª. Av. entre 2ª. y 3ª. calle, zona 11
Villa de Guadalupe	111	14 Av. entre 18 y 19 calle, zona 10
Satélite Cantón 21	21	17 Av. y 4ª. calle, zona 14
El Granero	1,152	28 calle final Vía 1, zona 4
San Martín de Porres	967	18 Av. entre 1ª. y 1ª. calle "A", zona 6
Satélite kennedy	55	3ª. Av. y 4ª. calle, zona 18
Satélite Maya	160	Manzana 12 calle principal, zona 18
La Florida	1,087	12 Av. Y 5ª. calle, zona 19
Florida Satélite	43	2ª. calle entre 7ª. y 8ª. Avenidas, zona 19
El Gallito	328	13 calle entre 2ª. y 3ª. Avenidas, zona 3
Satélite el Sauce	56	1ª. Av. y 3ª. calle, zona 1
Satélite Trinidad	10	5ª. Av. y 14 calle, zona 3
Satélite Unibus	17	6ª. Av. Y 12 calle "B", zona 3
San José Mercantil I	627	5ª. calle y 12 Av. Quinta Samayoa, zona 7
La Candelaria	73	5ª. Av. y 25 calle, Proyecto 4-3, zona 6
La Reformita	231	11 Av. entre 22 y 23 calles, zona 12
La Asunción	130	35 Av. y 18 calle, zona 5
Satélite el Tierrero	169	
Satélite la Chácara	51	
De Flores	108	Avenida El Cementerio y 18 calle, zona 3

<b>mercado</b>	<b>Puestos autorizados</b>	<b>Ubicación</b>
Roosevelt	264	12 Av. y 11 calle, zona 11
Satélite 12 avenida	79	12 Av. Entre 4ª. y 5ª. calle, zona 11
Santa fe	112	11 Av. y 2ª. calle Santa Fe, zona 13
Bethania	267	11 Av. y 27 calle, zona 7
Satélite Landívar	43	6ª. Av. y 9ª. calle Landívar, zona 7
Satélite la Verbena	19	20 calle Final y Avenida el Cementerio, zona 3
Justo Rufino Barrios	87	Col. Justo Rufino Barrios, zona 21

Fuente: Dirección de mercados abastos, Agosto de 2008.

## CAPÍTULO III

### 3. Vendedores ambulantes

Los guatemaltecos para poder subsistir y poder sostenerse decorosamente, con las necesidades básicas a la familia, se ha visto obligado a realizar actividades, por sus propios medios como es la venta informal, por las diversas calles y avenidas de la ciudad.

#### 3.1. Definición

“Se considera venta ambulante o no sedentaria la realizada por comerciantes fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual, ocasional, periódica o continuada, en los perímetros o lugares debidamente autorizados, en instalaciones comerciales desmontables o transportables, incluyendo los camiones tienda.”<sup>21</sup>

“Son las personas que teniendo capacidad de trabajar y que ejerzan habitualmente el comercio, sin tener establecimiento abierto, venden sus mercaderías al público y lo hacen en la vía pública.”<sup>22</sup>

“Comerciantes ambulantes son: vendedores informales las personas que se dediquen por cuenta propia al comercio de bienes o servicios en el espacio público como medio básico de subsistencia, se denominarán vendedores informales.”<sup>23</sup>

#### 3.2. Clasificación de los vendedores ambulantes

Esta clasificación se establece según, la municipalidad, es la manera en la cual denominan a los diversos vendedores que ocupan un espacio en los mercados autorizados en Guatemala.

---

<sup>21</sup> Mocho, Francisco. **Economía diccionario de economía política**. Pág. 82.

<sup>22</sup> Pérez Riera, Rafael. **Consideraciones sobre el mercado central**. Pág. 30.

<sup>23</sup> Díaz, José Roberto. **Institución del derecho administrativo**. Pág. 50.



## **1. Clasificación municipal**

- **Buhoneros:** Las personas que venden en forma ambulante y sin establecimiento fijo, mercaderías fabricadas o manufacturadas en el país o extranjero. Vendedores de cigarrillos, chicles, dulces fósforos, confites e impresos a las personas que sin tener establecimiento abierto al público, portan vitrinas portátiles o cajas manuales ofreciendo en calles, plazas y parques.
- **Vendedores de productos naturales:** Las personas que sin tener establecimiento abierto al público, venden estos artículos en calles, ciudades y plazuelas transportando sus productos en vehículos semovientes o consigo mismo.
- **Vendedores de golosinas:** Alimentos confeccionados y dulcería doméstica: que sin tener establecimiento abierto al público expenden sus productos en las calles, plazuelas y parques.

## **2. Otras clases de vendedores ambulantes**

También se ha establecido una clasificación de los vendedores ambulantes según la doctrina.

- a) **Comercio ambulante:** Toda actividad lícita que efectúan las personas que transitan por la vía pública y hacen de la venta de toda clase de mercancías o prestación de servicios, su medio normal de vida cualquiera que sea la vía de la locomoción que utilicen en su desempeño.
- b) **Comercio en puestos fijos:** Movimiento comercial o de prestación de servicios que se ejerza en locales instaladas en la vía pública. Tendiendo el mismo carácter la comercialización de cualquier producto, realizado a través de máquinas expendedoras en la vía pública.

- c) Comercio en puestos semifijos: Es todo dinamismo comercial o de prestación de servicios, en la vía pública que se ejerza en unidades móviles, independientemente de cuál sea su forma de tracción y que estacione en un lugar determinado de las calles, en tanto no establezca permanencia en dicho sitio.
- d) Vendedores informales ambulantes: Los que realizan su labor recorriendo las Vías y demás espacios de uso público, sin estacionarse temporal o permanentemente en un lugar específico, utilizando un elemento móvil portátil o su propio cuerpo para transportar las mercancías.
- e) Vendedores informales semiestacionarios: Los que realizan su labor recorriendo las vías y demás espacios de uso público, estacionándose de manera transitoria en un lugar, con la facilidad de poder desplazarse a otro sitio distinto en un mismo día utilizando elementos tales como carretas, carretillas, tapetes, telas, cajones rodantes o plásticos para transportar las mercancías.
- f) Vendedores informales estacionarios: Son las personas, que para ofrecer sus bienes o servicios, se establecen de manera permanente en un lugar determinado del espacio público, previamente definido por la respectiva autoridad municipal o distrital, mediante la utilización de kioscos, toldos, vitrinas, casetas o elementos similares.

En ese sentido, cabe señalar que en la actualidad existe una amplia variedad de vendedores, los cuales, se pueden clasificar según el tipo de cliente al que prestan sus servicios o según el tipo de actividad que realizan.

En fin una gran variedad pero en la presente investigación si trataran las más importantes, como se podrá ver a continuación:

Tipos de vendedores se según la actividad que realizan y se clasifican:

- 1) Según el tipo de cliente al que prestan sus servicios
  - a) Vendedores de productores o fabricantes: Este tipo de vendedores representan directamente a los productores o fabricantes de productos o servicios. Por lo general, se especializan en algún tipo de cliente o mercado por ejemplo: compañías industriales, mayoristas, distribuidores, expendedores o consumidores directos.
  - b) Vendedores de mayoristas: Estos representan al intermediario o mayorista, quien tiene existencias de muchos productos de varios manufactureros distintos. Por lo general, estos intermediarios o mayoristas, y por ende sus vendedores, se dedican a la reventa de artículos a aquellos clientes que consideran más conveniente hacer pedidos de cantidades pequeñas de muchos productos a unos cuantos distribuidores, en vez de hacer pedidos individuales con cantidades mayores a cada fabricante.
  - c) Vendedores de minoristas al menudeo o detallistas: Esta clase de vendedores constituye el núcleo de la porción de cualquier fuerza nacional de trabajo dedicado a "ocupaciones de ventas". Están tras los mostradores en los establecimientos de menudeo de todo el mundo. Como lo son; supermercados, tiendas departamentales, librerías, ferreterías, restaurantes, y muchas más. Con frecuencia este tipo de mercaderes suelen estar mal pagados y desentrenados, muchos pueden ser clasificados como tomadores de órdenes en lugar de vendedores en el sentido auténtico.

Sin embargo, otros tienen un buen entrenamiento, obtienen ingresos excelentes y disfrutan de oportunidades favorables de adelanto (ascenso) a la administración de la tienda o cadena comercial.

## 2) Clasificación según el tipo de actividad que realizan

- a) **Vendedores repartidores:** en este trabajo, los vendedores entregan el productos, como lo son; refrescos o gasolina y dan servicio al cliente. Sus responsabilidades acerca de la toma de pedidos son secundarias, aunque la mayoría de estos vendedores están autorizados y son recompensados por encontrar oportunidades de aumentar las ventas a las cuentas actuales. Por lo general, el único requisito indispensable para que conserven su mercado es el de mantener un buen servicio y un trato agradable.
- b) **Vendedores internos o de mostrador:** Estos vendedores, se localizan en las oficinas o salas de exhibición de los establecimientos de ventas o locales comerciales. Su actividad consiste, en atender a los clientes, tomar sus pedidos y ayudarlos durante su permanencia en el local comercial., estos vendedores rara vez se auxilian a incrementar las ventas; sin embargo, pueden sugerir y enaltecer el producto.
- c) **Vendedores externos o de campo:** El trabajo de estos consiste en visitar a los clientes en el campo para solicitarles un pedido. La mayor parte de las ventas que realizan este tipo de vendedores son órdenes repetitivos de clientes fijos, por tanto el vendedor suele dedicar buena parte de su tiempo a las actividades de apoyo, como ayudar a los distribuidores con la promoción y capacitar a sus vendedores. Estos comerciantes son considerados tomadores de pedidos externos. Sin embargo, es habitual que también se les asigne la búsqueda de nuevos clientes o se les encargue la introducción de nuevos productos en el segmento de clientes actuales.
- d) **Vendedores de promoción de ventas o itinerantes:** El trabajo de éstos, consiste en brindar información y otros servicios a los clientes actuales y potenciales, además de realizar actividades de promoción y fomentar la buena voluntad de los mismos hacia la empresa y sus productos. Este tipo de vendedores no solicitan pedidos. los

representantes de empresas farmacéuticas que visitan médicos y representantes de editores que presentan información concerniente a libros nuevos o futuros a profesores universitarios, llamados frecuentemente visitadores.

- e) Vendedores técnicos o ingenieros de ventas: Estos ya mencionados comerciantes tienen la capacidad para explicar el producto al cliente, adaptarlo a sus necesidades particulares y/o ayudarlo a resolver sus problemas técnicos; por tanto, son muy necesarios para la venta de artículos tecnológicos complicados como lo es la maquinaria, computadoras, equipos electro médicos, software especializado, Por lo general, éstos vendedores técnicos o ingenieros de ventas ayudan a los representantes de ventas ante un problema u oportunidad específicos, sobre la base de la necesidad de tal ayuda.
- f) Vendedores creativos o consejeros: Este prototipo de vendedores, son los llamados obtenedores de pedidos. Existen dos clases de éstos:
- Los que buscan nuevas ventas con clientes actuales y;
  - Los que buscan ventas con nuevos clientes. Algunos los llaman vendedores cazadores, y por lo regular las personas idóneas para este trabajo son los vendedores maduros, ya que es un trabajo duro y valioso.
- g) Vendedores misioneros: También llamados propagandistas, trabajan a través de mayoristas, intermediarios o distribuidores, cuyos propios vendedores venderán a los clientes últimos, éstos vendedores tienen como objetivo vender a favor de, esto es, el fabricante proporciona la asistencia de su fuerza de ventas a sus clientes mayoristas con objeto de que el producto sea aceptado en forma efectiva por los detallistas.
- h) Vendedores comercializadores: Comúnmente se les da el nombre de promotores. Su trabajo consiste básicamente en proporcionar asistencia promocional a los

detallistas para que éstos incrementen sus volúmenes de venta de un determinado producto o línea de productos. Estos vendedores enfocan su atención en la promoción de ventas por ejemplo, demostraciones, degustaciones, entrega de muestras, y en la publicidad; por tanto, el esfuerzo de venta personal no es tan importante para ellos.

- i) Vendedores de puerta en puerta o de casa en casa: Su trabajo consiste, en visitar a sus clientes en perspectiva en sus hogares, para intentar venderles sus productos como enciclopedias, cosméticos, electrodomésticos, y otros o servicios de jardinería, limpieza, televisión por cable, esta venta es quizá la más difícil de todas, ya que tiene que llamarse a muchas puertas y a menudo hacerse varias presentaciones, antes que sea cerrada una venta. Pero con entrenamiento apropiado y hábitos firmes de trabajo, la ley de probabilidades trabaja en favor de éstos vendedores y las comisiones por venta son buenas ordinariamente.
- j) Vendedores online o por Internet: Este tipo de vendedores utiliza los medios disponibles en la red sitios web propios o de terceros y el correo electrónico para ofrecer y vender sus productos o servicios. Sin embargo, para lograr ventas, debe primero generar una imagen de confianza en su público, por ejemplo, incluyendo en sus cartas de venta testimonios de otros compradores, brindando asesoramiento gratuito o proporcionando información mediante un boletín electrónico.

### **3.3. Causas del aumento de vendedores ambulantes**

La economía informal, quienes forman parte de ella y porque está creciendo, trazar un mapa de los vendedores informales a fin de comprender su tamaño, composición y evolución es una tarea extremadamente difícil e inevitablemente imprecisa de comprender. Ello se debe a que se han utilizado diferentes definiciones de economía informal como comerciantes ambulantes, vendedores ambulantes, o vendedores callejeros por mencionar algunas definiciones. La información recogida a medida que se ha necesitado saber del porque del crecimiento de estos, es imprecisa y los informes al final son de forma periódica, y la fiabilidad de los datos es desigual.

Por lo cual es muy difícil tener una certeza de su crecimiento.

Ya que estos siguen creciendo, desenfrenadamente por la pobreza que existe en el país, Hasta ahora, la Organización Internacional de Trabajo, únicamente ha reunido estadísticas sobre el empleo en empresas del sector informal, que fue el concepto utilizado por la la organización antes mencionada y para el cual existe una definición acordada internacionalmente adoptada por la conferencia Internacional de estadísticos del Trabajo. Es importante indicar que la información disponible hace referencia a empresas y mano de obra, pero no a la contribución de la economía informal al producto Interno Bruto. La economía informal, como un nuevo suceso socioeconómico y manifestación social, obedece a tres aspectos:

- El coyuntural: La economía formal y el aparato productivo de bienes y servicios han sido incapaces de proporcionar empleo estable y bien remunerado a los trabajadores en general y a los jóvenes y mujeres que se incorporan cada año al mercado de trabajo, lo cual se agudiza por los programas de reajuste económico, las migraciones internas y externas, sobre todo a la gran ciudad provenientes del campo o de las ciudades pequeñas y marginales, así como por la aplicación indiscriminada de las nuevas tecnologías del aparato productivo.
- El estructural: Aunque la economía informal inició por la insuficiencia del desarrollo industrial, se ha convertido en una situación permanente, como consecuencia de la crisis del capitalismo.
- Las políticas neoliberales. La economía informal se ha desarrollado y se consolida como parte de la nueva economía globalizada con el máximo de descentralización operativa.

Para los trabajadores de la economía informal ésta actividad ha sido la vía, para satisfacer sus necesidades elementales. Entre las que se encuentran las siguientes.

- Los ingresos que perciben son superiores a los mínimos establecidos que se pagan en el país.
- La continúa amenaza del desempleo y la inestabilidad en el trabajo asalariado.
- La idea de independencia frente al trato de los patrones.
- La ilusión de la mejoría por el esfuerzo propio.

Pero, a pesar de lo difícil que es para los vendedores ambulantes poder establecerse en un lugar determinado y poder vender sus productos, siempre son buscados por el pueblo en forma habitual, acude a este subsector de la economía por varias razones como la proximidad, el encontrar los productos más económicos, pero se olvidan de asumir su responsabilidad y hacer cumplir la reglamentación, el aseo y asegurar el respeto al derecho de terceros.

Por lo antes citado, bien vale la pena pensar en el que rol, juegan las personas que intervienen como actores en esta relación económica, ya que la sociedad es parte y juez, a la vez, la primera cuando acude a comprar y la segunda cuando reclama el respeto a su derecho para transitar sin problemas por las calles, y también de seguridad personal y pública, la higiene, el aseo de las zonas afectadas por esa actividad.

También, unas de las raíces de los vendedores informales en Guatemala, son los emigrantes, de las zonas rurales del país, que no encuentran trabajo en sus regiones de origen, o los que laboran en su región por lo regular devengan salarios muy por debajo del salario mínimo, lo cual no les es suficiente para poder subsistir decorosamente.

Por lo regular los emigrantes, son trabajadores campesinos, mozos, jornaleros o cuadrilleros. Los son de muy escasos recursos y de muy poca educación, y deciden desplazarse, al centro de la ciudad, para buscar empleos, en donde puedan devengar



salarios más decentes, pero se da el caso que la exagerada emigración al centro de la ciudad, hace que los empleos sean escasos para todos, siendo una tarea difícil encontrar trabajo.

Frente a la necesidad de sobrevivir, deben desempeñar cualquier actividad que les permita obtener un ingreso. Estos emigrantes, así como los que recién se incorporan al mercado de trabajo urbano, carecen de capital y de capacitación técnica. Por ello, las actividades que podrán realizar, determinan la primera característica del sector. La facilidad de entrada, por el poco capital comprometido y escasas habilidades exigidas esto a su vez determina que la división del trabajo se a rudimentaria.

La principal característica de las unidades de producción del sector es que no se comportan como empresas típicamente capitalistas. Se sostiene que siendo escaso el capital fijo, no puede trasladarse de una rama a otra de producción, aunque la tasa alternativa de rentabilidad lo aconsejara. En las empresas no típicamente capitalistas existen patrones y empleados, pero el propietario no busca maximizar su tasa de ganancia, sino simplemente obtener un ingreso mayor al que obtendría como simple asalariado, pero no cerrará sus puertas o cambiará su negocio por la existencia de tasas diferenciales de utilidad.

Sintetizando, para esta corriente, las principales características del sector informal son:

- Urbano: Facilidad de entrada, poco capital, escasas calificaciones y rudimentaria.
- División del trabajo: Organización no capitalista de la producción, esta última la principal.

### **3.3.1. Los mercados satélites o callejeros**

La carencia de mercados es vidente, ya que para 400,000 habitantes solo hay ocho ósea 50,000 habitantes por mercado. De donde es natural la falta de espacio en los

predios actuales, los cuales se encuentran abarrotados con todos los comerciantes por lo cual los vendedores informales se ven en la necesidad de ocupar lugares afuera del espacio establecido por los mercados. En la actualidad, en la capital funcionan 23 mercados minoristas municipales y 17 llamados satelitales, con una población autorizada por la comuna de 18,670 inquilinos.

Se denomina mercado minorista municipal, a todo aquel que efectúa actividades de comercio menor de abastecimiento de productos básicos y otros, dentro de un edificio establecido. En el caso de los que lo hacen en la vía pública, se les conoce como mercados satélites. Y allí es en donde se ejerce el comercio ambulante, afueras del establecimiento, para el ejercicio del comercio, la municipalidad capitalina los ha denominado vendedores informales.

El aumento considerable de estos vendedores, no solo es por vender fuera de los mercados sino también por la falta de ellos o la insuficiencia de espacio en los ya establecidos para ello.

Los mercados, han surgido por los vendedores que ofrecen sus productos y ventas de objetos indeterminados alrededor de los mercados; es este sistema es el del pequeño vendedor informal, que escoge un lugar al aire libre y se sienta en el suelo generalmente.

A pesar de que la municipalidad impone un fuerte impuesto a estas personas, prefieren pagarlo y quedarse allí, lo cual se traduce en aumento del precio del artículo, en deficiencia sanitaria e higiénica; a pesar de estos inconvenientes, el público muchas veces prefiere comprarles a estas personas, por los precios más cómodos y facilidad para comprar.

Otra de las consecuencias de la carencia de mercados, son los denominados ambulantes, que se observan en algunas calles de esta ciudad. Un ejemplo típico es el de la sexta avenida de la zona uno de esta ciudad capital. Las aceras y parte de las calles, se llenan de vendedores, a pesar de la guardia de los policiales civiles y municipales, y los desalojos que ocurren frecuentemente por la municipalidad capitalina

no abandonan el lugar; aunque a la fuerza lo hagan momentáneamente, regresan y siguen vendiendo.

Las condiciones así como lugares de ventas como su higiene son absolutamente nulas, no así la situación de comercio, pues la necesidad de mercados para el público de estos sectores, es el factor principal en la formación de estas clases de lugares de venta.

Nichos de mercado, es un grupo con una definición más estrecha que el segmento de mercado. Por lo regular es un mercado pequeño, cuyas necesidades no están siendo bien atendidas

Complementando ésta definición, a diferencia de los segmentos de mercado que son grupos de mayor tamaño y de fácil identificación, es un grupo más reducido de personas, empresas u organizaciones, con necesidades o deseos específicos, voluntad para satisfacerlos y capacidad económica para realizar la compra o adquisición.

Características del nicho de mercado:

En general, un nicho de mercado presenta las siguientes características:

- a) Es la fracción de un segmento de mercado. Es decir, cada nicho presenta algunas particularidades que la distinguen de otros nichos o del segmento en su conjunto.
- b) Es un grupo pequeño. La componen personas, en una cantidad reducida comparándola con el segmento de mercado al que pertenece.
- c) Tienen necesidades o deseos específicos y parecidos: Por lo general, consisten en sueños muy particulares, y que además, tienen su grado de complejidad, por lo cual, este grupo está dispuesto a pagar un extra para adquirir el producto o servicio que cumpla con sus expectativas.

- d) Existe la voluntad, para satisfacer sus necesidades o deseos. Es decir, presentan una buena predisposición, por adquirir un producto o servicio que satisfaga sus expectativas, y en caso de las empresas antes mencionadas, tienen la capacidad de tomar decisiones de compra.
- e) Existe la capacidad económica. Cada componente del nicho de mercado tiene la suficiente capacidad económica, que le permite incurrir en los gastos necesarios para obtener el satisfactor de su necesidad o deseo. Incluso están dispuestos a pagar un monto adicional al promedio por lograr una mejor satisfacción.
- f) Requiere operaciones especializadas. Con características específicas e incluso complejas, el nicho de mercado requiere de proveedores especializados y capaces de cubrir sus expectativas.
- g) Existen muy pocas o ninguna empresa proveedora: En aquellos nichos de mercado donde las particularidades y la complejidad de sus desdichas o aspiraciones requieren de una alta especialización, es normal que no existan más de una o dos empresas proveedoras, incluso puede darse que no exista ninguna.

### **3.3.2. Que provocan los mercados satélites o callejeros**

Cada año el crecimiento de la ciudad, da como resultado una mayor afluencia de personas y automóviles en las calles, viabilidad que muchas veces es obstruida por ventas ubicadas en aceras, avenidas y bulevares. Los mercados satelitales que existen en los cuales causan molestias a los vecinos por lo que les obstruyen el paso, en el país la inseguridad que provocan por la presencia de personas ajenas al sector muchas veces por los delincuentes que se da en el lugar y la contaminación ambiental que causan estos, por no tener las mediadas higiénicas adecuadas de un mercado que se forman y se expanden cada vez mas sin que la municipalidad les tome importancia como unos de sus servicios públicos, las causas más relevantes de la inseguridad de los mercados satelitales son las siguientes.

## 1) La obstaculización en la viabilidad de los automóviles

Debido a que los vendedores informales, no tienen un establecimiento fijo para poder ejercer el comercio de su diversidad de productos, la gran parte de la economía informal ha utilizado las aceras, avenidas y bulevares de la ciudad para poder vender, por lo cual provocan bloqueo de calles lo cual obstaculizan la viabilidad a los automóviles siendo un gran peligro para las personas, que circulan en el lugar las calles se reducen y los vehículos pasan muy cerca de las personas que caminan en ellas, por que las aceras han sido bloqueadas por los vendedores informales, siendo un peligro latente para la seguridad del ciudadano.

Pero no olvidemos que también es un peligro latente para los mismos automotores que circulan por el lugar, porqué debido a la obstaculización de las calles, y los reducidos espacios en donde tienen que pasar ah provocado muchos accidentes de tránsito, por la necesidad del automovilista de llegar a su destino rápido y su desesperación por la obstrucción hechas por los vendedores, las precauciones que tiene que tener con la gente que camina, olvidando muchas automotores que están en la misma situación. Causando así choques automovilísticos, siendo algo que perjudica más la situación vial. Es por ello que en operativos conjuntos entre la dirección de abastos y la policía municipal están recuperando las banquetas en distintas zonas de la ciudad capital.

## 2) La delincuencia que existe en los mercados satelitales

En la ciudad de Guatemala, de acuerdo a las últimas encuestas los guatemaltecos vivimos en un ambiente de inseguridad, es por eso mismo que el plan Guatemala 2020, contiene una estrategia sectorial para suprimir, dentro de la ciudad, la inseguridad, pero en el presente trabajo nos vamos a referir específicamente a la inseguridad en los mercados tanto centrales como cantonales o minoristas y también a los mercados satelitales lo cual estos últimos que son el objetivo de la presente. Ya que la inseguridad en los mercados es grande hoy en día como lo es en toda la república de Guatemala, en la ciudad capital usted como ciudadano conoce, si no es que ha sido víctima, de la cantidad de amenazas, robos, lesiones, asaltos y delitos, que atentan contra la integridad física de los guatemaltecos y sus secuelas.

Actualmente, este es un gran problema en los mercados satelitales porque, las ventas se hacen en las calles, y sin control de autoridades, tanto de parte de la policía nacional civil como la municipal, y da a lugar a que muchos ladrones que circulan libremente viendo a las demás personas que compra para después apoderarse ilícitamente de sus bienes y su dinero que tienen para hacer sus compras, actualmente se ha dado robos en los mercados todos los días, pero no solo los las personas que circulan en los mercados sufren de estos maleantes si no también, los mismos vendedores informales ya que actualmente las diversas marras o pandillas, que existen en la ciudad están extorsionando a los vendedores para que en determinado tiempo les paguen una cuota de dinero, para poder vender en el lugar y no ser víctimas de las amenazas de muerte o daños personales de las mismos pandilleros, que les cobran los mal llamados impuestos.

Las investigaciones también han mostrado que no ha existido una política de Estado, de allí que el Plan Guatemala 2020 dentro de su área de seguridad ciudadana, contemple gestionar las necesidades de seguridad urbana local coordinándola con los entes oficiales y responsables, sin dejar a un lado la participación del vecino.

### 3) La poca higiene que existen en los mercados satelitales

Los mercados en la ciudad capital, se encuentran en estados deplorables de salubridad. La falta de controles higiénicos, en los sectores aledaños y dentro de los 23 mercados llamados minoristas (cantonales) y 17 llamados satelitales, es un problema de salud, que es nociva a las personas, y que un proyecto para remediar esto afecta el presupuesto público de la Secretaría de Salud, ya que es de alto costo su mantenimiento

El manejo deficiente de los productos alimenticios, que se expenden en los mercados capitalinos siendo el más grande y más deficiente en higiene la terminal de la zona cuatro, mercado el Guarda de la zona siete, San José de la Quinta Samayoa de la zona siete de esta capital, y la florida de la zona 19, por mencionar unos cuantos de los más grandes de la ciudad y de los de más buscados por los compradores, pero con poca

salubridad y no cumpliendo con las medidas sanitarias respectivas y las mismas son focos constantes y criaderos de bacterias y parásitos, así como uno de los factores que elevan el gasto en el sistema de salud.

Los mercados no manejan de manera eficiente y seguro los alimentos del agro, según el informe del departamento de salubridad pública quien informó de los planes que tiene esa Secretaría para mejorar la salubridad de los mercados nacionales. En la terminal de la zona cuatro por dar un ejemplo, los tomates se depositan encima de una mezcla de lodo y excrementos de animales donde los consumidores compran el producto. Tampoco hay un lugar para establecer los animales, motivo por el cual se ven perros, chivos, puercos y aves ratas, por doquier, comiendo y defecando casi encima de los alimentos que se negocian en este mercado.

Del mismo modo sucede en el mercado el guarda donde varios productos tienen contacto con aguas residuales de los deplorables baños que existen allí. Las carnes son saboreadas por moscas y alimañas en medio de un olor a sangre y, en algunos casos, materia descompuesta.

La ausencia de una campaña de conciencia del manejo higiénico de los alimentos es visible en los mercados, mayor mente en los mercados satelitales, donde los principales actores que contribuyen a este problema son personas que tienen poco conocimiento del manejo saludable de alimentos.

Asimismo, el estado de los baños públicos es preocupante. Son bombas de enfermedades y contaminación que en cualquier momento estallan, por el cruce de las materias fecales en las áreas destinadas a la venta de productos del agro. Aquí los animales se alimentan con los alimentos que luego son vendidos y transportados a distintos puntos del país, escapando de las medidas de control de salubridad establecidas para la venta de los productos alimenticios establecidos.

Actualmente el programa de ordenamiento y modernización, que la dirección de Abastos de la comuna, ha estado llevando a cabo en los distintos mercados capitalinos incluye un moderno sistema de lavado. Con este fin, a principios de este año se

adquirió una hidrolavadora, para efectuar una limpieza profunda en pisos y paredes de los 23 centros de abastecimiento de la ciudad y la central de mayoreo.

La máquina está provista de motor, depósito, manguera, pistolas de riego y boquillas. Hasta la fecha ha sido utilizada en los mercados de La Florida y Bethania, zona siete; Santa Fe, zona 13, y San Martín de Porres, zona seis.

Recientemente, se ejecutó la limpieza profunda de piso en el sector que habían ocupado vendedores ambulantes en las cercanías del Hospital Roosevelt, con el apoyo del comisario William Laparma, de la policía municipal, quien facilitó el agua.

### **3.4. Propuestas de la municipalidad para reubicar a los vendedores ambulantes**

Como se había establecido anteriormente en este capítulo, en la actualidad, en la capital funcionan 23 mercados minoristas municipales y 17 llamados satélites, con una población autorizada por la comuna de 18,670 inquilinos.

Se denomina mercado minorista municipal, a todo aquel que efectúa actividades de comercio minorista de abastecimiento de productos básicos y otros, dentro de un edificio establecido. En el caso de los que lo hacen en la vía pública, se les conoce como mercados satélites.

Por lo cual la municipalidad capitalina, en vista del gran crecimiento que tienen estos y el poco espacio que hay para poder crear nuevos mercados, ha tomado ciertas medidas para poder reubicar a los vendedores informales estos mediados son las siguientes.

#### **3.4.1. La creación de abastos**

Todos los mercados cuentan con un administrador, que es un representante de la Municipalidad de Guatemala ante los inquilinos, para escuchar sus necesidades y resolver problemas. Algunos también tienen a su cargo uno o más mercados satélites.



Una política de la dirección de abastos, ha sido fomentar la organización y participación comunitaria, por lo que en todos los mercados hay una junta directiva o un grupo de apoyo organizado, que representa a los inquilinos ante la comuna capitalina.

Para cumplir esos fines la referida municipalidad, creo la dirección de abastos nació el 16 de abril de 2001, como respuesta a la necesidad de reestructurar la actividad de mercados minoristas y mayoristas, y sustituir a la antigua dirección de servicios públicos.

Desde la creación de esta dependencia edil, el servicio de administración de abastos en la ciudad de Guatemala es más eficiente, moderno, honesto y transparente. En dicha dirección laboran 71 personas, quienes cada día brindan, con su trabajo, un excelente servicio a su comunidad. Está integrada por tres unidades.

- 1) Mercados minoristas municipales.
- 2) Central de mayoreo (Cenma).
- 3) Servicios sanitarios municipales.

**Visión:** Contar con un abastecimiento, tanto mayorista como también minorista, eficiente, organizado, auto sostenible o con el menor subsidio posible, en instalaciones modernas y funcionales, que permitan el ingreso ordenado de vehículos y peatones. Además debe tener la capacidad suficiente, para cubrir la demanda de los capitalinos, con el fin de mantener la ciudad ordenada y libre de ventas que perjudiquen a comerciantes y vecinos.

**Misión:** Lograr una administración municipal eficiente, eficaz y transparente en el sistema de abastecimiento mayorista y minorista de comercialización, con la participación de grupos de apoyo representativos que trabajen por el bienestar del inquilino en la administración de los recursos generados por el mercado, con apoyo en la empresa privada y el Gobierno central para el mantenimiento de los edificios y la

creación de nuevos lugares de venta, También, lograr una administración más eficaz y coordinada de los vendedores no autorizados, al mantenerlos en lugares adecuados.

- Fomentar que la Dirección de Abastos sea un ente regulador del sistema de abastecimiento mayorista y minorista.
- Tener una administración, donde se velará para que se cumplan los principios y valores inherentes a honestidad, responsabilidad, eficiencia, transparencia y mística de servicio.
- Ceñirse irrestrictamente a los reglamentos y ordenanzas municipales, leyes vigentes del país y Constitución de la República de Guatemala.
- Respeto y trato, sin discriminación ni preferencias, a todas las personas.
- Fortalecimiento de la actividad comercial de los sectores involucrados en el abastecimiento de productos a la ciudad de Guatemala.

### **3.4.2. Central de mayoreo**

A causa del acelerado incremento de la población de la ciudad de Guatemala, en la década de 1980 los límites de la jurisdicción municipal fueron superados, por la progresiva concentración urbana.

Dicho desbordamiento dio origen a la conformación de asentamientos en el perímetro de la ciudad, así como en los municipios que forman el núcleo de mayor crecimiento metropolitano.

La terminal, ubicada en la zona cuatro, que con el correr de los años se convirtió en el mayor centro de comercialización agropecuaria de mayoristas y minoristas, no pudo mantenerse al margen de este fenómeno.

Lo anterior dio como resultado congestión vial, formación de ventas ambulantes y áreas donde se mezclaban los anteriormente mencionados, entre otras.

La municipalidad de Guatemala, con el fin de paliar estos problemas, presentó el proyecto de construcción, equipamiento, puesta en operación y asesoramiento técnico de la central de mayoreo, para racionalizar los sistemas y canales de comercialización agrícola mayorista de productos en la ciudad, cuyos objetivos básicos fueron.

- Disminuir las pérdidas físicas de los productos agrícolas, y con ello incrementar el abastecimiento de alimentos.
- Contribuir a mantener la calidad de los productos, para que sean consumidos en mejores condiciones sanitarias.
- Reducir los márgenes de comercialización de los productos, con impacto en los precios al consumidor final.

Cenma, es el primer centro de abastecimiento de productos perecederos de Guatemala. Construido en la década de 1980, comenzó a operar a finales de 2000, durante la gestión del Alcalde Fritz García Gallont.

La central de mayoreo está ubicada al sur de la ciudad de Guatemala, con un terreno de 38.92 hectáreas, que colinda al norte con el área residencial Monte María; al sur con el proyecto habitacional El Mezquitil; al occidente, mediante una vía de acceso, con las colonias Villa Lobos I y II, y al oriente con un barranco profundo identificado como quebrada El Frutal, que los separa de la colonia Ciudad Real.

Se encuentra situada dentro del límite geográfico del municipio de Villa Nueva, en la periferia inmediata a la ciudad, dentro de una zona intermedia de expansión urbana que a partir de la década de 1960 ha mostrado un acelerado crecimiento poblacional. Este fenómeno hace que la Cenma se esté convirtiendo, gradualmente, en un potencial

epicentro respecto del área metropolitana, por ser el mayor sector de reserva con vocación urbana que existe al sur del valle de Guatemala.

Cenma está dividida en 19 galpones, clasificados de la siguiente manera, de acuerdo con los productos que ofrecen: papa, Güisquil y verduras varias tomate, chile pimiento pepino, Cebolla aguacate, jalapeño, Abarroterías, cebollas, granos básicos, especias abarroterías, Comedores y depósitos, Banano, manzana y depósitos de artículos varios Bananos y plátanos, Mariscos (proyecto Servipesca), Bodegas, granos básicos y abarrotes, Verduras, varios, mayoristas, Mercado de piso de plaza, al menudeo Cítricos, Piña y papaya, Sandía y melón.

### **3.4.3. Mercados cantonales ideales en la ciudad de Guatemala**

La municipalidad de Guatemala se ha ocupado en brindar a los vecinos que visitan a diario los mercados cantonales instalaciones más limpias, seguras y ordenadas también las autoridades de la dirección de abastos de la comuna metropolitana dan un seguimiento continuo a dicha labor, para ofrecer un ambiente más agradable a los capitalinos que hacen sus compras en estos centros de abastecimiento.

Los cambios no sólo benefician a los compradores, sino también a los 4,906 inquilinos de los mercados, quienes están muy complacidos con la tarea que ejecuta la referida dependencia edil. En el marco de este cambio y con el fin de mejorar el estado físico de los mercados urbanos, se ha trabajado en la pintura externa de sus instalaciones.

Por mencionar hoy en día se han pintado, ya los siguientes centros de abastecimiento: La Palmita, zona cinco; Justo Rufino Barrios, zona 21; Roosevelt, zona 11; Cervantes zona tres; Asunción, zona cinco; zona uno, y mercado de Flores, zona tres.

Candelaria y Parroquia, zona seis; Central, Colón y Presidenta, son algunos cuantos mercados que hasta la fecha están dentro del proyecto de los mercados ideales y que poco a poco los propios inquilinos han tomado iniciativa para mejorar el servicio a los visitantes de los mercados cantonales. Como propuesta municipal para mejorar los mercados. La comuna metropolitana efectúa periódicamente el programa tren de

limpieza en los mercados cantonales, a través de la dirección de abastos, con el apoyo de las juntas directivas e inquilinos de los centros de abastecimiento.

Esta labor incluye la limpieza de drenajes, que se ejecuta con el apoyo de la empresa municipal de agua.

Con estas actividades, la municipalidad de Guatemala busca mantener espacios limpios y agradables donde los inquilinos y usuarios de los mercados cantonales gocen de mayor tranquilidad, en un ambiente cómodo y saludable. Los mismos ocupantes de varios mercados se dieron a la tarea de llevar a cabo una limpieza minuciosa en pasillos y puestos de ventas, tanto en el interior como en el exterior de las instalaciones.

El tren de limpieza ha sido todo un éxito en los mercados La Villa, Cervantes, San José Mercantil, Sur dos, La Presidenta, Central, Bethania, San Martín, Justo Rufino Barrios, Santa Fe, Florida, Roosevelt, Reformita, La Terminal y La Parroquia. El programa comprende El Granero, el 19; La Palmita, 22, y El Guarda, 28 Posteriormente, se llevará cabo en los mercados Asunción, Colón, Gallito, Flores y Candelaria. Por mencionar algunos. Logros alcanzados por este servicio de limpieza.

#### **3.4.4. Seguridad en los mercados por parte de polimerc**

Unos de los proyectos en cuanto a las mejoras de los mercados es polimerc que su significado es simple y sencillamente policía de mercado, los cuales están realizando los operativos en busca de dar seguridad a los usuarios y vendedores de los mercados cantonales y satelitales están en marcha. Uno de los primeros en recibir esta ayuda es el mercado de la Palmita en la zona cinco de esta capital. Los operativos forman parte del plan de seguridad a cargo de los recién nombrados agentes de seguridad de los mercados. Aproximadamente unos 50 agentes llegaron al mercado a las primeras horas y se ubicaron en puntos estratégicos para proteger a los vendedores y compradores.

Los agentes se encuentran debidamente equipados para cualquier eventualidad. Entre ellos incluye radios comunicadores. Los agentes distribuyeron un número telefónico

móvil a los inquilinos para cualquier emergencia, ya que el mismo está a cargo de un agente que se encuentra en el mismo mercado. Bueno este proyecto para combatir la inseguridad en los mercados es una buena propuesta municipal para resguardar el bien común del ciudadano.

También la policía nacional civil ha colaborado mucho sobre esto de la seguridad en cuanto que han hecho acuerdo con la asociación de inquilinos de los mercados de mercados municipales, con la finalidad de garantizar la seguridad en los mismos, ya que los propios inquilinos manifiestan que ante el fuerte impacto de los operativos realizados por las fuerzas de seguridad en los buses urbanos, los extorsionadores han optado por movilizarse a los mercados de la capital. Por lo cual la seguridad que garantiza la policía nacional civil incluye un programa de seguridad permanente de vigilancia desde la apertura hasta el cierre de los mercados municipales.

### **3.5. Posibles alternativas para ubicar a los vendedores ambulantes**

Como ya he establecido anteriormente, el problema de los vendedores ambulantes no solo es un problema municipal si no de Estado ya que si no hay fuentes de trabajo en donde se devenguen salarios, necesarios para poder subsistir decorosamente, las personas que se encuentren económicamente activas, optaran siempre en las ventas de productos, de la canasta básica y de vestir, para poder sobrevivir, por lo cual en el estudio que he hecho creo necesario nuevas alternativas para poder reubicar a los vendedores informales, no solo desalojarlos y al poco tiempo vuelven a regresar al lugar por eso continuación veremos las posibles soluciones a tal problemática:

#### **3.5.1. El mercado central**

La necesidad de establecer un centro de aprovisionamiento y distribución es indiscutible, y es un lugar en donde los mismos vendedores ambulantes pueden establecerse, no como vendedores informales si no como inquilinos de los mercados aunque en la actualidad ya existe la central de mayoreo que no ha propuesto solución a los vendedores informales.

Este centro funcionaria en términos generales de la manera siguiente. Todos los víveres que llegan a la capital, por medio de camiones, camionetas o semovientes, deben pasar por este centro a fin de que sean almacenados convenientemente por sus propietarios, o bien que sea transportador o revendedor sea dirigido a uno o varios mercados cantonales.

Vemos aquí dos funciones e implícitas del centro: Aprovisionamiento y distribuir. Aprovisionamiento se llevara a cabo en la mejor forma, pues el edificio se puede dotar

con bodegas diseñadas técnicamente para toda clase de artículos con las siguientes ventajas.

- La cantidad de los víveres no disminuiría como en la actualidad.
- El comprador puede obtener las cantidades de víveres que desee, con la seguridad de tener donde almacenarlos en las mejoras condiciones; y
- Control sobre la existencia de artículos para: Distribución a los cantones o barrios cuando sea necesario evitar especulaciones; y fines estadísticos.

La distribución tiene por objeto.

- Evitar aglomeraciones.
- Garantizar que cualquier producto de primera necesidad se encuentre en todos los mercados. Este es el objeto principal de la distribución, porque las ventajas que se deriven son de suma importancia para los vendedores y en especial para el público. Los vendedores, se puede decir, tienen asegurada la venta y el público no tiene necesidad de recorrer grandes distancia ni buscar víveres en distintos lugares.

### **3.5.2. Determinación del mercado central**

La situación o localización del mercado central ha de ser tal, que permita el fácil y rápido acceso a los camiones y camionetas que vienen desde diferentes entradas a la capital; el punto más indicado estaría en la zona sur oeste debido a que las principales vías de aprovisionamiento, o sean las carreteras del occidente, sur y este, desembocan en este sector, colocando en esta posición, el funcionamiento de la distribución a mercados cantonales será el más adecuado, siendo factible conectar un ramal del ferrocarril para mayor eficacia en el transporte de la carne y como previsión para futura exportación de artículos. No está de más decir, que la aviación pueda suministrar víveres en una emergencia u ordinariamente, por lo que esta localización sería de mucha ayuda.

Además este punto tendrá a ser centro de la ciudad cuando se desarrolle más hacia el sur y oeste, tal cual es el desenvolvimiento actual, Número y control de vehículos.

Actualmente entran a la capital, un promedio de cien camiones y camionetas de aprovisionamiento diarias, suponiendo que entran trescientos en un futuro no lejano, es posible atenderlos a todos, puesto que llegan desde las cuatro de la mañana y en todo el transcurso del día y en todo el transcurso del día. Además no todos los vehículos es necesario distribuir de inmediato, pues muchos de ellos llegarían almacenar los artículos directamente.

En este proceso, lo que realmente interesa, es controlar las cantidades grandes de víveres y no tanto a los pequeños vendedores. Es decir que las operaciones comerciales y el almacenaje que hoy día se lleva a cabo en los mesones se efectúen en forma que quedan controladas en este centro.

El proceso se puede esbozar de dos formas.

1) Camiones: Al llegar el camión, pueden suceder dos cosas que los artículos estén



comprados de antemano o que no lo estén; sí el artículo está comprado, el propietario está preparado para almacenar o bien conoce en el centro a donde se puede mandar y él mismo se encargara con rapidez en la distribución. Si el artículo no está comprado por algún vendedor, se le dirige a una bodega o bien se le indica donde puede venderlo. En ambos casos es necesario un chequeo para determinar la cantidad del artículo; este control no sería muy largo, pues en términos generales la operación se reduce a pesar la mercadería.

- 2) Camionetas mixtas: Las camionetas mixtas traen en un noventa por ciento vendedores que se llaman ambulantes o sean que en los mercados no tienen un puesto fijo; estos vendedores traen poca mercancía y por lo general son productos de venta rápida o sea verduras en general y frutas.

El procedimiento o proceso sería el siguiente: toda la mercadería debe descargarse en el centro, se le hace un chequeo rápido ya sea pesando la mercancía o bien contándola y se le indica el mercado al que puede ir. Al efectuarse el control, se extiende un talonario que indique la cantidad del artículo y el mercado al que puede ir. Ninguna mercancía que llegue sin el talón puede entrar a los mercados cantonales, es claro que no debe hacerse otro chequeo riguroso al llegar al mercado cantonal, sino muy rápidamente para que no ocurra filtraciones fuertes que pueda alterar los precios o provocar abarrotamientos por falta de espacio que se traduzcan en deficiencia del sistema.

El espacio necesario para la distribución se puede determinar estableciendo la cantidad máxima de vehículos que se atenderían al mismo tiempo, con este dato, se hace separación entre camiones y camionetas. Luego el área será la que ocupen los vehículos, personas y mercancías. Adyacentes a esta área, se colocan el espacio para el sistema de pesas y las oficinas. Para llevar a cabo la distribución con más facilidad se diseñar un cuadro que marque automáticamente los datos de la cantidad de artículos que hacen falta en cada mercado, este cuadro colocado en una oficina, es

cuestión de la organización del sistema, para mayor facilidad y rapidez en la operación de la ley amparados por la tradición.

Volumen de bodegas. Hoy en día no existe una estadística de las cantidades vendidas en cada mercado y aun si existiera, no es suficiente para determinar el volumen de bodegas, pues las transacciones al por mayor se efectúan en los mesones en donde no hay control, puesto que son hoteles convertidos en bodegas, que funcionan así al margen de la ley amparados por la distribución. Al controlar aunque fueran en forma aproximada y por poco tiempo, las ventas y reservas de los mesones, se obtendrían el dato principal para determinar el volumen de bodega del mercado central propuesto dándose un amplio margen para el futuro. Espacio para transacciones comerciales. Este espacio es el necesario para que se efectúen ventas al por mayor solamente, es decir, que generalmente no está presente el artículo. Esta área puede estar frente a las bodegas grandes y debe ser lo suficiente amplio para.

- Dejar circulación a la entrada y salida de los víveres.
- Que puedan efectuarse operaciones comerciales aun cuando haya necesidad de colocar sacos o cajas.

### **3.5.3. Mercados cantonales**

Los mercados cantonales tienen por objeto la venta al público de los víveres con las siguientes ventajas.

- Acercamiento de los artículos de primera necesidad a todos los sectores de la capital.
- Garantía de la conservación de los víveres.
- Fijación de precios más o menos rigurosa de distintos artículos en toda la capital.

Determinación de los mercados cantonales. Para deducir el número de mercados cantonales, un punto de partida es el cálculo de la cantidad mínima de artículos de primera necesidad y de segunda necesidad para cada habitación, según tres grupos de edades y del número de personas en cada grupo. Los grupos de edades serían conforme las necesidades alimenticias en distintas épocas de vida; más o menos desde cero a dos años, de dos a diez y de diez en adelante. Teniendo el número de personas en cada grupo, que hay en cada zona o barrio de la capital, se determina el volumen diario de víveres y ya con este volumen, el espacio de venta atendándose también a los factores económicos.

Esta forma es muy teórica, se puede decir, pues en la realidad, no es el mínimo consumo el que va a regir el número de mercados, ya que con la gran variación de posibilidad económica, de gustos y de formas de comprar en cada familia, los consumos prácticos son muchos mayores. Además no tenemos en Guatemala, una estadística que permita determinar número más exactos todavía.

La forma que me parece más adaptable, es controlar las ventas en los mercados actuales para determinar la cantidad y clase de artículos que se consumen. A estos datos habrá que añadir la congestión actual en los pocos mercados para eliminarla, el volumen y situación de los mercados ambulantes y las condiciones atrasadísimas del mercado central actual, el del Guarda y el del sur, ya sea eliminándose o construyéndose nuevos. Además se puede obtener una cifra con la forma teórica antes dicha para que sirva de ayuda.

Dentro del nuevo plan de reformas quedarían asimilados los actuales mercados que estén en buenas condiciones y si posible fuera, con algunas reformas. Para distribuirlos dentro de un plan en la capital, habrá que tomar en cuenta la densidad de población y las distancias a que puedan estar entre sí; es muy importante no olvidar que la ciudad puede crecer en sentido vertical y que los volúmenes que hoy en día cubriría un mercado, pueden aumentarse en de tal forma que el mercado sería deficiente más tarde.

El funcionamiento de los mercados cantonales puede ser así. Construidos introduciéndose algunas mejoras, que sin duda alguna no se han hecho por falta de dinero para realizar mejores planes.

Los nuevos planes necesitan una distribución de sesiones más acentuada, la circulación dentro del mercado debe estudiarse a modo de evitar aglomeraciones y choques; el sistema de venta debe analizarse con gran cuidado para que el vendedor pueda aprovecharse el máximo espacio y volumen posible sin detrimento de los artículos, de la comodidad del público y de los vendedores que generalmente adoptan posturas increíbles por espacio de varias horas. A este respecto del sistema de venta puede decirse lo siguiente hay en práctica tres maneras de colocar los artículos para la venta que son: mostradores, planchas y polines. Cada uno presenta ventajas y desventajas.

Los mostradores tienen la ventaja de poder colocar víveres debajo como reserva, pero tienen poca área donde colocar los artículos de ventas. El mercado Colon, tiene la ventaja de gran área y facilidad para el público, pero son antihigiénicas pues los vendedores están sentados en las planchas y alrededor están los artículos separados.

Los polines presentan a mi juicio mejores ventajas, área extensa para vender, lugar para reservar bajo de ellos, comodidad para el público y el vendedor tiene espacio donde sentarse; la desventaja es que son más caros y se deterioran por ser de madera, pero las ventajas adquiridas lo pagan, para obtener mejor resultado, se puede diseñar los polines dobles, una caja abajo, y la otra arriba y atrás.

Es claro que no todos los artículos pueden colocarse en estos muebles; hay necesidad de mostradores o de las planchas modificadas para que el vendedor para que el vendedor no esté sentado en medio de los víveres; estas planchas serviría para los granos básicos en especial.

#### **3.5.4. Reglamentación de los mercados cantonales**

Y con estas condiciones, es necesaria una reglamentación mercados para que en todos ellos se produzcan las ventajas anteriormente mencionadas. En especial, debe atenderse lo relativo a puestos fijos y ambulantes; sería de mucha conveniencia que no se permitiera a determinadas personas ocupar puestos vacíos adyacentes, pues como sucede en la actualidad en bastantes casos, ya no es posible desalojarlos después dado por el resultado los puestos tradicionales agrandados que pagan impuestos no proporcionados y que generalmente son utilizados como bodegas alrededor del lugar de venta. Actualmente solo existen reglamentos efectuados administrativamente para su ordenamiento de los cuales no son conocidos para los vendedores, y no son más que las clasificaciones de que tiene cada vendedor para poder vender en determinados lugares.

## CAPÍTULO IV

### 4. Los principios jurídicos en los cuales la municipalidad de Guatemala se fundamenta para reubicar a los vendedores ambulantes

#### 4.1. Principio de autonomía

En la obra tratado de derecho federal, estadual y municipal. Expresa que “la autonomía no es tan sólo un conjunto más o menos grande de poderes más o menos extensos; es una cualidad específica de la corporación que las distingue de las demás, su capacidad de gobierno propio y con más precisión, su capacidad de organizarse dentro de las condiciones de la ley fundamental o poder constituyente, de darse sus intenciones o poder legislativo y de gobernarse con ellas, con prescindencia de otro poder.”<sup>24</sup>

“El principio de la autonomía equivale a la capacidad que se reconoce en la prestación de los servicios, y su ámbito es limitado hasta que lesiona el orden público.”<sup>25</sup>

“Libertad de gobernarse por sus propias leyes, Condición de una región provincia o municipios que disfruta de independencia en determinados aspectos dentro de un Estado al que pertenece, independencia de un individuo para obrar con arreglo a su voluntad.”<sup>26</sup>

Por su parte el Artículo 253 de la Constitución Política de la República de Guatemala, manifiesta “Los municipios de la República de Guatemala son instituciones autónomas. Entre otras funciones les corresponde:

- a) Elegir a sus propias autoridades;
- b) Obtener y disponer de sus recursos; y

---

<sup>24</sup> Montaña, Dana. **obra derecho federal, estatal y municipal**. Pág. 95.

<sup>25</sup> Dormí, José Roberto. **Institución de derecho administrativo**. Pág. 120.

<sup>26</sup> Mill, Stuart. **Filosofía del derecho**. Pág. 50.

- c) Atender los servicios públicos locales, el ordenamiento territorial de su jurisdicción y el cumplimiento de sus fines propios.

Para los efectos correspondientes emitirán las ordenanzas y reglamentos respectivos.”

En el artículo antes transcrito, nos damos cuenta que la constitución señala, que además de ser autónomas tiene también independencia, en cuanto para elegir a sus autoridades y demás funciones, propios de cada municipio, lo mismos que se establece en la cita legal siguiente.

El Artículo tres del Código municipal estipula “En ejercicio de la autonomía que la Constitución Política de la República de Guatemala garantiza al municipio, éste elige a sus autoridades y ejerce por medio de ellas, el gobierno y la administración de sus intereses, obtiene y dispone de sus recursos patrimoniales, atiende los servicios públicos locales, el ordenamiento territorial de su jurisdicción, su fortalecimiento económico y la emisión de sus ordenanzas y reglamentos, para el cumplimiento de los fines que le son inherentes coordinará sus políticas con las políticas generales del Estado y en su caso, con la política especial del ramo al que corresponda.

Ninguna ley o disposición legal podrá contrariar, disminuir o tergiversar la autonomía municipal establecida en la Constitución Política de la República.”

Existen numerosas definiciones de autonomía municipal, y ésta es variable según las leyes de cada país. Algunos tratadistas enmarcan la autonomía dentro de descentralización del Estado y ello los obliga a señalar la diferencia con autarquía, que es la posibilidad de tener mando sobre sí mismo. La mejor diferencia, la marca también el argentino Carlos Mouchet al apuntar que “la autonomía es un concepto político, la autarquía un concepto administrativo.”<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Mouchet, Carlos. **Derecho municipal**. Pág. 100.

Guatemala también ha participado en los foros internacionales con respecto a la autonomía municipal, porque en. En 1938 se celebró el primer congreso panamericano de municipios en la Habana, Cuba. El segundo tuvo lugar en Santiago de Chile en 1941, el tercero en Nueva Orleans, Estados Unidos, en 1950. En el cuarto, celebrado en Montevideo, Uruguay en 1953, se concretó el tema de la autonomía de la manera siguiente:

Que la autonomía municipal, se caracteriza por el reconocimiento en la Constitución Nacional.

- De la autonomía política, fundada en los principios democráticos;
- De la capacidad económicas, con recursos adecuados para el cumplimiento de sus fines; y
- De la administración propia de los servicios públicos locales.

#### **4.1.1. Análisis legal**

En la legislación guatemalteca, el reconocimiento de la autonomía municipal parte de la propia Constitución, conteniendo este mismo, en el título cinco y capítulo siete dedicado al régimen municipal; Por lo mismo que le otorga un poder amplio.

El Artículo 253 de la mencionada Constitución, estipula “los municipios de la República de Guatemala son instituciones autónomas entre las cuales entre otras funciones le corresponde:

- a) Elegir a sus autoridades;
- b) Obtener y disponer de sus recursos;
- c) Atender los servicios públicos locales, el ordenamiento territorial de su jurisdicción Y el cumplimiento de sus fines propios.



Para los efectos correspondientes emitirán las ordenanzas y reglamentos respectivos.”

Como lo antes transcrito, nos damos cuenta que la los municipios, tienen una gran independencia a las actividades de los demás órganos del Estado, por lo cual también podrá emitir sus ordenanzas y reglamentos respectivos. Y no solo eso sino también tienen privilegios y garantías, en cuanto a los bienes, rentas, arbitrios y tasas son propiedad exclusiva del municipio y gozaran de las mismas garantías y privilegios como parte del Estado.

El cuerpo que legal, que trata específicamente del municipio, es el decreto número 12 – 2002, el cual es el Código Municipal, este mismo es más específico en cuanto a los ayuntamientos de toda Guatemala.

El Artículo tres del Código municipal establece: “En ejercicio de la autonomía que la Constitución Política de la República garantiza al municipio, este elige a sus autoridades y ejerce por medio de ellas, el gobierno y la administración de sus intereses, obtiene y dispone de sus recursos patrimoniales, atiende los servicios públicos locales, el ordenamiento territorial de sus ordenanzas y reglamentos, para el cumplimiento de los fines que le son inherentes coordinara sus políticas con las políticas generales del Estado y en su caso, con la política especial del ramo al que corresponda.

Ninguna ley o disposición legal podrá contrariar, disminuir o tergiversar la autonomía municipal establecida en la Constitución Política de la República.”

El Artículo seis del mismo Código establece “las competencias de los municipios son:

- a) Propias y
- b) Atribuidas por delegación.

Las competencias propias, son todas aquellas inherentes a su autonomía establecida constitucionalmente, de acuerdo a sus fines propios. Las competencias atribuidas son las que el gobierno central delega a los municipios mediante convenio y se ejercen en los términos de la delegación o transferencia respetando la potestad de auto organización de los servicios del municipio, establecidos en este Código.”

Por su parte, el Artículo siete del anteriormente citado Código, también establece: “El municipio como institución autónoma de derecho público tiene personalidad jurídica y capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones, y en general para el cumplimiento de sus fines en los términos legalmente establecidos, y de conformidad con sus características multiétnicas, pluriculturales y multilingües. Su representación la ejercen los órganos determinado en este Código.”

En el mismo cuerpo legal, en el Artículo nueve, establece al respecto sobre los órganos municipales así. “El consejo municipal es el órgano colegiado superior de deliberación y de decisión de los asuntos municipales cuyos miembros son solidaria y mancomunadamente responsables por la toma de decisiones y tienen su sede en la cabecera de la circunscripción municipal.

El gobierno municipal corresponde al consejo municipal, el cual es responsable del ejercer la autonomía del municipio. Se integra por el alcalde, los síndicos y los concejales, todos electos directa y popularmente en cada municipio de conformidad con la ley de la materia.

El alcalde es el encargado de ejecutar y dar seguimiento a las políticas, los planes, programas y proyectos autorizados por el consejo municipal.”

Dicho gobierno está también respaldado por la Carta Magna, en el Artículo 254; “el gobierno municipal el cual será ejercido por un concejo el cual se integra con el alcalde los síndicos y concejales, electos directamente por sufragio universal y secreto para un periodo de cuatro años pudiendo ser reelectos.”

#### **4.1.2. Análisis doctrinario**

Puedo concluir que la autonomía, es un principio que es inherente al municipio, la cual la misma Constitución reconoce al ayuntamiento de suma importancia, el que delega la libertad para poder, ejercer mandatos y ordenanzas con los cuales logra cumplir sus fines.

El municipio, a través de su gobierno municipal, representado por el consejo municipal es el órgano colegiado superior de deliberación y de decisión de los asuntos municipales. Y del ejercicio de la autonomía municipal, por lo cual dichas decisiones que toman cada uno de sus miembros son responsables solidaria y mancomunadamente, cada uno de ellos.

El consejo municipal, ha efectuado diversos proyectos, para poder, hacer la ciudad de Guatemala, una de las más modernas de Centro América para ellos se realizan planes para mejorar nuestra comuna, lamentablemente los guatemaltecos no estamos acostumbrado a ello por lo cual los cambios muchas veces no son bien aceptados mayormente por la economía informal.

Y por ello mismo la municipalidad capitalina, como institución encargada de la administración, de los mercados, actualmente ha ordenado a los vendedores ambulantes, que ocupan las aceras y calles, que están alrededor de los mercados cantonales, o también en lugares no autorizados para vender, que desocupen el área como única autoridad, que tiene ese derecho, para la administración de sus intereses y poder emitir sus ordenanzas y reglamentos, como único ente autónomo en ejercicio de sus derechos,

Y con esa autoridad desalojar a los vendedores de los lugares no autorizados para las ventas y pudiendo así cumplir con sus fines, en cuanto al ordenamiento vial, y el rescate de las calles de la ciudad, que cada vez han sido ocupados por los vendedores

informales, como los denomina la municipalidad capitalina a los de la economía informal.

La verdad que es un buen proyecto del rescate de nuestras calles pero dichas ordenanzas municipales y la autoridad que ejecuta autónomamente en sus políticas, planes, programas y proyectos es que actualmente, no son bien aceptadas por los vendedores callejeros, porque estos últimos, buscan una solución a fondo a la situación, estos no tienen, una oportunidad de ocupar un puesto en los mercados autorizados por la municipalidad lo cual da surgimiento a los mercados satelitales o callejeros, de los que hay, únicamente 17, hoy en día, son muy pocos en cuanto a la gran cantidad de comerciantes, que se encuentran en la vía pública.

Los planes adecuados a estos, sería rescatar las calles y aceras, pero reubicando a dichos vendedores informales en nuevos puestos y por lo cual nuevos mercados o ampliando más los actuales para poder así, evitar tantos problemas que se han suscitado entre los de la economía informal, y la municipalidad capitalina atendiendo un servicio público esencial.

#### **4.2. Principio de autoridad**

“La autoridad en sentido genérico, la potestad que ejerce una persona sobre otra u otras, entonces se habla de autoridad del jefe de Estado, del padre de familia, del marido, del maestro, del patrono, cada uno de ellos dentro de sus atribuciones legalmente establecidas, en sentido más restringido y más corriente, la potestad que tiene una persona o corporación para dictar leyes, aplicarlas o ejecutarlas imponiéndolos a los demás.”<sup>28</sup>

Principio de autoridad: “El concejo Municipal es el órgano colegiado superior de deliberación y de decisión de los asuntos municipales cuyos miembros son solidarios y mancomunados responsables por la toma de decisiones y tiene su sede en la cabecera de la circunscripción municipal.

---

<sup>28</sup> Ossorio, Manuel. **Diccionario de ciencias, políticas y sociales**. Pág. 10.

El gobierno municipal corresponde al consejo municipal, el cual es responsable de ejercer la autonomía del municipio. Se integra por el Alcalde, los síndicos y los concejales todos efectos directa y popularmente en cada municipio de conformidad con la ley de la materia.”<sup>29</sup>

#### **4.2.1. Análisis legal**

Según el Artículo 254 de la referida Constitución, establece así; “la autoridad del gobierno municipal, será ejercido por un concejo el cual se integra con el alcalde, los síndicos y concejales, electos directamente por sufragio universal y secreto para un periodo de cuatro años, pudiendo ser reelectos.”

Siguiendo con las autoridades metropolitanas y según el Artículo 259 de la carta magna, instituye que; “para la ejecución de sus ordenanzas y cumplimiento de sus disposiciones, las municipalidades podrán crear, de conformidad con la ley, sus juzgado de asuntos municipales y su cuerpo de policía de acuerdo con sus recursos y necesidades, las que funcionarán bajo órdenes directas del alcalde.”

El Artículo nueve del Código Municipal también establece lo siguiente; “El consejo municipal es el órgano colegiado superior de deliberación y de decisión de los asuntos municipales cuyos miembros son solidaria y mancomunadamente responsables por la toma de decisiones y tiene su sede en la cabecera de la circunscripción municipal. El gobierno municipal corresponde al concejo municipal, el cual es responsable de ejercer la autonomía del municipio. Se integra por el alcalde, los síndicos y los concejales todos electos directa y popularmente en cada municipio de conformidad con la ley de la materia.

El alcalde es el encargado de ejecutar y dar seguimiento a las políticas, también los planes, programas y proyectos autorizados por el consejo municipal.”

---

<sup>29</sup> Calderón Morales, **Hugo Haroldo. Derecho administrativo I.** Pág. 32

#### **4.2.2. Análisis Doctrinario**

La autoridad consiste en el derecho de mandar y en el de poder hacerse y obedecer es un derecho que la organización le otorga formalmente a las autoridades del Estado entidades centralizadas o descentralizadas o autónomas, para ser más específicos a los municipios, y a la vez es un poder que si bien, se otorgan a las organizaciones de las entidades, éstas están acondicionadas a la capacidad de cada jurisdicción administrativa en particular.

Se hace la distinción entre una autoridad legal que otorga el Estado, a la organización administrativa y otro de tipo personal, cuyo ejercicio queda en manos de un solo sujeto que lo dicte, lo cual en Guatemala no existe en los municipios, porque mediante el consejo municipal, se toman las decisiones conjuntamente, y alcalde es el encargado de ejecutar y dar seguimiento a las políticas, planes, programas y proyectos autorizados por el concejo, Quien para ejercerla deberá poseer ciertas condiciones personales. Se hace, una distinción entre el líder formal que es quien tiene la autoridad conferida por la organización y el líder informal que es aquel que logra que sus compañeros lo apoyen y lo sigan.

En este sentido se concluye que cuando una persona tiene autoridad, se deduce que tiene aptitud para mandar o imponer su punto de vista o hacerse respetar, y hace valer su poder ante los demás, lo cual los habitantes del municipio vemos, que la Municipalidad, hacer valer esta mediante sus ordenanzas y mandatos, los cuales son de manera imperativa, supuestamente para el bien de la comuna, pero la verdad dichas mejoras son tomadas de una manera unilateral, en donde no hay una participación de los vecinos.

Como ya hemos tratado antes, los más afectados por estas decisiones unilaterales definitivamente son los vendedores informales. Es preocupante, porque hacen valer sus ordenanzas y reglamentos, por medio de la fuerza pública, muchas veces con violencia hacia los de la economía informal, para desalojarlos de los sitios no autorizados para las ventas, esto lo hacen mediante la policía municipal y la de tránsito ya que estos obedecen lo que les ordenan sus superiores. Siempre se presentan muy prepotentes en

forma coercitiva sin mediar palabras para cumplir con dichos preceptos reglamentarios hacia los mercaderes, por lo cual de esta forma se aplica el principio de autoridad, así los de la economía informal. Que lamentablemente estos últimos van aumentando considerablemente mientras no haya fuentes de trabajo, y mejores prestaciones laborales.

### **4.3. Principio de subordinación**

“La dependencia que tienen las demás leyes con respecto a la Constitución, esta última misma señala los preceptos en los cuales deben establecerse las demás normas, las cuales no deben contradecir lo establecido por la Constitución y menos ser superiores a esta las cuales se verán siempre subordinadas a la carta magna.”<sup>30</sup>

“quiere decir sujeción a la orden mando o dominio de uno, por lo que dice subordinada de la persona sujeta a otra o dependiente de ella. Esta subordinación tiene importancia en derecho público, por lo que se refiere a la dependencia jerárquica de los empleados de menor jerarquía a los de mayor jerarquía, tanto en el orden civil como en el judicial en el eclesiástico y en el militar. Dentro del orden privado, su principal importancia se encuentra en el Derecho del trabajo, ya que la subordinación, o dependencia del empleado con respecto al empleador, constituye una de las características del contrato y de la relación de trabajo.”<sup>31</sup>

“La municipalidad de Guatemala, elige a sus autoridades y ejerce por medio de ellas el gobierno y la administración de sus intereses, obtiene y dispone de sus recursos patrimoniales atendiendo los servicios públicos locales, el ordenamiento territorial de su jurisdicción. La municipalidad de Guatemala, goza de autonomía municipal establecida en la Constitución Política de la República de Guatemala y Código Municipal, pero también existe subordinación, al hablar de subordinación, en cuanto sus funciones y atribuciones que deben de estar delimitadas a las leyes antes mencionadas y otras

---

<sup>30</sup> Pug peña, Manuel. **Manual del derecho público**. Pág. 30.

<sup>31</sup> Osorio, Manuel. **Diccionario de ciencias políticas y sociales**. Pág. 80.

normas para no incurrir en ilegalidades en sus actuaciones y preservar también el principio de legalidad.”<sup>32</sup>

#### **4.3.1. Análisis legal**

Según el Artículo 175 de la Constitución Política de la República de Guatemala establece; “jerarquía constitucional, ninguna ley podrá contrariar las disposiciones de la Constitución, las leyes que violen o tergiversen los mandatos constitucionales son nulas *Ipsa Jure*.”

En el considerando, segundo del Código Municipal establece así: Que la Constitución Política de la República reconoce y establece el nivel de gobierno municipal, con autoridades electas directa y popularmente, lo que implica el régimen autónomo de su administración, como expresión fundamental del poder local, y que la administración pública será descentralizada, lo que hace necesario dar una mejor definición y organización a l régimen municipal respaldando la autonomía que la Carta Magna consagra, para que en el marco de ésta se promueva su desarrollo integral y el cumplimiento de sus fines.

Según el Artículo uno del Código antes citado instituye también que: “El presente Código tiene por objeto, desarrollar los principios constitucionales referentes a la organización, gobierno, administración, y funcionamiento de los municipios y demás entidades locales determinadas, en este Código y el contenido de las competencias que correspondan a los municipios en cuanto a las materias que éstas regulen.”

Así también continuando con el mismo cuerpo legal, en el ejercicio de la autonomía que la Constitución, garantiza al municipio, establece en el Artículo tres y segundo párrafo que; “Ninguna ley o disposición legal podrá contrariar, disminuir o tergiversar la autonomía municipal establecida en la Constitución Política de la República.

---

<sup>32</sup> Diez, Manuel María. **Derecho administrativo**. Pág. 135.



Así como la competencia también está establecida en la Carta Magna, la cual delega a los municipios y son inherentes a su autonomía establecida constitucionalmente a sus fines propios.”

Las competencias atribuidas son las que el gobierno central delega a los municipios mediante convenio y se ejercen en los términos de la delegación o transferencia respetando la potestad de auto organización de los servicios del municipio establecidos en este Código.

#### **4.3.2. Análisis doctrinario**

Siguiendo la doctrina tomaremos muy encuentra la Pirámide de Kelsen, no es más que un recurso pedagógico, para comprender el derecho según el orden de prelación de los dispositivos legales, situando la Constitución en el pico de la Pirámide y en forma descendente las normas jurídicas de menos jerarquía, entre ellas las de carácter administrativo.

Dicha pirámide representa gráficamente la idea de sistema jurídico escalonado. El sistema no es otra cosa que la forma en que se relacionan un conjunto de normas jurídicas y la principal forma de relacionarse éstas, dentro de un sistema, es sobre la base del principio de jerarquía y subordinación. O sea, las normas que componen un sistema jurídico se relacionan unas con otras. Imaginemos una pirámide escalonada pues en la cúspide de la pirámide se situaría la Constitución de un Estado, no es más que un orden jurídico más o menos centralizado, en el escalón inmediatamente inferior las leyes, en el siguiente escalón inferior los reglamentos y así sucesivamente hasta llegar a la base de la pirámide.

La Constitución Política de la República de Guatemala y el resto de normas emanadas de ella son jurídicamente obligatorios. Siguiendo el ordenamiento hemos entendido que la Carta Magna, es la ley fundamental superior que sirve para establecer los principios y los derechos de las personas así como la organización jurídica y política del Estado.

Los municipios de Guatemala, están regulados en un nivel Constitucional, por lo cual de allí se establece su autonomía y su autoridad para poder gobernar el municipio, también está regulada en una ley ordenaría la cual es el Código Municipal, en el cual se establecen específicamente su organización y las demás atribuciones que se le otorga a sus autoridades.

La importancia del principio de subordinación, es que la constitución es superior a cualquier norma de carácter constitucional, ordinario o reglamentario, dictadas por las autoridades administrativas, u órganos del Estado, centralizada descentralizada o autónoma. Dichas decisiones, acuerdos o mandatos no deben ser contrarios, a los preceptos constitucionales. Ya que esta última es la base para que emanen las demás leyes, y no deben ser superiores a la Carta Magna, respetando el principio de jerarquía y subordinación.

Efectivamente en la actualidad la municipalidad ha realizado, comúnmente todas sus actividades, acatándose a los preceptos, Constitucionales y según las demás leyes que lo regulan, siendo todo bajo el ordenamiento legal. Ejercitando así su autonomía y autoridad, hacía los habitantes del municipio. Qué bien o mal los habitantes del municipio nos acatamos a ellas.



## **CONCLUSIONES**

1. Los servicios públicos en Guatemala, son los medios necesarios del desarrollo de cualquier municipio, realizando infraestructuras adecuadas para sus determinados fines, y para poder lograr así prosperidad económica y social de las personas que lo habitan, siendo estos la principal razón de la existencia de las municipalidades.
2. Los mercados en la República de Guatemala, son una de las principales fuentes de comercio y trabajo de la nación, en el municipio de Guatemala, la administración de los mercados está a cargo de la entidad Abastos, y sus respectivas direcciones locales de cada centro de comercio, también están reconocidos más de 17 mercados satelitales o callejeros, estos últimos, que están aumentando considerablemente, y que actualmente son, el principal medio de ingresos económicos de muchos guatemaltecos.
3. La economía informal, se debe a la carencia de empleos, o los decorosos salarios que perciben estos en los lugares en los que son empleados, por ende los vendedores informales cada vez aumentan mas, los cuales ocupan las calles, aceras y avenidas de la ciudad de Guatemala, siendo desalojados frecuentemente, por las autoridades municipales para evitar el crecimiento de los antes mencionados y más que todo prevenir la creación de mercados callejeros o satelitales.
4. Los principios jurídicos más importantes a considerar en las municipalidades de Guatemala, es el de autonomía, autoridad y subordinación, con estos principios las autoridades administrativas de la comuna, imponen sus ordenanzas y mandatos hacia los vecinos del municipio, para el desarrollo de toda la población que la habita, las cuales tienen que ser acatadas por los vecinos ya que de no hacerlo se imponen severas amonestaciones.



## RECOMENDACIONES

1. Las Municipalidades, y los servicios públicos que presta, deben ser destinados a la población para el desarrollo económico y social de las diversas actividades que se realizan, satisfacer así necesidades básicas, de alimentación, economía y educación, los cuales solucionaría uno de los principales problemas en el país. También ser más efectivas aquellos servicios que son de carácter administrativas ya que estas deben satisfacer intereses comunes y no personales y muchos menos políticos.
2. El estado debe de crear nuevos mercados o la ampliación de los ya existentes, es una forma de poder remediar los problemas de los vendedores informales, ya que ubicándolos en establecimientos adecuados, se evitaría que éstos continúen colocando ventas en las calles y avenidas de la ciudad capital.
3. Para que ya no exista economía informal en el país, el Estado, mediante el gobierno tienen que hacer planes a corto y mediano plazo, para crear fuentes de empleo, en los que perciban salarios decorosos para poder subsistir, y también culturizar a la población ya que la educación es muy escasa en los sujetos a tratar, por ello también las causas de sus pocas oportunidades de trabajo.
4. La autoridad que tiene las Municipalidades, para aplicar sus mandatos y ordenanzas es aplicada muchas veces de manera imperativa, gozando así de su autonomía y siempre apegados a la ley, pero la problemática es que dichas decisiones son tomadas unilateralmente por el ente municipal, con poca participación de los vecinos del municipio, para que los planes y proyectos planteados sean satisfactorios para ambas partes, por tal razón la municipalidad debe de buscar la participación de los vendedores ambulantes para la toma de decisiones.



## BIBLIOGRAFÍA

ALBEJO, Manuel. **Instituciones de derecho civil.** 2ª. ed.; Barcelona, España: Ed. Bosch, 1960.

COVELLO, Nicolás. **Doctrina general del derecho civil.** 1t.; México D.F, Ed. Uteha, 1949.

CASTILLO GONZALEZ, Jorge Mario. **Derecho administrativo.** Universidad de San Carlos. Guatemala: (s.e.), 1991.

CABANELLAS, Guillermo. **Diccionario de derecho Usual.** 1ª. ed.; Buenos Aires, República de Argentina: Ed. Heliasta, SR, 1976.

DE COSSIO, Alfonso, **Instituciones del derecho civil.** 1t.; 3ª. ed.; Madrid, España. Ed. Alianza. 1970.

DROMI, José Roberto. **Instituciones de derecho administrativo.** Buenos Aires, Argentina: Ed. Astres, 1978.

DIEZ, Manuel María. **Derecho administrativo.** 2t.; 2ª. ed.; Buenos Aires, Argentina: Ed. Plus ultra, 1963.

Documento de trabajo No. 42 de la onceava Asamblea Nacional de la Municipalidades Sobre la Nacionalización de los servicios Públicos. Nueve de junio de 2002.

FRAGA, Gabino, **Derecho administrativo.** 1t.; 11ª. ed.; México D.F.: Ed. Porrúa, S.A. 1968.

ESPIN CANOVAS, Diego. **Manual de derecho civil.** Barcelona, España: Ed. Revista de derecho privado, 1967.



FLORES JUARES, Juan Francisco. **Los derechos reales en la legislación Guatemalteca.** Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. USAC. Guatemala: (s.e.), 1976

MORGAN SANABRIA, Rolando. **Material de apoyo para el curso planeación de la Investigación científica.** Instituto de Investigaciones Jurídicas y Sociales USAC, Guatemala: (s.e.), 1994.

OSSORIO, Manuel. **Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales.** Buenos Aires, Argentina: Ed. Heliasta, SR, 1972.

TOBEÑAS CASTAN, José. **Derecho civil español, común y foral.** 4t.; Madrid España. Ed. REUS, 1936.

KOTLER, PHILIP. **Dirección de mercadotecnia.** 8ª. ed. (s.l.i.), Ed.; Prentice Hall, 2003.

CALDERON MORALES, Hugo H. **Derecho administrativo I.** 3ª. ed.; actualizada; Guatemala: Ed. Edición, diseño y artes finales, 1999.

#### **Legislación:**

**Constitución Política de la República.** Asamblea Nacional Constituyente, 1986.

**Código Civil.** Congreso de la República Decreto 106, Enrique Peralta Azurdia. 1964.

**Código Municipal,** Decreto 17-2006 del Congreso de la República y sus reformas.

**Ley del Organismo Judicial.** Congreso de la República de Guatemala, Decreto número 2-89, y sus reformas.

**Reglamentos**, para arrendamiento de locales y funcionamiento de los Mercados del área metropolitana de la ciudad de Guatemala. 1983.

**Reglamento**, de limpieza y saneamiento ambiental para la Municipalidad de Guatemala, 1982.

**Reglamento** interno de la sección de saneamiento ambiental, 1957.