



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO



CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

**REGLAMENTACIÓN Y GESTIÓN EN EL MUNICIPIO DE AMECAMECA,
ESTADO DE MÉXICO. EL CASO DEL SERVICIO PÚBLICO DE
MERCADOS, 2016-2018.**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN GOBIERNO Y ASUNTOS PUBLICOS.**

**PRESENTA:
ARACELI PAOLA INCLÁN SANVICENTE.**

**TUTOR ACADÉMICO:
DR. ROBERTO MORENO ESPINOSA.**

**TUTORES ADJUNTOS:
DR. MIGUEL ÁNGEL DE GUADALUPE SÁNCHEZ RAMOS.
DR. EN A.P. JOEL MENDOZA RUÍZ.**

TEXCOCO, ESTADO DE MÉXICO, FEBRERO DE 2020.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. LA REGLAMENTACIÓN EN LA TEORÍA DEL ESTADO, DE LA ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN PÚBLICAS	15
1.2. Teoría del Estado	22
1.3. Teoría de la Administración Pública	27
1.4. El enfoque de la Gestión Pública	41
1.5. Servicios Públicos Municipales	59
1.6. Teoría de la Reglamentación Municipal	72
CAPITULO II. LA IMPORTANCIA DEL MERCADO EN LA ECONOMÍA Y EN LA CULTURA LOCAL.....	89
2.1. El mercado	89
2.2. La trascendencia del mercado	94
2.3. Aspectos positivos y negativos en el mercado.....	102
2.3.1. Aspectos positivos	102
2.3.2. Aspectos negativos.....	103
2.4. Características básicas de un mercado y tianguis local.....	105
2.4.1. La higiene o sanidad en el mercado y tianguis local.....	106
2.4.2. La infraestructura	107
2.4.3. La reglamentación	108
2.4.4. La organización.....	110
2.4.5. La interacción social y el intercambio de valores.....	110
2.4.6. La zonificación por giros comerciales	112
2.4.7. La gestión municipal	113

2.4.8. Precios bajos y oferta de diversos bienes.....	114
CAPÍTULO III. LA REGLAMENTACIÓN Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO DE MERCADOS, 2016-2018.....	117
3.1. Análisis retrospectivo de la reglamentación del servicio público de mercados en el Municipio de Amecameca, Estado de México, 2016-2018.....	117
3.2 La calidad en el servicio público de mercados en Amecameca, Estado de México.....	164
3.3 La relevancia de la Reglamentación en el Servicio Público de Mercados, en el municipio de Amecameca, Estado de México	179
3.4. La importancia de la gestión pública en el servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México	188
3.5. La importancia del desempeño de los servidores públicos, responsables del servicio público de mercados, como factores determinantes de la calidad del mismo, en el municipio de Amecameca, Estado de México.....	202
3.5.1 Importancia del desempeño de las autoridades encargadas del servicio público de mercados, como factor determinante en la calidad del mismo	221
3.5.2 Los comerciantes, como sujetos activos en la prestación del servicio público de mercados, factor determinante en la calidad del mismo.....	233
3.5.3 Los ciudadanos municipales o locales, como sujetos pasivos del servicio público de mercados, como factor determinante en la calidad del mismo	240
3.6 Hallazgos y propuestas para la solución del problema de investigación....	244
CONCLUSIONES.....	247
FUENTES CONSULTADAS	259
ANEXOS	265
ANEXO A	265
ANEXO B	268

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Eficiencia de la gestión del mercado.....	128
Gráfica 2. El mercado municipal es atractivo.	133
Gráfica 3. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.	135
Gráfica 4. Mejora a la calidad de vida.	138
Gráfica 5. Mantenimiento al mercado municipal.....	139
Gráfica 6. Beneficios que acarrea el comercio.	142
Gráfica 7. Calificación de la limpieza en el mercado.	144
Gráfica 8. Importancia de la limpieza en el mercado.....	144
Gráfica 9. Mantenimiento al mercado municipal.....	146
Gráfica 10. Zonificación de áreas por giro comercial.	151
Gráfica 11. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.	154
Gráfica 12. Aplicación de la reglamentación.	156
Gráfica 13. Aplicación de la reglamentación.	159
Gráfica 14. Adecuada aplicación de la Reglamentación.	159
Gráfica 15. Eficiencia de la gestión del mercado.....	160
Gráfica 16. Aplicación de la reglamentación.	161
Gráfica 17. Adecuada aplicación de la reglamentación.....	162
Gráfica 18. Conocimiento de la reglamentación.....	163
Gráfica 19. Mantenimiento al mercado municipal.....	166
Gráfica 20. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.	167
Gráfica 21. Importancia de la limpieza en el mercado.....	167
Gráfica 22. Calificación de la limpieza en el mercado.	168
Gráfica 23. Instalaciones existentes en el mercado.	168
Gráfica 24. Zonificación de áreas por giro comercial.	169
Gráfica 25. Calidad del servicio público de mercados.	169
Gráfica 26. Aplicación de la reglamentación.	182
Gráfica 27. Adecuada aplicación de la reglamentación.....	183

Gráfica 28. Conocimiento de la reglamentación.....	184
Gráfica 29. Difusión de la reglamentación.....	185
Gráfica 30. Cumplimiento de la administración al mercado.....	187
Gráfica 31. Cumplimiento de la administración al mercado.....	193
Gráfica 32. Suficientes los recursos materiales.....	193
Gráfica 33. Recursos humanos capacitados.....	194
Gráfica 34. Necesidades satisfechas por el ayuntamiento.....	194
Gráfica 35. Mejora a la calidad de vida.....	195
Gráfica 36. Eficiencia de la gestión del mercado.....	196
Gráfica 37. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.....	203
Gráfica 38. Conocimiento de la reglamentación.....	207
Gráfica 39. Difusión de la reglamentación.....	209
Gráfica 40. Eficiencia de la gestión del mercado.....	211
Gráfica 41. Suficientes los recursos materiales.....	212
Gráfica 42. Necesidades satisfechas por el ayuntamiento.....	213
Gráfica 43. Recursos humanos capacitados.....	214
Gráfica 44. Sujeto que más se beneficia del mercado.....	215
Gráfica 45. Género.....	241
Gráfica 46. Nivel de estudios.....	241

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. cuadro comparativo entre los dos enfoques de la Gestión Pública: el Burocratismo y el Nuevo Modelo Gerencial.	49
Tabla 2. Importancia de pasar de la racionalidad burocrática a la racionalidad de la Nueva Gestión Pública.	50
Tabla 3. Eficiencia de la gestión del mercado.	128
Tabla 4. El mercado municipal es atractivo.	133
Tabla 5. Coordinación entre los comerciantes	135
Tabla 6. Mejora a la calidad de vida.	138
Tabla 7. Mantenimiento al mercado municipal.	139
Tabla 8. Producto Interno Bruto estatal de cada uno de estos sectores.	141
Tabla 9. Beneficios que acarrea el comercio.	142
Tabla 10. Calificación de la limpieza	144
Tabla 11. Importancia de la limpieza en el	144
Tabla 12. Mantenimiento al mercado municipal.	146
Tabla 13. Zonificación de áreas por	151
Tabla 14. Coordinación entre los comerciantes	154
Tabla 15. Aplicación de la reglamentación.	156
Tabla 16. Aplicación de la reglamentación.	159
Tabla 17. Adecuada aplicación de la Reglamentación.	159
Tabla 18. Eficiencia de la gestión del mercado.	160
Tabla 19. Aplicación de la reglamentación.	161
Tabla 20. Adecuada aplicación de	162
Tabla 21. Régimen jurídico en el que se encuentra el mercado Municipal de Amecameca.	162
Tabla 22. Conocimiento de la reglamentación.	163
Tabla 23. Mantenimiento al mercado municipal.	166
Tabla 24. Coordinación entre los comerciantes	167
Tabla 25. Importancia de la limpieza en el mercado.	167
Tabla 26. Calificación de la limpieza en el.	168

Tabla 27. Instalaciones existentes en el mercado.....	168
Tabla 28. Zonificación de áreas por giro comercial.	169
Tabla 29. Calidad del servicio público de mercados.	169
Tabla 30. Aplicación de la reglamentación.....	182
Tabla 31. Adecuada aplicación de la.....	183
Tabla 32. Conocimiento de la reglamentación.	184
Tabla 33. Difusión de la reglamentación.	185
Tabla 34. Cumplimiento de la administración.....	187
Tabla 35. Cumplimiento de la administración al mercado.	193
Tabla 36. Suficientes los recursos materiales.	193
Tabla 37. Recursos humanos capacitados.....	194
Tabla 38. Necesidades satisfechas por.....	194
Tabla 39. Mejora a la calidad de vida.....	195
Tabla 40. Eficiencia de la gestión del mercado.	196
Tabla 41. Coordinación entre los comerciantes	203
Tabla 42. Conocimiento de la reglamentación.	207
Tabla 43. Difusión de la reglamentación.	209
Tabla 44. entrevistas que se realizaron sobre la difusión de la reglamentación del servicio público de mercados.	209
Tabla 45. Eficiencia de la gestión del mercado.	211
Tabla 46. Suficientes los recursos materiales.	212
Tabla 47. Necesidades satisfechas por.....	213
Tabla 48. Recursos humanos capacitados.....	214
Tabla 49. Sujeto que más se beneficia.....	215
Tabla 50. cuadro comparativo sobre obligaciones fundamentales.....	221
Tabla 51. Género.	241
Tabla 52. Nivel de estudios.	241
Tabla 53. MUESTRA DE CIUDADANOS DE AMECAMECA A ENCUESTAR POR SECCIÓN ELECTORAL.....	242

INTRODUCCIÓN

Graves son los problemas que enfrentan la administración pública y la gestión municipal. Estos problemas están vinculados a la deficiencia de la reglamentación de los servicios públicos municipales. Los problemas que enfrenta la reglamentación municipal son diversos: reglamentos municipales incompletos, obsoletos, fraccionamiento de los temas (ya que estos deberían reglamentarse en su conjunto), desconocimiento por parte de los beneficiarios de la reglamentación existente, la presencia de malas prácticas normativas como: la copia de reglamentos de un ayuntamiento a otro; la ausencia de una reglamentación oportuna, lo cual merma la funcionalidad de las relaciones entre la autoridad y los ciudadanos; la ambigüedad, la cual provoca confusión y afecta la cohesión del ordenamiento jurídico; la presencia de lagunas reglamentarias que lleva a la falta de coercitividad de los reglamentos, entre otras.

En un Estado Constitucional de Derecho, resulta inaceptable el desarrollo del quehacer público, basado en la improvisación, la rutina o la costumbre, razón por la cual es necesario hacer patente la importancia de la reglamentación en los servicios públicos municipales.

En este orden de ideas, la producción reglamentaria debe de contemplarse desde una perspectiva tripartita: considerar la realidad o hecho social; la normativa nacional vigente y adecuación a las demás normas jurídicas, es decir, la subordinación a las normas existentes, estatales y federales y; los aspectos axiológicos aplicables, es decir, la relación con los elementos fácticos y valores éticos. Ya que estos elementos son particulares en cada región y deben tomarse en cuenta en el proceso de creación de los reglamentos para que sean, instrumentos normativos eficaces y efectivos y, que establezcan reglas de convivencia ciudadana en base a la seguridad y el civismo.

La reglamentación debe servir para brindar la cobertura jurídica necesaria orientada a la prestación de servicios públicos de calidad, eficientes y eficaces, que satisfagan las necesidades de la población, así como la forma en que estos deben ser prestados, y hacerlo del conocimiento de la población, ya que el desconocimiento de los mismos es otro problema que se adhiere a los problemas existentes de la reglamentación y de la gestión. Por lo que, se necesitan reglas claras y precisas para lograr un funcionamiento correcto en la prestación de los servicios públicos, a través de la conjunción de la reglamentación y la gestión municipal.

Una adecuada, completa, actualizada y ajustada reglamentación a la realidad que vive el municipio, constituye una herramienta fundamental para normar, orientar, delimitar e inclusive sancionar tanto a los prestadores del servicio como a los receptores de los mismos, si estos incurren en alguna transgresión a la citada reglamentación y, desde luego, para una gestión más eficiente de aquéllos.

En este orden de ideas, los municipios cuyos ayuntamientos y administraciones municipales atiendan, actualicen y difundan adecuadamente su reglamentación (de los diversos servicios que presentan), impactarán en la elevación de la eficacia, eficiencia y calidad de los servicios públicos, toda vez que se plasmará en los reglamentos, los lineamientos, facultades, obligaciones, etc., tanto del prestador como del receptor de los multicitados servicios públicos municipales. Es necesario e imprescindible, enfatizar la relevancia que reviste la reglamentación municipal, como un ejercicio necesario y que redundará en mejores servicios y por extensión en calidad de vida de la población.

Por lo tanto, considero que el ciudadano merece reglamentos claros, oportunos y coherentes con el resto de los ordenamientos jurídicos y exentos de criterios explicables a la luz de beneficios mediáticos o partidistas. El ámbito municipal es, sin duda, el espacio natural de desenvolvimiento de la sociedad, el nivel u orden de gobierno más cercano al ciudadano, lo cual exige al Estado, que aspira al respeto de los derechos fundamentales, la necesidad de transparencia, participación ciudadana y rigor (teórico y práctico-metodológico) en la elaboración de reglamentos.

La óptima reglamentación, reitero, constituye una de las bases fundamentales orientadas a brindar servicios públicos de calidad, eficientes y eficaces, que satisfagan las necesidades de la población, así como la forma en que estos deben ser prestados. Se necesitan reglas claras y precisas para el funcionamiento correcto de la prestación de los servicios públicos, mediante la reglamentación y la gestión municipal.

En la presente investigación me propongo establecer el vínculo prevaleciente entre la reglamentación y la gestión pública municipal, enfocándome en el servicio público de mercados, destacando claramente al sujeto, que en este caso es el propio municipio en su carácter de prestador de los servicios.

En suma, la presente investigación tiene como propósito primordial, explicar la naturaleza de la reglamentación de los servicios públicos municipales y su importancia e impacto en la gestión eficiente del servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México, en el periodo 2016-2018. Como propósitos específicos: explicar la implementación del servicio público municipal de mercados a la luz de las Teoría del Estado, de la Administración Pública, de la Gestión Pública y de la Reglamentación; Indagar la existencia o inexistencia de la reglamentación de los servicios públicos municipales, y analizar los factores que limitan o favorecen dicha reglamentación, destacando el caso del servicio público de mercados y, explicar el papel y relevancia de la reglamentación en la gestión pública de calidad del servicio municipal de mercados, en el municipio de Amecameca, Estado de México.

La importancia de hablar acerca de la reglamentación municipal en la administración pública, radica en la relevancia que tiene el orden jurídico dentro de la institución estatal, es decir, dentro del Estado, ya que es un elemento constitutivo del mismo. Y dentro de la jerarquización del orden jurídico se encuentran los reglamentos, que constituyen la base y la estructura de la administración pública municipal. En ellos se establecen las reglas del actuar del municipio como nivel de gobierno. Estas reglas plasmadas en un reglamento conllevan a que haya una buena implementación de los servicios públicos que presta el municipio, dado que, se

establecen los derechos y las obligaciones tanto del prestador del servicio público, como de los funcionarios y servidores que en él participan, así como de los destinatarios, que en este caso es la sociedad local.

En lo que respecta a la Maestría en Gobierno y Asuntos Públicos, el trabajo que se presenta va de la mano con su perfil, en el sentido de que se pretende incidir en el mejoramiento de la calidad de la prestación de los servicios públicos a través de una reglamentación clara y precisa y de una adecuada gestión municipal, para que los actores inmersos dentro de la prestación del servicio público, como los funcionarios y servidores públicos, así como los sujetos destinatarios, que en este caso, es la sociedad municipal, tengan reglas claras y precisas de la prestación de los mismos.

Además de que la Administración Municipal debe contar con el apoyo de la gestión pública, lo cual va a garantizar la realización de otro de los elementos constitutivos del Estado: la realización del Bien Público Temporal, cuya finalidad, entre otras cosas, es el beneficio de la población, en relación a su tercer elemento: la necesidad de ayuda, de aliento y eventualmente de suplencia de las actividades privadas, que consiste en la ayuda del Estado para el desarrollo de determinados intereses particulares.

Con la realización de este trabajo la sociedad, como sujeto beneficiario de la prestación de los servicios públicos, y el municipio, como prestador de servicios públicos, se verán beneficiados mediante una reglamentación clara y precisa, en donde se señalen las atribuciones, obligaciones y derechos, tanto de los funcionarios y servidores públicos, como de los destinatarios del servicio, la sociedad municipios, así también se verá beneficiada la administración municipal, porque contará con el apoyo eficiente de la gestión municipal. Todo lo anterior redundará en un beneficio integral, dado que los municipios son integrantes del Estado y los Estado de la Federación.

La presente investigación es relevante, porque el orden jurídico es un elemento que todo Estado requiere para su constitución, ya que no puede haber Estado sin orden jurídico ni orden jurídico sin Estado, y dentro de la jerarquización del orden jurídico

se encuentra la reglamentación municipal. Y es a través de las leyes que se da certeza jurídica al Estado como a la población que compone a éste, como elemento previo del mismo. Las leyes jurídicas en general son trascendentales para el buen funcionamiento de cualquier Estado, siendo sus tareas primordiales: el gobierno y la administración.

Por lo que la pregunta de investigación es:

¿Cuál es la relevancia de la reglamentación en una gestión municipal eficiente y de calidad, en la prestación del servicio público municipal de mercados, en el municipio de Amecameca, Estado de México, 2016-2018?

Por tal motivo, la calidad del servicio público de mercados en el Municipio de Amecameca depende en buena medida de la reglamentación municipal, de la gestión pública, del actuar de los funcionarios públicos, de los ciudadanos y de los comerciantes.

Por lo tanto, se tiene como dimensión independiente a la calidad del servicio de mercados en Amecameca y como dimensiones dependientes a la reglamentación en el servicio público de mercados, a la gestión pública en el servicio público de mercados, a las autoridades encargadas del servicio público de mercados, a los comerciantes municipales o locales, y a los ciudadanos municipales o locales.

Lo anterior debido a que, la calidad del servicio público de mercados no solo depende de las autoridades en cargadas de este servicio, sino también de los comerciantes y de los ciudadanos.

En lo que respecta a la responsabilidad de las autoridades encargadas del servicio público de mercados, destacan entre sus tareas, funciones, atribuciones y facultades, la reglamentación y la gestión de este servicio. La reglamentación es competencia del Ayuntamiento, a través de su cuerpo colegiado: el cabildo, el cual está integrado por el Presidente Municipal, los Regidores y el Síndico. Debido a que entre sus principales objetivos se encuentran: organizar la administración pública municipal; regular las materias, procedimientos, funciones y servicios públicos de su competencia; administración libre de la hacienda, además de asegurar la

participación ciudadana vecinal. La fuente de la Potestad Administrativa Reglamentaria del Municipio, se encuentra claramente asentada en el artículo 115, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, específicamente en su párrafo II, en donde se establece la capacidad que tiene el municipio para crear su propio ordenamiento jurídico, sin contravenir las leyes de superior jerarquía. Por lo que, la finalidad del reglamento es facilitar la aplicación de la ley, detallándola, y operar como instrumento idóneo, para llevar a efecto su contenido. Y en cuanto a su aplicación a la Dirección de Fomento, Desarrollo Económico y Comercio. Así como el mantener un diálogo abierto y de respeto mutuo con los comerciantes, para lograr acuerdos sólidos, de trascendencia en la resolución de los problemas que afecten este servicio público.

Con relación a la gestión municipal, las exigencias que plantea el contexto local, regional y nacional, imponen cada vez más, una mayor eficacia, eficiencia y calidad en las diversas acciones y políticas que implementa el gobierno y la administración pública municipal, la misma que existe en los gobiernos nacionales y subnacionales, debido a las implicaciones derivadas de la implantación de modelos de administración y gestión pos burocráticos, los cuales se han extendido en aras de lograr mejores resultados en beneficio de la sociedad, lo cual obliga a las administraciones municipales a incrementar su capacidad de gobierno y administración. Lo cual es facultad del propio Cabildo Municipal, en especial del quinto regidor, porque en la administración municipal de Amecameca, Estado de México, es el encargado del servicio público de mercados y, de la propia Dirección de Fomento, Desarrollo Económico y Comercio, Dirección encargada de este servicio público.

En lo que respecta a la responsabilidad de los comerciantes, en el servicio público de mercados, se encuentran entre otras, la de mantener en buenas condiciones las áreas físicas de este servicio público, el cooperar con las autoridades municipales en su mejora continua, mediante el pago oportuno de sus cuotas, licencias y permisos, mantener un dialogo abierto y constructivo con las autoridades

municipales para llegar a la resolución satisfactoria de los problemas que aquejan a este servicio.

En lo que corresponde a los ciudadanos, se encuentran, entre otras obligaciones, la de mantener las áreas físicas de este servicio en buenas condiciones, mediante su cuidado y mediante buenos hábitos de limpieza, ya que su actuar incide en la calidad del mismo, al mantener limpias, cuidar y hacer buen uso de las instalaciones de este servicio público. Mediante técnicas de concientización, por parte de las autoridades municipales hacia la ciudadanía, para desarrollar y elevar la implementación de buenos hábitos de conducta e higiene.

El método de control que se utilizó en la presente investigación fue el estudio de caso único (también llamado singular), porque la atención de este estudio se concentró sobre un caso único, el servicio público de mercados, en el municipio de Amecameca, Estado de México, lo cual permite, en general, tomar en consideración una gran cantidad de propiedades del caso y evaluar su importancia, en la compleja red de relaciones que constituye todo fenómeno político-social. Por lo que, el estudio de caso fue de tipo homogéneo y de carácter intensivo. Lo primero, en razón de que la muestra será homogénea, es decir, la dispersión será baja o nula y, lo segundo, porque se considerará una sola unidad y se estudiará en ella un elevado número de propiedades o dimensiones.

El tipo de estudio que se utilizó en esta investigación fue el Hipotético-Deductivo, dado que la secuencia que siguió la investigación consistió en plantear el problema y el tema de investigación, definir los objetivos que se desean alcanzar, justificar la importancia del problema o del tema, construir el marco teórico y establecer las hipótesis, en cuestión, es decir, se partió de premisas generales para alcanzar a premisas más particulares.

El estudio de caso es de tipo singular explicativo; singular porque al concentrarse sobre un caso único (el servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México) lo que permite, en general, perseguir una estrategia de investigación intensiva, es decir, se tomó en consideración una gran cantidad de propiedades del caso y se evaluó su importancia en la compleja red de

relaciones que constituyen todo fenómeno político social. La identificación y formulación de un problema concreto, ofrece en general a este tipo de estudio la posibilidad de formular hipótesis interpretativas, incluso alternativas; y es de carácter explicativo, toda vez que se argumentan aspectos particulares recurriendo a generalizaciones y teorías existentes en la literatura, es decir, es de tipo deductivo, debido a que, como ya se mencionó con anterioridad, al aplicar generalizaciones y teorías probabilísticas a la interpretación de casos singulares se transforma también en un ejercicio de control crítico, de modificación y de revisión de aquellas generalizaciones y teorías frente a condiciones específicas del caso.

El enfoque del presente trabajo de investigación fue mixto, dado que se partió tanto de lo cualitativo como lo cuantitativo, al ocupar y realizar instrumentos de estos dos enfoques. Encuestas estructuradas como procedimiento riguroso y objetivo, dentro del enfoque cuantitativo y entrevistas semiestructuradas como técnica flexible del enfoque cualitativo. En lo que respecta a las estrategias de la investigación, el estudio de caso fue de carácter intensivo, es decir, de tipo cualitativo, porque se consideró una sola unidad (tipos de objetos o conocimientos) que fue el servicio público de mercados, en el Municipio de Amecameca, Estado de México y, además porque hubo un elevado número de propiedades (características o dimensiones de las unidades que se consideran importantes para la investigación), en este sentido.

La fundamentación teórica de la presente investigación, corresponde a la teoría del Estado, la Teoría de la Administra Pública, complementada con una breve teorización en torno a la reglamentación. La Teoría del Estado, porque se propone investigar la específica realidad de la vida estatal que nos rodea y es relevante porque es el marco fundamental de la Administración Pública y del Gobierno político de un país, no perder de vista que la administración pública es inherente al Estado, adicionalmente, debido a que sienta las bases y determina las funciones de la organización política estatal, a través de sus dos tareas: Gobernar y Administrar. El gobierno es la dirección general de las actividades de los ciudadanos en vista del bien público en todos sus aspectos, mientras que la administración es la función organizadora de los servicios públicos de dirección. Por lo que, estas dos tareas se

implican mutuamente. El gobierno es imposible sin la administración y ésta requiere un gobierno que asuma la organización y dirección de los servicios públicos que presta el Estado, destinados a ayudar o suplir la actividad de los particulares en vista de la obtención del bien público, lo cual enfatizó la línea teórica sobre la cual argumentamos. Vale la pena recordar lo que asienta uno de los clásicos de la administración pública: No hay gobierno sin administración, pero puede haber administración sin gobierno (Bonnin, 1808).

Y con la ayuda del enfoque de la Gestión Pública, lograr que la administración pública realice más con menos, que cumpla con las metas y objetivos propuestos, es decir, que preste servicios públicos de calidad, a través de la eficacia, la eficiencia y la economía en su labor diaria.

En lo que respecta a la Teoría de la Administración Pública, se trata de un sistema dinámico, integrado por normas, objetivos, estructuras, órganos, funciones, métodos y procedimientos, elementos humanos y recursos económicos y materiales, a través del cual se ejecutan o instrumentan las políticas y decisiones de quienes representan o gobiernan una comunidad políticamente organizada. Esta ciencia trata de cumplir con los proyectos, programas y planes para concretarlos a través de los actos jurídicos y materiales y de esta manera satisfacer de las necesidades de la población por medio de la prestación de los servicios públicos, la ejecución de las obras públicas y la realización de otras actividades socioeconómicas de interés público, procurando de esta manera los fines del Estado. Por lo tanto, los actos administrativos para su eficacia deben estar fundados en la previsión, la organización, la dirección, la coordinación y el control, ya que el éxito de una institución, está determinado por la capacidad de los órganos de dirección, organización y mando. Por lo que, una administración pública que no está orientada a lo humano, no tiene razón de ser.

Cabe destacar que existe un enlazamiento entre la Teoría del Estado y la Teoría de la Administración Pública, debido a que la Administración es el instrumento a través del cual el Estado satisface las necesidades de su población llevando a cabo los servicios públicos que requiere la comunidad y todas las tareas que benefician a la

misma y justifiquen su existencia. Por lo que, administrar es la actividad consistente en servir o prestar servicios, es proveer, por medio de servicios, la satisfacción y protección de los intereses que se consideran incluidos en la esfera del Estado y del bien público, a lo que se añade que es a través de la administración pública como se hace presente el poder estatal en el conjunto de la sociedad.

La administración y el gobierno son complementarios e inseparables, porque se necesitan e implican mutuamente, pues el gobierno va dirigido hacia las actividades de los ciudadanos para que estos puedan alcanzar el bien público temporal y satisfacer sus necesidades a través de la otra tarea del Estado, que es la administración, quien se encarga de organizar los servicios públicos, ayudando a suplir la actividad de los particulares, cuando por si mismos no lo puedan hacer, es decir, satisfacer una necesidad colectiva cuando la iniciativa privada, por cualquier razón no pueda asegurarla o satisfacerla, entonces le corresponderá al Estado, a través de la administración, satisfacer esa necesidad de carácter general.

De ahí la importancia de vincular y concatenar en la praxis a la Teoría del Estado con la Teoría de la Administración Pública, de la Reglamentación y del enfoque de la Gestión Pública, para la mejora de la administración pública, ya que los postulados de estas teorías y enfoques, están vinculados con la realización del Bien Público Temporal de sus componentes, pues aterrizan sobre la mejora de la calidad de vida de su población, a través de la prestación de servicios públicos eficaces, eficientes y de calidad, los cuales son prestados por el Estado en sus tres niveles de gobierno, cumpliendo así con su finalidad, el bien público temporal. En buena medida coincidente con las denominadas tres “E” que caracterizan a la gestión pública: eficacia, eficiencia, economía, a lo que hay que añadir la calidad.

Con el objeto de complementar y fortalecer la presente investigación se empleó como técnica e instrumento de investigación de campo: la encuesta, dada su rigurosidad, objetividad y flexibilidad.

En esta perspectiva, se formuló un cuestionario con veinticuatro reactivos, el cual fue aplicado a 334 ciudadanos, hombres y mujeres entre 18 y 90 años de edad, del municipio de Amecameca, Estado de México. En las 26 secciones electorales del

municipio de Amecameca, Estado de México, incluyendo la cabecera municipal y a las seis delegaciones que conforman el municipio de Amecameca (San Francisco Zentlalpan, Santa Isabel Chalma, Santiago Cuauhtenco, San Pedro Nexapa, San Diego Huehuecalco, San Antonio Zoyatzingo).

En relación a la entrevista como instrumento semiestructurado y también como técnica flexible, se obtuvo a través de una guía de entrevista de 32 preguntas, información relevante de ocho personas, siendo estas: tres servidores públicos, el C. José Manuel Vázquez Hernández, Quinto regidor, encargado de supervisar y coordinar la Dirección de Comercio, Fomento Económico y Comercio, el C.P. J. Jesús Sánchez Tirado, Director de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio y, el C. David Sánchez Constantino, Coordinador de comercio por el Sindicato Único de Trabajadores, de los poderes y Municipios e Instituciones Descentralizadas del Estado de México (SUTEYM); cuatro comerciantes con la calidad de autoridades de uniones comerciales, el C. Antonio Covarrubias Escorcia, Presidente de la Unión de Locatarios del Interior del Mercado Juárez, A. C., la C. Angélica María Valencia Reyes, Presidenta de la Asociación de Comerciantes de la Región Volcanes, el C. Víctor Padilla Domínguez, Presidente de Honor y Justicia de la Asociación de Comerciantes de la Región Volcanes y, el C. Miguel Pacheco Hernández, Presidente de la Unión de Tablajeros del Interior del Mercado Juárez, A. C. y, un experto, el Mtro. en C.P y S. Ramiro Flores López, coordinador de Incubadora de empresas en el CU UAEM Valle de Chalco, y profesor de asignatura de la materia de Administración Pública Federal-Estatal del CU UAEM Amecameca.

El trabajo de investigación se encuentra dividido en tres capítulos. El capítulo I “La reglamentación en la Teoría del Estado, de la Administración y Gestión Públicas” tiene como propósito explicar la reglamentación del servicio público municipal de mercados, en el Municipio de Amecameca, Estado de México, a la luz de la Teoría del Estado, de la Administración y Gestión Públicas. El capítulo en cuestión se estructura de la siguiente manera: como primer tema a desarrollar se tiene a la Teoría de Estado, como segundo tema, a la Teoría de la Administración Pública, como tercer tema, el Enfoque de la Gestión Pública, como cuarto tema, los servicios

públicos municipales y, como quinto tema, la Teoría de la Reglamentación Municipal, es decir, versa sobre las teorías que fundamentan la presente investigación. El capítulo II “La importancia del mercado en la economía y cultura local”, cuyo objetivo primordial es describir la forma en que el mercado es visto y estudiado desde el punto de vista económico, social y cultural, con el objeto de situar su importancia dentro del servicio público de mercados, del municipio de Amecameca. El capítulo en cuestión, se estructura de la siguiente manera: como primer tema a desarrollar se apela al mercado; como segundo tema, la trascendencia del mercado; como tercer tema, los aspectos positivos y negativos en el mercado y, como cuarto tema, las características básicas de un mercado y tianguis local. El capítulo III “La reglamentación y su impacto en la gestión del servicio público de mercados, 2016-2018” trata de explicar la reglamentación y el impacto que ésta ejerce en la gestión del servicio público de mercados, en el Municipio de Amecameca, Estado de México, a través de instrumentos que permiten la cualificación y cuantificación del mismo, como entrevistas y encuestas. El capítulo en cuestión, se estructura de la siguiente manera: Análisis retrospectivo de la reglamentación del servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México, 2016-2018; La calidad en el servicio público de mercados en Amecameca, Estado de México; La relevancia de la reglamentación en el servicio público de mercados, en el municipio de Amecameca, Estado de México; La importancia de la gestión pública en el servicio público de mercados, en el municipio de Amecameca, Estado de México; La importancia del desempeño de los servidores públicos, responsables del servicio público de mercados, como factores de la calidad del mismo, en el municipio de Amecameca, Estado de México; La importancia del desempeño de las autoridades encargadas del servicio público de mercados, como factor determinante en la calidad del mismo; Los comerciantes, como sujetos activos en la prestación del servicio público de mercados, factor determinante en la calidad del mismo y; Los ciudadanos municipales o locales, como sujetos pasivos del servicio público de mercados, como factor determinante en la calidad del mismo.

Este trabajo de investigación no se hubiera podido realizar sin la participación y cooperación de todos los sujetos que en él intervinieron, en primer lugar a la digna Institución a la cual pertenezco, mi alma mater la Universidad Autónoma del Estado de México, a mi comité tutorial, mi asesor de tesis Dr. Roberto Moreno Espinosa y co-asesores, Dr. Miguel Ángel Sánchez Ramos y Dr. Joel Mendoza Ruíz, a todos y cada uno de mis profesores de la Maestría en Gobierno y Asuntos Públicos, Dr. Rafael Cedillo Delgado, Mtra. Mónica Selene Meléndez Rivera, Dr. David Padilla Macayo, Dr. Roberto Moreno Espinosa, Dr. Miguel Ángel Sánchez Ramos, Mtro. Ramiro Flores López y al Lic. Jaime Castillo Romero, así como a cada uno de los ciudadanos encuestados, a los funcionarios y servidores públicos entrevistados, C. José Manuel Vázquez Hernández, Quinto regidor, encargado de supervisar y coordinar la Dirección de Comercio, Fomento Económico y Comercio, el C.P. J. Jesús Sánchez Tirado, Director de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio y, el C. David Sánchez Constantino, Coordinador de comercio por el Sindicato Único de Trabajadores, de los poderes y Municipios e Instituciones Descentralizadas del Estado de México (SUTEYM), a los comerciantes, C. Antonio Covarrubias Escorcía, Presidente de la Unión de Locatarios del Interior del Mercado Juárez, A. C., C. Angélica María Valencia Reyes, Presidenta de la Asociación de Comerciantes de la Región Volcanes, C. Víctor Padilla Domínguez, Presidente de Honor y Justicia de la Asociación de Comerciantes de la Región Volcanes y, al C. Miguel Pacheco Hernández, Presidente de la Unión de Tablajeros del Interior del Mercado Juárez, A. C. y, así como al experto, el Mtro. en C.P y S. Ramiro Flores López, coordinador de Incubadora de empresas en el CU UAEM Valle de Chalco, y profesor de asignatura de la materia de Administración Pública Federal-Estatal del CU UAEM Amecameca. A todos y cada uno de ellos, muchas gracias.

CAPÍTULO I.

LA REGLAMENTACIÓN EN LA TEORÍA DEL ESTADO, DE LA ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN PÚBLICAS

El objetivo primordial de este apartado es explicar la relación que existe entre la Teoría del Estado con la Teoría de la Administración Pública, el enfoque de Gestión Pública y la Teoría de la Reglamentación Municipal, en relación a la prestación de los servicios públicos que realiza el Estado a través de los municipios, para el cumplir con la finalidad del Estado, el bien público temporal de sus componentes, otorgándoles servicios eficientes, eficaces y de calidad a su población.

El capítulo en cuestión, se estructura de la siguiente manera: como primer tema a desarrollar planteamos la relación de la Teoría del Estado con la Teoría de la Administración Pública, con el Enfoque de la Gestión Pública y con la Teoría de la Reglamentación Municipal, a fin de destacar el papel de una adecuada y consistente reglamentación en el mejoramiento de la gestión en la prestación de los servicios públicos municipales; como segundo tema desarrollamos la Teoría de Estado, como tercer tema abordamos la Teoría de la Administración Pública, y como cuarto tema la Teoría de la Gestión Pública, como quinto tema los servicios públicos municipales y, como sexto y último tema a la Teoría de la reglamentación Municipal.

1.1. La Teoría del Estado y de la Administración Pública en el Enfoque de la Gestión Pública y la Teoría de la Reglamentación en el ámbito Municipal

La Teoría del Estado contempla un universo de conocimientos en relación al concepto Estado, concepto que es un todo, en relación a los elementos que en el quedan comprendidos, siendo éstos: la población, el territorio, el poder público, el orden jurídico y el bien público temporal, elementos pertinentes y de primer orden

para comprender el significado de la palabra Estado. Para ello es pertinente contestar a la pregunta ¿Qué es el Estado? La respuesta nos dará una visión más enriquecedora de lo que estudia la Teoría del Estado.

Para Francisco Porrúa Pérez, “El Estado es una sociedad humana establecida en el territorio que le corresponde, estructurada y regida por un orden jurídico, que es creado, definido y aplicado por un poder soberano, para obtener el bien público temporal, formando una institución con personalidad moral y jurídica”.

La creación del Estado es de tipo social, pues su formación fue histórica, pero su reconocimiento como tal es de carácter jurídico, debido a la importancia que revistió darle la calidad de persona moral, para que jurídicamente pudiera esta institución tener personalidad jurídica (Porrúa, 1984: 22).

Ahora es pertinente definir a la Teoría del Estado y para ello se cita a Miguel Galindo Camacho, quien la define como “una ciencia social de carácter teórico, que tiene como objeto de estudio al Estado. Pretende conocer y determinar su origen, naturaleza, organización, estructura, funcionamiento, finalidad y justificación para tipificar los elementos comunes, esenciales y fundamentales de la sociedad, asentada en un territorio y dotada de poder jurídico, originario en el devenir histórico.” (Galindo, 2013: 10).

En este orden de ideas es menester subrayar la importancia de conocer la finalidad del Estado, es decir, aquello para lo cual fue creado, en otras palabras, su elemento teleológico: el bien público temporal, en este fin está la razón última del Estado.

En palabras de Porrúa Pérez, “el bien público es el que concierne a la masa de todos los individuos y de todos los grupos” (Porrúa: 1984: 278) que se encuentran dentro de la sociedad estatal.

Es pertinente aclarar que, dentro del elemento constitutivo del Estado, el bien público temporal, el papel del Estado es complementar la indigencia social de su población, pero no reemplazarla completamente, ya que el individuo tiene que actuar en forma directa para alcanzar su fin, siendo auxiliado para ello por el Estado.

Para comprender lo anterior, es necesario citar los elementos formales del bien público, a saber: a) Necesidad de orden y paz; b) Necesidad de coordinación y; c) Necesidad de ayuda, de aliento y eventualmente de suplencia de las actividades privadas (Porrúa: 1984: 279). Es en este último elemento en donde radica el enlace entre las tres teorías que se hilvanan, el cual consiste en la ayuda del Estado hacia su población para el desarrollo de determinados intereses particulares, ya que los individuos que componen la sociedad estatal por sí solos no podrían realizar ciertas funciones de interés general, para ello requieren necesariamente de la concurrencia del Estado.

Debido a lo anteriormente señalado, respecto de los elementos formales del bien público, el Estado desarrolla dos tareas fundamentales, de suma importancia, realizadas a través del elemento constitutivo del Estado conocido como Poder Público: el gobierno y la administración. La primera "...consiste en formular mandatos exigiendo que se realicen o no actividades en tal o cual sentido, para la conservación del Estado y para el logro de sus fines" como lo cita Porrúa Pérez (Porrúa, 1984: 291). Es en la segunda tarea, en donde toma realce y se origina la importancia del desarrollo del tema en cuestión, pues es en la administración en donde se entrelaza y se concatena el estudio de la Teoría de la Administración Pública, al enfoque de la Gestión Pública, así como el de la Teoría de la Reglamentación. Esta segunda tarea, la administración, se refiere a la manera en cómo el Poder Público "...organiza los servicios públicos destinados a ayudar o suplir la actividad de los particulares en vista de la obtención del bien público." (Porrúa, 1984: 291). Por lo que administrar "...es proveer, por medio de servicios, a la satisfacción de los intereses que se consideran incluidos en la esfera del Estado y del bien público." (Porrúa, 1984: 297).

Respecto a estas dos tareas del Estado, se puede determinar que la administración se dirige a las cosas y que el gobierno a las personas. Por lo tanto, reside en el poder público la tarea de la administración pública, cuya responsabilidad incumbe al Estado, en sus tres niveles u órdenes de gobierno, en el caso de México, así como la obtención del bien público temporal de sus componentes, dado que, la

administración es la manera en cómo el poder público organiza y presta los servicios públicos destinados a ayudar, suplir o complementar la actividad de los particulares en vista de la obtención del bien público.

La conservación del Estado, supone el buen funcionamiento de su maquinaria administrativa así como la existencia de una sana economía estatal (Porrúa: 1984: 283). De ahí la importancia de vincular y concatenar en la praxis a la Teoría del Estado con la Teoría de la Administración Pública, de la Reglamentación y del enfoque de la Gestión Pública, para la mejora de la administración pública, ya que los postulados de estas teorías y enfoques, están vinculados con la realización del Bien Público Temporal de sus componentes, pues aterrizan sobre la mejora de la calidad de vida de su población, a través de la prestación de servicios públicos eficaces, eficientes y de calidad, los cuales son prestados por el Estado en sus tres niveles de gobierno, cumpliendo así con su finalidad, el bien público temporal. En buena medida coincidente con las denominadas tres “E” que caracterizan a la gestión pública: eficacia, eficiencia, economía, a lo que hay que añadir la calidad.

Es menester brindar un breve preámbulo acerca de estas teorías y enfoques. En lo que respecta a la Teoría de la Administración Pública, Galindo Camacho, la define como “...una ciencia de carácter social, que fundándose en los principios del Derecho Constitucional y del Administrativo, formula los suyos propios a efecto de cumplir con los proyectos, programas, planes y aspiraciones elaborados por la Ciencia Política, para concretarlos por medio de los actos jurídicos y materiales, en el marco de la función ejecutiva, para la satisfacción de las necesidades comunitarias a través de los servicios públicos, atribuciones, tareas, encomiendas o cometidos que corresponde a las facultades que la ley otorga a los órganos que la realizan. (Galindo, 2000: 10 y 11). Dicha definición destaca la importancia y la finalidad de esta ciencia: cumplir con los proyectos, programas, planes y aspiraciones para incidir en la satisfacción de las necesidades comunitarias a través de los servicios públicos, función ejecutiva de la administración pública.

Por lo que, podemos decir que el referente en la administración pública hoy en día, en la práctica, es la prestación de los servicios públicos a los ciudadanos, como

manera real de legitimarla, para resaltar en la realidad la importancia del bien público temporal, como elemento constitutivo del Estado y fin teleológico del mismo, siendo este la finalidad del poder público.

En relación al enfoque de Gestión Pública, ésta es considerada, en palabras de Brugué y Subirats, como "...un acto complejo, un lenguaje que nos aleja de la estricta causalidad y nos acerca al mundo de la política, de la definición de objetivos, de la autonomía para decidir cursos de acción, de la libertad para resolver problemas, de la oportunidad para escoger entre alternativas y de la necesidad de mantenernos atentos a lo que sucede en el exterior." (Brugué y Subirats, 1996: 14), por lo cual, se entiende como la acción y la consecuencia de dirigir algo, mediante la realización de ciertas diligencias para hacer posible la ejecución de una operación o proyecto, a través de: objetivos, estrategias, planeaciones, valores, estructuras, ejecución de proyectos, alternativas, toma de decisiones, resolución de problemas, y reiteramos con capacidad de respuesta, eficiencia, eficacia, calidad, a lo que se puede añadir la autonomía de gestión con responsabilidad y rendición de cuentas. Para que éste enfoque pueda ser entendido en su totalidad, habrá que citar de nueva cuenta a Brugué y Subirats, quienes mencionan las tres funciones de la gestión pública: 1) La gestión estratégica (establecer objetivos y prioridades y diseñar planes operativos para alcanzarlos); 2) La gestión de los componentes internos (organizar, gestionar los recursos humanos y los financieros y controlar los resultados obtenidos), y 3) La gestión de los componentes externos (tratar con la unidades externas de la propia administración pública, con otras organizaciones independientes, con la prensa y con los ciudadanos)." (Brugué y Subirats, 1996: 14). Lo cual constituye un acto complejo que deja atrás la improvisación, la suerte y los paliativos en la administración pública, aterrizando en la planeación, en las estrategias, en la organización, con una visión de futuro.

Por lo cual, la Nueva Gestión Pública, es entendida como "una filosofía administrativa, como un conjunto de doctrinas y justificaciones diversas que giran en torno a problemas comunes, como lo es la relación cliente-ciudadano; la

reducción de costos y la creación del valor; la relación eficacia-eficiencia; la prestación de servicios y el control por resultados”, (Chava, 2011: 69) entre otras.

Tal es la constante en la administración pública, que dentro del enfoque de la Gestión Pública, existen varios sub enfoques cuya finalidad, es hacer mayor eficiente y eficaz a la administración pública en la prestación de los servicios al ciudadano, por lo que la Nueva Gestión Pública “no presenta una sola línea discursiva, posee diversos enfoques que continuamente se transforman e interrelacionan y son acotados con diversos nombres y en múltiples contextos.” (Chava, 2011; 61).

Lo cual significa, que tiende a estar en constante cambio y transformación, para dar solución oportuna a los problemas que emergen y aquejan al sector público en cuanto a la satisfacción de las necesidades de carácter general de la ciudadanía. Siendo uno de ellos, el enfoque del paradigma posburocrático.

Éste enfoque destaca la importancia de la aplicación de las normas, es decir, *el control coercitivo debe dar paso a un apego a las normas desde su comprensión e interiorización (autocontrol)*, como tácitamente lo indica Chica Vélez, las normas son tan importantes en la Administración como en la Gestión Pública, y deben estas ser comprensibles e interiorizarse dentro de la administración pública, para que también puedan ser eficaces y eficientes y externarse después a la ciudadanía para su información, acatamiento y comprensión y así *lograr el apoyo para las normas* dentro de la administración pública, por lo que, en general, el valor creado por el Estado se realiza a través de servicios, leyes, regulaciones y otras acciones, pero sobre todo a través de transacciones individuales con los ciudadanos, garantizando sus derechos, satisfaciendo sus demandas y, prestándoles servicios de calidad.

En lo que respecta a la Teoría de la Reglamentación, ésta argumenta, de manera concisa, que para un adecuado funcionamiento de la administración pública, se requiere de una apropiada reglamentación municipal. En palabras de Teresita Rendón “...el derecho exige nuevas racionalizaciones y especiales esfuerzos, para reparar en la indiscutible complementariedad que existe entre su elaboración y aplicación... La producción de normas generales por los ayuntamientos... el

reconocimiento de la potestad reglamentaria en el ámbito municipal... Se trata de una categoría compleja que designa una atribución de primer orden de los cuerpos edilicios, para crear reglas jurídicas generales en sus jurisdicciones territoriales.” (Rendón, 2014: IX).

En México, gracias a las reformas realizadas al artículo 115 de la Constitución Política Federal, de 1983, se determinó en la fracción II, de dicho artículo, que los ayuntamientos poseen facultades para expedir el bando de policía y gobierno, reglamentos, circulares y disposiciones administrativas de observancia general dentro de sus respectivas jurisdicciones, que regulen asuntos de su competencia, posteriormente, la misma fracción fue reformada en 1999, con la finalidad de ampliar el ámbito competencia de los municipios, delimitar las leyes estatales en materia municipal y aumentar la capacidad reglamentaria de los ayuntamientos.

Por lo que, a través de dichas reformas, se establecieron las bases generales sobre las cuales las legislaturas estatales regularían la administración municipal, obligando a los municipios a respetar el contenido de dichas normas al dictar los reglamentos respectivos de tal manera que hubiera uniformidad dentro del Estado en aspectos fundamentales y asegurar el mejor funcionamiento. (Vega, 2014: 5).

Por lo tanto, la finalidad de la Teoría de la Reglamentación es lograr uniformidad en el orden jurídico administrativo del Estado, es decir, que los reglamentos que regulan los servicios públicos que presta el Estado -a través del municipio, como parte integrante del Estado- cumplan con los aspectos jurídicos fundamentales para una mejor prestación de los mismos, ya que, es en el municipio, en donde se presta de manera directa e inmediata los servicios públicos, establecidos por el Estado. Por ello, es importante que las normas emanadas de la administración pública municipal sean acordes al contexto de las demás normas emanadas, por los diferentes niveles de gobierno, empezando la jerarquía de ellas a nivel federal, con los tratados internacionales y la Carta Magna, y posteriormente, por las normas emanadas de las entidades federativas de nuestra federación y así aterrizar en las

municipalidades, para que, de esta manera, el engranaje estatal funcione correctamente.

1.2. Teoría del Estado

Desde mi punto de vista y de mi perfil profesional jurídico, es relevante e importante tener como base de apoyo a la Teoría de Estado, ya que, todo lo relativo a la administración y al gobierno, emana precisamente de la institución estatal, llamada Estado, por lo cual coincido plenamente en que la administración pública es inherente al Estado.

Y para ello es imprescindible conocer de manera breve qué es, cuál es su objeto de estudio y los precursores de ésta.

Comenzaremos por citar a Georg Jellinek, para quien la Teoría General del Estado, es:

La ciencia teórica o doctrina del Estado, se divide en doctrina general del Estado y doctrina particular del mismo. La primera se propone hallar el principio fundamental del Estado, y someter a la investigación científica los fenómenos generales de éste y sus determinaciones fundamentales. Sus resultados no se deben al estudio particular de un Estado, sino que habrán de lograrse mediante la investigación general de las formas que han revestido los Estados en los fenómenos histórico-sociales... la doctrina general se completa con la doctrina particular del Estado. Para esta existen dos modos posibles de investigación: comparar las instituciones particulares de los Estados en general, las de un grupo de Estados determinados o las de éstos, pero con relación a una época limitada, para llegar a explicar de este modo las formas típicas de estas instituciones; o circunscribese al conocimiento de las instituciones de un Estado en concreto, bien en la variedad de su evolución histórica, bien en la mera forma actual” (Galindo, 2013: 8).

Galindo Camacho continúa diciendo que: “... Ahora bien ambas expresiones son equivalentes porque cuando se dice Teoría General del Estado se habla de un concepto genérico y lo mismo se hace cuando se aplica el término Teoría del

Estado, o sea que ambos términos son tomados en su universalidad, en su generalidad, ..." (Galindo, 2013: 8).

Y concluye Galindo, diciendo que "...las expresiones Teoría General del Estado y Teoría del Estado, son equivalentes, porque ambas se refieren al ser Estado desde el punto de vista genérico y que, al nombrarle general, no restringe su temática en la forma expuesta por Heller y, sin embargo, por economía del lenguaje se cita a esta disciplina con el nombre de Teoría del Estado." (Galindo, 2013: 9).

Miguel Galindo Camacho define a la Teoría del Estado como "una ciencia social de carácter teórico, que tiene como objeto de estudio al Estado. Pretende conocer y determinar su origen, naturaleza, organización, estructura, funcionamiento, finalidad y justificación para tipificar los elementos comunes, esenciales y fundamentales de la sociedad, asentada en un territorio y dotada de poder jurídico, originario en el devenir histórico." (Galindo, 2013: 10).

Hermann Heller sostiene que: "La teoría del Estado se propone investigar la específica realidad de la vida estatal que nos rodea. Aspira a comprender al Estado en su estructura y funciones actuales, su devenir histórico y las tendencias de su evolución." (Galindo, 2013: 7).

Esta ciencia "se auxilia y utiliza las conclusiones de las disciplinas políticas fundamentales: Filosofía Política, Historia política y Ciencia Política en sentido estricto, para elaborar los principios fundamentales de su estructura. No estudia a todos los fenómenos políticos sino exclusivamente la sociedad política que tiene características estatales." (Porrúa, 1984: 28).

Por lo tanto, la Teoría del Estado se propone investigar la específica realidad de la vida estatal que nos rodea. Aspira a comprender al Estado en su estructura y funciones actuales, su devenir histórico y las tendencias de sus evoluciones.

Y en lo que concierne a mi trabajo de investigación, es relevante porque esta Teoría es el fundamento de la Administración Pública y del Gobierno político de un país, debido a que sienta las bases y determina las funciones que a estas dos tareas del Estado han sido encomendadas.

El objeto de estudio de la **Teoría del Estado** es el mismo Estado, y dentro de él, en lo que respecta a su elemento constitutivo, el poder político, es ahí en donde se encuentra inmersa la Administración Pública, y en donde, tanto la Reglamentación como la Gestión Municipal, tienen relevancia.

El Estado y los fenómenos políticos que se dan en él, son materia del estudio de dos órdenes de ideas, cuyos límites han pretendido señalar tajantemente varias escuelas: la Teoría General del Estado, como ciencia teórica y la Ciencia política, como disciplina práctica. Fue en Alemania en donde Gerber y Laband y en cierto modo Jellinek, trataron de precisar la diferencia radical entre ambas disciplinas, pretendiendo despojar a la Teoría General del Estado de todo elemento político, para estudiarlo como un fenómeno esencialmente jurídico. Esta concepción de la Teoría General del Estado encuentra su máxima expresión en Hans Kelsen (Galindo, 2013: 5).

El estudio a que está enfocada esta disciplina es de tipo "... teórico, es decir, que ha de aspirar... a asentar principios abstractos, válidos para todas las situaciones concretas o particulares posibles." (Porrúa, 1984: 31).

El objeto de esta disciplina es el Estado, considerando como tal a las sociedades políticas, que merezcan el calificativo de ser "estatales", o sea, aquellas que Hermann Heller considera como Estado Moderno: "la organización política que se da en Europa a partir del Renacimiento". "La aspiración de la Teoría del Estado es unitaria y total: el conocimiento teórico del Estado." (Porrúa, 1984: 32).

Esta ciencia "se auxilia y utiliza las conclusiones de las disciplinas políticas fundamentales: Filosofía Política, Historia política y Ciencia Política en sentido estricto, para elaborar los principios fundamentales de su estructura. No estudia a todos los fenómenos políticos sino exclusivamente la sociedad política que tiene características estatales." (Porrúa, 1984: 28).

Respecto a esta teoría, Andrés Serra Rojas medita que: "La idea de una disciplina que estudie al fenómeno político y en general al Estado en sus diversos aspectos, es muy antigua. El hombre es un ser social y su vida se desenvuelve en una serie

de relaciones, cada día más complejas, que caen bajo el campo de las ciencias culturales.” (Serra, 2015: XII).

En lo que atañe al origen de la Teoría del Estado, ésta se originó en Alemania a mediados del siglo XIX, para ello cito a Porrúa Pérez, quien argumenta que: “De manera formal, esta teoría se originó en Alemania a mediados del siglo XIX, con la denominación “Algemeine Staatslehre”, que se traduce literalmente “Teoría General del Estado.” (Porrúa, 1984: 29).

El nombre de “Teoría General del Estado”, surgió en Alemania a mediados del siglo XIX, manifestando Hermann Heller que “se denomina expresamente “general” porque, desde entonces, el círculo de sus problemas se restringe progresivamente, viniendo al fin, a quedar reducido a poco más de la historia y construcción de algunos conceptos fundamentales de derecho político.” (Galindo, 2013: 7).

Para Galindo Camacho, los principales precursores de la Teoría del Estado son: Hermann Heller, George Jellinek (Galindo, 2013: 7).

Dalla Vía, considera que los tres grandes autores alemanes fueron Hermann Heller, Hans Kelsen y George Jellinek, y que habría que sumar a Carré de Malberg, quien llevó el método alemán al análisis del Estado francés (Dalla, 2006: 335).

Dalla Vía, manifiesta que cada una de las teorías de los tres grandes autores: Hermann Heller, Hans Kelsen y George Jellinek

“puso énfasis o enfoque en algún aspecto particular, así Hermann Heller elaboró una teoría del Estado que tuvo en cuenta la fenomenología, es decir, el análisis sociológico de los aspectos fácticos que fundamentan la creación de instituciones. Por su parte, Hans Kelsen construyó una teoría jurídica, al punto tal de identificar al Estado con la totalidad del ordenamiento jurídico. El aporte de Jellinek no solamente ha sido más descriptivo, sino también más amplio desde el punto de vista científico al partir de un criterio dualista que considera tanto los aspectos sociológicos como los jurídicos del Estado.” (Dalla, 2006: 335).

Galindo Camacho, asevera que Hermann Heller concibió a la Teoría del Estado como una ciencia cultural, sociológica o de la realidad y de estructuras (Galindo, 2013: 7).

Cabe destacar que La *Staatslehre* de Heller fue publicada en Holanda en 1934 (Treves: 342).

Heller decía que era necesario limitarse a construir, una simple doctrina del Estado, sin pretensiones de generalidad, la cual se atribuya la tarea de “investigar la específica realidad de la vida estatal que nos circunda” y de “comprender al Estado en su estructura y función actual, en su devenir histórico y en su tendencia evolutiva” (Treves: 346).

Heller entiende a la Teoría del Estado como una ciencia de la cultura... perteneciendo al grupo de la realidad... “que se refiere a la acción, al acto y que toman como su objeto la conexión de la realidad actual” (Treves: 349).

A este respecto, Heller sobre la Teoría del Estado, dice que esta debe ser “en todos sus aspectos, una ciencia sociológica de la realidad que, considerando al Estado como una formación histórica real, se proponga comprenderlo y explicarlo con base en el principio de causalidad y por medio de la interpretación de la conexidad de las actividades históricas y sociales” (Treves: 349).

Por su parte, George Jellinek, analizado por Dalla, comenta que:

En su Teoría general, Jellinek afirma que el Estado tiene una doble naturaleza: es, primeramente, una formación histórica a la que se adosa el derecho, pero que no pudo crear a éste, sino que es más bien el fundamento de su existencia. El ser precede a la norma, el hecho hace nacer el derecho, lo real se transforma en normativo. Pero, a su vez, la norma origina, en virtud de un elemento racional y progresivo, un orden superior al derecho positivo. Por ello, el Estado es al mismo tiempo una formación social y una institución jurídica; de ahí que, para estudiarlo, sea preciso el concurso de dos ciencias autónomas: la teoría jurídica del Estado y la teoría social del Estado. A la primera corresponde la aplicación del método jurídico, mientras que a la segunda el método de las ciencias naturales.

Toda asociación permanente, y entre ellas el Estado, a los efectos de no caer en la anarquía, necesita un ordenamiento mediante el cual

pueda constituirse y desenvolverse su voluntad, y que establezca al mismo tiempo las relaciones de la asociación con sus miembros, y de éstos entre sí: tal ordenamiento se llama Constitución. De manera que el Estado moderno ha nacido como unidad de asociación, organizándose con base en una Constitución (Dalla: 336).

Ulises Schmill, menciona la dualidad que existe en la Teoría del Estado de George Jellinek, “quien propone la construcción de una teoría general del Estado dividida en dos partes: la doctrina social o sociológica del Estado y la doctrina jurídica del Estado.” (Schmill: 587).

Para Hans Kelsen, según Ulises Schmill, “todos los problemas relacionados con el Estado en la concepción tradicional, al quedar incorporados en la norma jurídica, se han convertido en problemas normativos y el Estado es concebido como el mismo orden jurídico.” (Schmill: 595).

Y continúa expresando que “la concepción del derecho como orden coactivo fundamenta la afirmación de la identidad del derecho y del Estado. Esta teoría de la identidad significa, ...que todo problema referente al Estado es un problema jurídico y debe resolverse en función de las normas jurídicas. Este es el sentido teórico de la teoría de la identidad del derecho y del Estado.” (Schmill: 596).

1.3. Teoría de la Administración Pública

Este tema también es fundamental en el presente trabajo de investigación, debido a la importancia y trascendencia que representa la Teoría de la Administración Pública en el aspecto de los servicios públicos municipales, y en general, en el quehacer público.

En opinión de Galindo

La Ciencia de la Administración Pública tiene una gran importancia en este final del siglo XX y principios del XXI. A pesar de que tiene como antecedentes a las ciencias camerales, expresión del pensamiento del Estado absolutista... que surgió de la Revolución Francesa a finales del siglo XVIII cuyo pensamiento abarcó dos vertientes

importantes de la actividad gubernamental en relación con los gobernados: por una parte el Derecho Constitucional y la Política, y por la otra, la actividad que ejecuta el proyecto político, es decir la administración pública,... Corresponde a la segunda mitad del siglo XX entrar de lleno, hasta donde lo han logrado al estudio de la administración pública y reconocerle a plenitud el carácter científico que tiene, a pesar de que desde la primera década del siglo XIX, Carlos Juan Bautista Bonnín en sus "Principios de Administración Pública ", tuvo la preocupación fundamental de tipificarla como una verdadera ciencia. (Galindo, 2000: XIII).

Para Galindo Camacho, la Teoría de la Administración Pública es:

...una ciencia de carácter social, que fundándose en los principios del Derecho Constitucional y del Administrativo, formula los suyos propios a efecto de cumplir con los proyectos, programas, planes y aspiraciones elaborados por la Ciencia Política, para concretarlos por medio de los actos jurídicos y materiales, en el marco de la función ejecutiva, para la satisfacción de las necesidades comunitarias a través de los servicios públicos, atribuciones, tareas, encomiendas o cometidos que corresponde a las facultades que la ley otorga a los órganos que la realizan. (Galindo, 2000: 10 y 11).

Los principales exponentes de la Ciencia de la Administración Pública son, de acuerdo con Galindo Camacho:

...los tratadistas franceses, empezando por el extraordinario Intendente de la última etapa de la Francia absolutista, Roberto Jacobo Turgot, que sin ser un teórico de la materia se dedicó esmeradamente a ser un verdadero servidor público y en consecuencia, un administrador público, aunque al servicio del absolutismo francés... siguiendo con el más alto expositor de la materia, no solamente en Francia, sino en todo el mundo, y que ya he mencionado: Carlos Juan Bautista Bonnín, sin dejar de reconocer la trascendencia del pensamiento de Carlos De Secondat, Barón de Montesquieu... citando también la aportación que hizo Henry Fayol a la administración privada. (Galindo, 2000: X y XI).

Dicho autor, reitera la importancia de dos tratadistas, argumentando que son “dos de los teóricos más importantes de la ciencia o la teoría de la administración: Carlos Juan Bautista Bonnín en Francia y Lorenzo Von Stein en Alemania...” (Galindo, 2000: 13).

Más adelante Galindo, comenta que el pensamiento administrativo Francés puede expresarse a través de las siguientes etapas:

1. El pensamiento administrativo del absolutismo, que tenía como denominador común a las ciencias camerales y por supuesto a la ciencia de la policía como una parte importante de las mismas.
2. El pensamiento de Carlos De Secondat, Barón de Montesquieu, en cuya obra "El Espíritu de las Leyes" publicada en 1748, que en su capítulo relativo a la Constitución de Inglaterra, aborda lo relacionado con la División de Poderes, siendo parte muy importante de ellos, el ejecutivo, que es el que realiza la administración pública.
3. El pensamiento administrativo de Anne Roberto Jacobo Turgot, que siendo exponente del absolutismo del antiguo régimen, anterior a la Revolución Francesa, debe ser considerado, sin embargo, como reformador del mismo, no tanto en la teoría, sino en la práctica que llevó a cabo como intendente de Limoges, como titular de la Cartera de Marina y Contralor General de las Finanzas de la Francia absolutista.
4. Surgimiento del pensamiento administrativo francés, como producto de la Revolución Francesa, expresado a través de la obra de Carlos Juan Bautista Bonnín, cuya primera edición data de 1808, la segunda de 1809 y la tercera de 1812, denominada "Principios de la administración pública"...
5. El proyecto del Código Administrativo francés elaborado por Bonnín en 1809 y cuya tendencia siguieron José María De Gerando, Luis Antonio Macarel y Cormenin viviendo los tres a mediados del siglo XIX...
6. El pensamiento político administrativo de Alexis De Tocqueville expuesto en dos de sus más importantes obras "La Democracia en América" y "El antiguo régimen y la revolución" y algunos documentos que presentó respecto al cumplimiento de comisiones que le fueron conferidas, en su calidad de diputado de la Asamblea Legislativa, entre ellas las conocidas con los nombres de "La Presentación de Macarel" y el Informe presentado a la Cámara de Diputados a nombre de la comisión encargada de revisar los créditos extraordinarios solicitados por Argelia.
7. La tendencia de la administración pública francesa contemporánea expresada por Georges Langrod, que hace un estudio de "La ciencia de la administración pública en Francia en los siglos XIX y XX: revisión histórica y estado actual" y el "Tratado de ciencia administrativa". Este autor sostiene que el hecho administrativo es identificable por los seis factores que él menciona, mismos que tienen punto de coincidencia con el pensamiento de Bonnín, y que son los siguientes: Factor organizador, Factor estabilizador, Factor racional, Factor de organización, Factor finalista, Factor centrípeto. (Galindo 2000: 21 y 22).

Es de resaltar la importancia y relevancia del francés Carlos Juan Bautista Bonnin, quien fue pieza clave para considerar a la Administración Pública como una ciencia, por lo cual, Galindo, resalta su importancia como

“...el fundador de la Ciencia de la Administración Pública; y a él corresponde el mérito indiscutible de haberla caracterizado y tipificado precisamente como una ciencia, es decir, como un conjunto de conocimientos y principios lógicamente ordenados y sistematizados, con un objeto, un fin y un método propios...” y continua argumentando “...Es Lorenzo Von Stein, quien en Alemania, tres décadas después de expuesto el pensamiento de Bonnin, adopta una postura semejante constituyendo a la administración con un rigor científico, dejando de ser, desde entonces, conocimientos aislados y con falta de coherencia, de sistematización sobre la administración.” (Galindo, 2000: 28).

En lo que respecta a las ideas de Henry Fayol sobre la administración, estas forman parte de las corrientes clásicas del pensamiento administrativo. Galindo hace mención acerca de la publicación de este autor: ““El Despertar del Espíritu Público”, el cual es recopilación de varios trabajos de todos ellos y una contribución para el mejoramiento de la Administración Estatal, sin dejar de reconocer su origen que corresponde a la administración privada.” (Galindo, 2000: 36).

Y añade Galindo:

...En su publicación "El Despertar del Espíritu Público" se advierte su intento de "industrializar al Estado para hacerlo más eficiente."

...acepta que el gobierno de la empresa o institución es el todo, mientras que la administración es una de sus partes y que el acto administrativo para la eficacia del mismo debe estar fundado en la previsión, la organización, la dirección, la coordinación y el control... sostiene que el éxito empresarial está determinado por la capacidad de los órganos de dirección, organización y mando de una empresa... (Galindo, 2000: 37).

Es deber destacar a Alemania, como uno de los países en donde se desarrolló parte de la ciencia política y del derecho público, para ello, citamos a Galindo Camacho, quien comenta que “es uno de los países en donde la ciencia política y el derecho público han surgido en forma natural y espontánea, a lo que se puede agregar la creación de la ciencia de la administración pública tipificada por Juan Enrique Von Justi y expresada magistralmente a través del pensamiento de Lorenzo Von Stein

con su antecedente, el del Barón Enrique Federico Carlos Von Stein.” (Galindo, 2000: 39).

Galindo comenta que “El pensamiento administrativo de España del siglo XIX tiene como representantes más importantes a Francisco Javier de Burgos y Olmo... y Pedro Sáinz de Andino. Ambos personajes considerados como importantes administrativistas, se formaron en la praxis bajo el amparo de la regencia de María Cristina, teniendo la influencia del pensamiento de Carlos Juan Bautista Bonnin.” (Galindo, 2000: 55).

Galindo, respecto del pensamiento administrativo norteamericano, dice que:

“...está formado de las vertientes interna y externa. La primera está formada en virtud de la idiosincrasia norteamericana y la segunda por el pensamiento alemán, francés y en pequeña escala el español sobre la materia, siendo en el caso evidente la influencia de Lorenzo VON STEIN y Carlos Juan Bautista BONNIN. Los precursores del pensamiento administrativo norteamericano son: Alejandro HAMILTON y Thomas JEFFERSON. El primero, creador y defensor del federalismo y el segundo, impugnador del mismo por el celo de defender la soberanía de sus Estados miembros.” (Galindo, 2000: 76).

Para Humberto Fernández

“El nacimiento de la ciencia de la Administración Pública tiene sus orígenes en 1808 con la obra de Juan Carlos Bonnin: Compendio de los principios de Administración Pública...”

La revolución industrial (s. XVIII) trajo avances importantes para la Administración Pública, con autores como Fayol y Taylor que le dieron carácter científico a esta disciplina...” (Fernández, 2016: 46).

El mismo autor, menciona que Max Weber desarrolló un modelo burocrático al que considera la racionalización de la actividad colectiva, es decir, una organización racionalmente estructurada” (Fernández, 2016: 47).

Y cita a Woodrow Wilson, quien “en su obra El estudio de la administración, plantea la dicotomía entre Administración Pública y Ciencia Política, con la cual afirma que “la ciencia de la administración es el fruto más reciente del estudio de la Ciencia Política...” (ob. cit.).

Humberto Fernández, comenta que

Existe una amplia tradición sobre el estudio de la Administración Pública en México, sin embargo, el interés por integrarlo ha sido relativamente reciente. El primer trabajo de sistematización de la biografía administrativa mexicana fue realizado en 1956 por Catalina Sierra Casasús y posteriormente destacan los artículos de José Chanes Nieto. Sin embargo, el trabajo del Dr. José Juan Sánchez González, en su obra *Historia del Estudio de la Administración Pública en México*, ofrece una visión completa del tema. (Fernández, 2016: 117).

Fernández Fuentes cita a Sánchez González, quien sintetiza el quehacer de la Ciencia de la Administración Pública, en nuestro país en el siglo XIX, de la siguiente manera:

Simón Tadeo Ortiz “México considerado como país independiente y libre” (1832); R. M. Veytia “Opúsculo de derecho constitucional y administrativo” (1852); Teodosio Lares “Lecciones de derecho administrativo” (1852); Luis de la Rosa “Ensayo sobre administración pública de México y medios para mejorarla” (1852); Francisco de Paula Madrazo “Manual de Administración” (1857); José María del Castillo Velasco “Ensayo sobre el derecho administrativo mexicano” (1874); Charles Nordhoff (y Eduardo Ruíz) “La ciencia política al alcance de los jóvenes” (1855), aparecida después en 1890, con el Título “La ciencia administrativa al alcance de los jóvenes.” (Fernández, 2016: 118).

Sánchez González, citado por Fernández Fuentes, alude que en la tradición de tratados teóricos, en los siglos XX y XXI en México, destacan autores como: Lucio Mendieta y Núñez, José Galván Escobedo, Miguel Duhalt Krauss, Omar Guerrero, Álvaro Rodríguez Reyes, José Chanes Nieto, José R. Castelazo, Ignacio Pichardo Pagaza, Ricardo Uvalle Berrones, Federico Reyes Heróles, Luis F. Aguilar Villanueva, Enrique Cabrero, David Arellano, José Luis Méndez, José Juan Sánchez y José Martínez Vilchis. (Fernández, 2016: 119 y 120).

Respecto a las tesis y los enfoques de la Teoría de la Administración Pública, Pérez Aramburu, revisa diferentes *tesis sobre la burocracia Estatal*, a saber: “burocracia entendida como clase social; burocracia considerada como instrumento de clase; burocracia definida como categoría social; burocracia pensada como una capa que elabora su conducta, que se va estructurando a sí misma y que se desarrolla

siguiendo su propio interés y por último aquella que la define como un factor social diferenciado y complejo.” (Pérez, 2011: 16).

a) **La burocracia considerada como una clase.** Pérez comenta que

La tesis de la burocracia como clase, parte de la premisa de reconocer que tanto en una sociedad capitalista, como en una sociedad de masas, la burocracia tiene un dinamismo propio, que no es meramente un instrumento de la clase dominante, sino que en virtud de la actividad social específica que desempeña crea un espacio de poder propio, donde se trata de expandir y consolidar continuamente. (Pérez, 2011: 18).

b) **La burocracia como un instrumento de la clase dominante.** Para Marx Weber, citado por Pérez, la burocracia es “...un instrumento de la clase dominante que tiene su origen en una sociedad dividida en clases, donde su función es, mantener un orden de cosas establecido, un statu quo determinado.” (Pérez, 2011: 16 y 18).

Pérez cita a Lefort, quien por su parte:

...considera que la burocracia crea un espacio de poder específico, diferente al de la burguesía, con intereses y formas de funcionamiento propios. Expone ciertos rasgos sin los cuales le parece imposible hablar de burocracia: un lazo entre cierta forma de jerarquía y un sistema de autoridad; una identificación de los miembros con la empresa a la cual se consagra, es decir, con su cargo... y por último una unidad geográfica donde pueda delimitarse y hacerse efectivo un sistema de mando-subordinación. (Pérez, 2011: 17).

c) **La burocracia como categoría social.** Poulantzas, citado por Pérez, “considera a la burocracia como una categoría social específica.” En donde... “el Estado no es un instrumento de clase dominante...”

... una formación social está constituida por una combinación de diferentes modos de producción, es decir, por diferentes modos de organización de los hombres para satisfacer sus necesidades. Explicita que el concepto de clase no se refiere solo a la relación de los individuos con la producción, sino al conjunto de las relaciones sociales. (Pérez, 2011: 23).

Pérez argumenta en este sentido que, “...la burocracia, no se refiere únicamente a un grupo social con relaciones específicas sobredeterminadas, que se organiza y estructura particularmente (no

descansando esto sobre bases económicas), sino que se refiere a un sistema de organización y funcionamiento interno del aparato del Estado, es decir al burocratismo.” (Pérez, 2011: 23).

Y concluye que

En definitiva, la categoría burocrática depende no solo de las funciones que desempeñe el Estado, sino de las estructuras, matrices organizadoras del mismo, es decir del burocratismo que es el resultado de la ideología dominante y de las estructuras del Estado capitalista. Este le otorga a la burocracia su carácter de unidad y coherencia propia (más allá de las pertenencias de clase), la convierte en una categoría específica que no descansa solamente sobre bases económicas. (Pérez, 2011: 24 y 25).

- d) **La burocracia pensada como una capa que elabora su conducta, que se va estructurando a sí misma y que se desarrolla siguiendo su propio interés.** Lefort, citado por Pérez, propone estudiar a la burocracia como “una capa que elabora su conducta, que se va estructurando a sí misma y que se desarrolla siguiendo su propio interés.” (Pérez, 2011: 17).

- e) **La burocracia como factor social diferenciado y complejo.** Oscar Oszlak, citado por Pérez, “considera que la burocracia no es una simple sección de la clase dominante, sino que es un factor social diferenciado y complejo.” (Pérez, 2011: 17).

Según Pérez Aramburu, los enfoques teóricos de la burocracia son:

El enfoque Histórico Estructural

...el cual se refiere específicamente a los actores que pueden participar (conflictivamente) dentro del proceso de creación de políticas, como pueden ser: el Estado, individuos, grupos, organizaciones, sectores de la sociedad a los que es posible imputar comportamientos económicos y políticos. Estos, de acuerdo al momento histórico en que se encuentren y en relación al juego de fuerzas resultantes, consiguen influir más o menos en el proceso. Este enfoque ha ido progresando desde la concepción de que la burocracia es un instrumento de la clase dominante hacia una concepción de relativa autonomía de la misma que hasta puede llegar a poner en riesgo los intereses de la clase dominante. (Pérez, 2011: 19 y 20).

✚ El enfoque Administrativo organizacional

...se refiere en particular a la organización de la administración pública (y privada) en sí, es decir, al funcionamiento interno de la misma y su relación con el contexto en la cual se encuentra inmersa e interactúa. El cual... se origina en los estudios del sector privado donde también se ha desarrollado una progresión teórica. En un primer momento, bajo la influencia del pensamiento de Taylor se buscaba la maximización de la eficiencia; había una creencia en que las diferentes formas técnicas podían resolver los conflictos más diversos. Había una preocupación por alcanzar la mayor racionalidad y productividad a raíz de una buena organización del esfuerzo humano. Posteriormente el problema de la eficiencia va dejándose de lado y hay una incorporación de concepciones psicológicas y sociológicas en el estudio de las organizaciones. Este proceso que transformó lo que había sido llamado Tradición Gerencial en la Teoría de la Organización comienza en la década del '30 donde hay dos características principales que manifiestan la transformación de pensamiento: se otorga mayor importancia al insumo utilizado para la obtención de un producto y además pasa a incluirse la variable contexto para el estudio de la organización. Es decir, hay una necesidad de dejar de ser un sistema cerrado para pasar a ser un sistema abierto donde se tenga en cuenta el impacto de variables contextuales en la organización. La crítica en este sentido sería que hay una limitación en la inclusión de variables contextuales, es decir solo se incluyen aquellas que contribuyan a una mayor previsibilidad y racionalidad dentro del marco de una creciente complejización social. (Pérez, 2011: 20).

Humberto Fernández, cita a José Ayala Espino, quien al respecto señala

Existen textos valiosos sobre el paradigma de la Administración Pública, sin embargo, no se han encontrado teorías que conforman el paradigma actual, por lo que, se puede considerar que el cuerpo del conocimiento que hoy integra la Ciencia Normal de la Administración Pública se conforma por las siguientes teorías:

- a) **Teoría de las organizaciones:** estudia el origen, surgimiento y estructuración de las organizaciones gubernamentales en distintos planos: económico, administrativo, jurídico y el de su propia organización;
- b) **Teoría de la conducta:** estudia el comportamiento de los individuos dentro de las organizaciones administrativas. Destaca el estudio de la formación de incentivos en los administradores públicos para desempeñar sus funciones;
- c) **Teoría de las instituciones:** estudia el papel de las normas y del sistema legal en el funcionamiento y operación de la Administración Pública; es decir, analiza el papel de las

- “reglas de juego” en la conducta y elecciones de los burócratas, en la eficiencia de las organizaciones, y se pregunta de qué modo influyen los cambios legales en la opresión y eficiencia de la Administración Pública;
- d) **Teoría de la burocracia:** estudia el papel y el comportamiento de la burocracia cuando actúa en el seno de las organizaciones de la Administración Pública;
 - e) **Teoría de las decisiones:** analiza los procesos por medio de los cuales la Administración Pública toma decisiones. En este campo destacan las aportaciones de la escuela de la elección pública; y
 - f) **Teoría económica:** ha aportado un conjunto amplio de teorías para estudiar los distintos aspectos de la Administración Pública. (Fernández, 2016: 72 y 73).

En lo que concierne a la enunciación de la Administración Pública, podemos comentar lo que delibera Humberto Fernández, quien cita la definición que al respecto hizo Bonnin “es la que tiene la gestión de los asuntos respecto a las personas, de los bienes y de las acciones del ciudadano como miembro del Estado, y de su persona, sus bienes y sus acciones como incumbiendo al orden público”. (Fernández, 2016: 36).

El mismo autor, cita a Rodrigo Moreno, quien dice: “La administración pública como estructura orgánica, es una creación del Estado, regulada por el derecho positivo y como actividad constituye una función pública establecida por el ordenamiento jurídico nacional.” (Fernández, 2016: 37).

En opinión de Humberto Fernández, la administración pública “se puede entender como el conjunto de áreas del sector público del Estado que, mediante el ejercicio de la función administrativa, la prestación de los servicios públicos, la ejecución de las obras públicas y la realización de otras actividades socioeconómicas de interés público busca procurara los fines del Estado.” (Fernández, 2016: 38).

Y argumenta que, “El Estado tiene su origen a partir de satisfacer las necesidades colectivas e individuales de los seres humanos que lo integran, por lo que una administración pública que no está orientada a lo humano no tiene razón de ser.” (Fernández, 2016: 41), denotando así el elemento teleológico del Estado, el bien público temporal.

Como bien lo hace notar Porrúa Pérez, lo primero que debe hacer el Estado “la selección de los interés que merecen ser administrados, delimitar el campo en que habrá de desarrollar su función de administración”... en segundo lugar, “...debe organizar los servicios encargados de administrar esos intereses, estimulándolos y controlándolos en sus funciones...” y en tercer lugar “debe vigilar la coordinación de los distintos servicios, tomando en cuenta que todos ellos se han de enfocar hacia la realización del bien público puro y simple.” (Porrúa, 1984: 298).

Por su parte, **Fraga** Gabino, fue uno de los precursores del Derecho Administrativo en nuestro país, su obra titulada “*Derecho administrativo*”, fue editada por primera vez en el año 1934; **Serra** Rojas, Andrés, este autor también fue uno de los iniciadores de la Teoría del Estado en nuestro país, su primer libro titulado “*Teoría del Estado*” fue por primera vez editado en 1959, y en lo que respecta al Derecho Administrativo, la primera publicación de su libro “*Derecho Administrativo*” fue en el mismo año, en 1959.

Galindo Camacho, cita la definición que al respecto realiza Alejandro Carrillo Castro, quien define a la administración pública como "el sistema dinámico -integrado por normas, objetivos, estructuras, órganos, funciones, métodos y procedimientos, elementos humanos y recursos económicos y materiales, a través del cual se ejecutan o instrumentan las políticas y decisiones de quienes representan o gobiernan una comunidad políticamente organizada." (Galindo, 2000: 6).

Galindo enfatiza que

“...la Administración Pública se refiere solamente a una parte de la actividad estatal enmarcada fundamentalmente en la prestación de los servicios públicos...” y que la Administración es “... el medio o el instrumento a través del cual el Estado satisface las necesidades de su población llevando a cabo los servicios públicos que requiere la comunidad y todas las tareas que benefician a la misma y justifiquen su existencia a través de la historia.” (Galindo, 2000: 7).

Pérez Aramburu, cita a Christopher Hood y Michael Jackson, quienes al respecto comentan:

...la administración pública es la vida misma de la sociedad, ... Se reconoce como la actividad inherente a la vida del Estado, pero en

ocasiones se omite que, es a la vez una institución pública. Sin desconocer su misión como actividad del Estado, también es responsable de salvaguardar, impulsar y desarrollar la vida pública de la cual el último forma parte.

Es frecuente que no se analicen los fundamentos sociales, políticos y públicos para entenderla en toda su complejidad institucional; esto es, como instrumento común, lo cual significa que atiende y da respuesta a problemas públicos y necesidades sociales. (Pérez, 2011: 14).

Es conveniente saber qué es el gobierno, en relación a que también es una de las tareas fundamentales de todo Estado, así como la Administración. Siendo definido por Porrúa Pérez como “esencialmente la acción por la cual la autoridad impone una línea de conducta, un precepto, a individuos humanos... La actividad de la autoridad (poder público) en su aspecto de Gobierno es dar órdenes. Puede también proceder por vía de sugerencias, pero solo supletoriamente. Su misión principal es ordenar. Naturalmente que esas órdenes no deben ser arbitrarias, sino que han de dirigirse hacia la consecución del bien público.” (Porrúa, 1984: 292)

Es el aspecto formal del poder público se concreta a dirigir en vista de los fines sociales la actividad de los ciudadanos. En opinión de Porrúa, la primera tarea del poder público es el gobierno, el cual “consiste en formular mandatos exigiendo que se realicen o no actividades en tal o cual sentido, para la conservación del Estado y para el logro de sus fines.” (Porrúa, 1984: 291).

Para Pérez Aramburu, el gobierno “es la alta dirección, la impulsión política que tiene en miras el interés general” (Pérez, 2011: 12).

De igual manera debemos desatacar a la administración y cuestionarnos ¿Qué es administrar? para Galindo Camacho, el término administración “...deriva de la palabra latina administratio, onis, administratíone, cuyo significado es administrar que está compuesto de los vocablos ad y ministrare que quiere decir servir. En tales condiciones, gramaticalmente a la administración se le puede definir como la actividad consistente en servir o prestar servicios.” (Galindo, 2000: 1).

Para Porrúa “es proveer, por medio de servicios, a la satisfacción de los intereses que se consideran incluidos en la esfera del Estado y del bien público.” (Porrúa,

1984: 297), y además señala que “la administración se enfoca hacia la protección de intereses.” (Porrúa, 1984: 298).

De la citación que hace Porrúa destacamos entonces la importancia de la administración pública en la vida estatal, pues comenta que “la segunda tarea del poder público aparece cuando éste organiza los servicios públicos destinados a ayudar o suplir la actividad de los particulares en vista de la obtención del bien público.” (Porrúa, 1984: 291), lo cual enfatiza la línea teórica sobre la cual estamos argumentando.

Para Galindo, hay ciertos elementos en lo que respecta al término “administración”, y que enfatiza, los cuales coinciden con la línea Teórica de la Gestión Pública (numeral 1, 2, 3, 5 y 6) y con la Teoría del Estado, en lo que respecta al elemento poblacional del Estado (numeral 4) y con la finalidad estatal (numeral 5), a saber:

1. Objetivo. Es decir, que la administración siempre está enfocada a lograr fines o resultados.
2. Eficacia. Consiste en lograr los objetivos satisfaciendo los requerimientos del producto o servicio en términos de cantidad y tiempo.
3. Eficiencia. Se refiere a "hacer las cosas bien". Es lograr los objetivos garantizando los recursos disponibles al mínimo costo y con la máxima calidad.
4. Grupo social. Para que la administración exista, es necesario que se dé siempre dentro de un grupo social.
5. Coordinación de recursos. Para administrar, se requiere combinar, sistematizar y analizar los diferentes recursos que intervienen en el logro de un fin común.
6. Productividad. Es la relación entre la cantidad de insumos necesarios para producir un determinado bien o servicio. Es la obtención de los máximos resultados con el mínimo de recursos, en términos de eficiencia y eficacia. (Galindo, 2000: 2 y 3).

De los seis elementos anteriores, Galindo integra una definición integral de la administración, al decir que esta es un "Proceso cuyo objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad " (Galindo, 2000: 3).

Por su parte, Humberto Fernández, cita a Idalberto Chiavenato, quien define a la administración como “el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales.” (Fernández, 2016: 33).

Para Francisco Porrúa Pérez, la distinción primordial entre gobierno y administración es en el sentido de que “La actividad de la administración se dirige hacia las cosas. El gobierno, en cambio, se dirige en forma directa hacia las personas.” (Porrúa, 1984: 298), es decir, el gobierno se dirige hacia las personas y la administración hacia las cosas.

De esta manera, Porrúa hace la siguiente distinción:

El gobierno es la dirección general de las actividades de los ciudadanos en vista del bien público en todos sus aspectos.

La administración es la función organizadora de los servicios públicos de dirección, ayuda y suplencia de la actividad de los particulares.

Estas dos tareas se implican mutuamente. El gobierno es imposible sin la administración y ésta requiere un gobierno que asuma la dirección de los servicios públicos en que consiste. (Porrúa, 1984: 291).

De lo anteriormente expuesto, podemos concluir que, la administración y el gobierno son complementarios e inseparables, porque se necesitan e implican mutuamente, pues el gobierno va dirigido hacia las actividades de los ciudadanos para que estos puedan alcanzar el bien público temporal y satisfacer sus necesidades a través de la otra tarea del Estado, que es la administración, quien se encarga de organizar los servicios públicos, ayudando a suplir la actividad de los particulares, cuando por si mismos no lo puedan hacer, es decir, satisfacer una necesidad colectiva cuando la iniciativa privada, por cualquier razón no pueda asegurarla o satisfacerla, entonces le corresponderá al Estado, a través de la administración, satisfacer esa necesidad de carácter general.

1.4. El enfoque de la Gestión Pública

Antes de emprender nuestro estudio sobre la Teoría de la Administración Pública, debemos definir lo que significa el término de gestión, para ello recurrimos a dos autores: Brugué y Subirats, para quienes gestionar significa: "... conducir los asuntos de alguien y, también, ejercer autoridad o mando sobre una determinada organización." (Brugué y Subirats, 1996: 11), "... influir sobre un sistema complejo que deja atrás la forma piramidal de las jerarquías tradicionales para transformarse en una red compuesta por actores y organizaciones múltiples." (Brugué y Subirats, 1996: 13).

Brugué y Subirats, citan a Allison (1993), a quien destacan por proporcionar las definiciones más precisas de gestión pública:

Las funciones de la gestión pública, según este autor, son tres: 1) La gestión estratégica (establecer objetivos y prioridades y diseñar planes operativos para alcanzarlos); 2) La gestión de los componentes internos (organizar, gestionar los recursos humanos y los financieros y controlar los resultados obtenidos), y 3) La gestión de los componentes externos (tratar con las unidades externas de la propia administración pública, con otras organizaciones independientes, con la prensa y con los ciudadanos). (Brugué y Subirats, 1996: 14).

Brugué y Subirats, distinguen a la administración de la gestión en que:

La administración es, en definitiva, un acto mecánico. La gestión, en cambio, es un acto complejo, un lenguaje que nos aleja de la estricta causalidad y nos acerca al mundo de la política, de la definición de objetivos, de la autonomía para decidir cursos de acción, de la libertad para resolver problemas, de la oportunidad para escoger entre alternativas y de la necesidad de mantenernos atentos a lo que sucede en el exterior. (Brugué y Subirats, 1996: 14).

Estos autores coinciden con otros, en el sentido, de que:

... reconocen que el sector público presenta problemas de ineficiencia, de excesivo gasto, de poca capacidad de respuesta o de cerrazón organizativa; pero que, al mismo tiempo, consideran que lo más importante para entender la crisis del sector público no son estas disfuncionalidades internas sino la pérdida de valores y de objetivos,

así como la crisis del propio concepto de «público» (Ranson y Stewart, 1994). (Brugué y Subirats, 1996: 15).

Representando la gestión, en este orden de ideas, la acción y la consecuencia de dirigir algo, mediante la realización de ciertas diligencias para hacer posible la ejecución de una operación o proyecto, a través de: objetivos, estrategias, planeaciones, valores, estructuras, ejecución de proyectos, alternativas, toma de decisiones, resolución de problemas, capacidad de respuesta, eficiencia, eficacia.

Lo anteriormente citado, recalca la importancia y la clave para la realización tanto de una adecuada gestión como de una reglamentación pública.

Para Ranson y Stewart (1994), citados por Brugué y Subirats, la especificidad del sector público, en cuanto a la gestión pública, se manifiesta en, al menos, dos ámbitos:

- 1) La necesidad de articular la competencia entre objetivos alternativos que incorpora el proceso político, y
- 2) La necesidad de gestionar la interdependencia y la cooperación organizativa para el logro de los objetivos públicos. (Brugué y Subirats, 1996: 16).

La administración pública se compone de múltiples organizaciones con objetivos particulares. Una organización pública siempre se encuentra rodeada de una red de organizaciones especializadas, cada una defendiendo su sub-objetivo pero, también, comparte los grandes valores y los objetivos generales del sector público.

En este sentido, y, en conclusión, la gestión pública facilita la expresión de voluntades, media entre ellas y encuentra valores que sirven para conducir sus resoluciones.

En México, sobresale **Ramírez**, Jesús y Ramírez, Edgar (2002), en su obra: *“Génesis y desarrollo del concepto de nueva gestión pública. Bases organizacionales para el replanteamiento de la acción administrativa y su impacto en la reforma del gobierno”*, estudian los fundamentos económicos y organizacionales de la NGP. Para comprender el enfoque de NGP los autores se introdujeron en la identificación de su logos de estudios y las bases en las que realiza su análisis. Primero conceptualizaron el término de NGP y sus implicaciones

para el análisis del aparato gubernamental. Posteriormente, por medio de un recorrido por las diversas corrientes que han distinguido la Administración Pública, se muestran las bases de cada una en la Teorías Organizacionales (TO), para mostrar después la influencia de este debate entre corrientes en la NGP. Sobre esta base los autores buscaron encontrar los principales elementos de análisis de la NGP. Finalmente, emitieron algunas consideraciones finales, a manera de conclusiones, sobre los límites y alcances de la NGP como modelo para el entendimiento de la complejidad de la administración pública.

La revolución de la gestión nace en el momento en que los estudiosos de los procesos de producción se percatan de que existe un estancamiento en la capacidad de la producción, para ello citamos las palabras de los autores BRUGUÉ y SUBIRATS, quienes al respecto dicen:

Desde finales del siglo XIX hasta mediados del siglo XX, la capacidad de crear riqueza del modelo occidental se ha multiplicado por 50. Sin embargo, a partir de 1950 se empieza a detectar un cierto agotamiento en la capacidad de crecimiento. Es en este momento, por lo tanto, cuando se aprecia un nuevo giro: la revolución de la gestión. Ya no se trata de utilizar el saber sólo para mejorar el trabajo, sino - en expresión de Drucker- de usar el saber para aplicarlo sobre el propio saber. A partir de esta revolución de la gestión, el conocimiento se convierte en el recurso clave para generar y obtener riqueza.

Es decir, la gestión no utiliza el saber tecnológico únicamente para mejorar la organización del trabajo (como sucedía en la administración tradicional), sino que también lo utiliza para averiguar cómo puede aplicarlo a la producción y para definir qué nuevos saberes podrían mejorarla. La gestión, por lo tanto, se refiere a la capacidad de promover la innovación sistemática del saber y, al mismo tiempo, de sacarle el máximo rendimiento en su aplicación a la producción. Gestionar significa utilizar el conocimiento como mecanismo para facilitar una mejora continua o, en términos de Metcalfe y Richards (1987), «asumir la responsabilidad sobre la acción de un sistema». (Brugué y Subirats, 1996:12).

Por lo tanto, la finalidad de la gestión es generar riqueza, utilizando el saber sobre el propio saber, para aplicarlo a la producción y definir nuevos saberes que podrían mejorarla, promoviendo la innovación en el saber y aplicándolo a la producción.

La Gestión Pública ha sido estudiada por diferentes autores, a nivel internacional, así tenemos a Quim Brugué, Joan Subirats, Drucker, Christopher Hood, Metcalfe y Richards, Allison, Ranson y Stewart, entre otros.

A nivel nacional nos encontramos con los siguientes autores Ramírez, Jesús y Ramírez, Edgar, quienes sobresalen por su obra: “*Génesis y desarrollo del concepto de nueva gestión pública. Bases organizacionales para el replanteamiento de la acción administrativa y su impacto en la reforma del gobierno*” (2002), en donde estudian los fundamentos económicos y organizacionales de la Nueva Gestión Pública.

Además, tenemos a Guillermo Cejudo, quien también estudia a la Nueva Gestión Pública.

Como un pequeño preámbulo a los tipos existentes de Gestión Pública, comentaremos lo que al respecto señala Chica Vélez, “en la actualidad, bienes o servicios que no aceptan la exclusión o individualización porque generan beneficios colectivos, tradicionalmente reservados al Estado, actualmente son producidos y prestados por cadenas de empresas o actores mixtos como empresas-Estado-ciudadanos” (Chica, 2011: 58).

Además, Chica Vélez, argumenta que: “Para afrontar estas nuevas transformaciones, existen corrientes que afirman que el Estado más que reformarse tiende a reinventarse como lo señala el profesor Osborne (1992), permitiendo así superar la Administración Pública de corte burocrático y dar paso a una nueva Administración Pública gerencial como también lo señalaba el profesor Bresser Pereira (1998) a fines del siglo XX ante el CLAD (CLAD, 1998).” (Chica, 2011:58).

En consecuencia, la gestión pública tiene dos enfoques, la Gestión Pública de corte burocrático o Administración Pública de corte burocrático y la Nueva Gestión Pública o la Nueva Administración Pública Gerencial.

La Administración Pública de corte burocrático, se inicia con el análisis de Max Weber, para quien la burocracia “es la forma típica en que se institucionaliza la autoridad racional o legítima.” (Sánchez, 2001: 182).

Sánchez González, destaca los preceptos sobre los cuales funciona para Weber la burocracia:

1. Existe el principio de zonas precisas y jurisdicción oficial, donde las actividades están distribuidas de manera fija como deberes oficiales y la autoridad es la encargada de dictar las órdenes necesarias para el cumplimiento de los deberes.
2. Los principios de jerarquía oficial y de niveles de gobierno de autoridad implican un sistema ordenado de superioridad, donde los cargos más bajos están supeditados a los cargos más altos.
3. La administración de los cargos oficiales se basa en documentos escritos, "los archivos", que se conservan en su forma original. Existe, por tanto, un cuerpo de empleados subalternos y escribientes de todas clases.
4. La administración oficial es especializada y presupone una preparación concienzuda y focalizada.
5. Cuando las funciones propias de un cargo han llegado a su pleno desarrollo, la actividad oficial exige plena capacidad de trabajo del funcionario, aunque sus horas de trabajo estén claramente definidas.
6. El desempeño de un cargo está sujeto a reglas generales, que son estables, más o menos completas y que pueden aprenderse. El conocimiento de estas reglas representa un aprendizaje técnico especial con que cuentan los funcionarios. (Sánchez, 2001: 182).

Para Max Weber, según Sánchez

...el motivo esencial de la superioridad de la administración burocrática de otras formas de organización se debe al conocimiento técnico que, mediante el desarrollo de las técnicas modernas y procedimientos administrativos, se ha hecho absolutamente indispensable.

La experiencia tiende universalmente a demostrar que el tipo puramente burocrático de organización administrativa -es decir, la variedad monocromática de la burocracia- es, desde un punto de vista puramente técnico, capaz de alcanzar el más alto grado de eficiencia y, en este sentido, es formalmente el medio más racional conocido de lograr una dirección imperativa de los seres humanos. Es superior a cualquier otra forma en precisión, estabilidad, rigor de disciplina y merecedora de confianza. [...] Es finalmente superior tanto en intensidad de eficiencia como en alcance de sus operaciones y es formalmente capaz de ser aplicada a toda clase de tareas administrativas. (Sánchez, 2001: 183).

Sánchez agrega que

...la burocracia no es en sí ni buena ni mala. Es un método de administración que puede aplicarse en diversas esferas de la actividad humana. Hay un determinado campo, el del manejo del aparato del gobierno, en que hay que recurrir necesariamente a los métodos burocráticos. Lo que mucha gente considera en la actualidad como un mal no es la burocracia como tal, sino la expansión de la esfera en que se aplica la administración burocrática. (Sánchez, 2001: 183-184).

Asimismo, Sánchez González haciendo referencia a Ludwig Von Mises, destaca que éste establece una clara distinción entre administración burocrática y administración privada. La administración burocrática es una administración que está obligada a cumplir con normas y reglamentos precisos fijados por la autoridad de un organismo superior. La tarea de los burócratas consiste en ejecutar lo que tales normas y reglamentos le ordenan, mientras que en la administración comercial o utilitaria es una administración orientada con fines de lucro: su objetivo es la obtención de beneficios. Los objetivos de la administración pública no pueden medirse en términos monetarios ni pueden regularse por métodos de contabilidad. Y complementa "Ahora estamos en posibilidad de dar una definición de la administración pública: Administración Pública es el método aplicado en la dirección de los asuntos administrativos cuyos resultados no supone valor crematístico alguno en el mercado." (Sánchez, 2001: 184).

Sánchez, recurre a Morstein Marx, Fritz, para manifestar la importancia de la Administración Pública y de la burocracia, quien al respecto apunta:

Una de las características más notables del gobierno moderno es el gran número de sus funciones, número que va haciéndose cada vez mayor. La ejecución de estas funciones exige una maquinaria administrativa muy elaborada. Como consecuencia, la gran masa de lo que el gobierno hace hoyes de naturaleza administrativa. Sin minimizar el significado de la legislación ni el papel de los tribunales, la Administración Pública les ha superado en importancia en cuanto a la eficacia general del gobierno. (1975: 36).

El papel determinante de la burocracia pública es un rasgo distintivo del gobierno contemporáneo. El incremento masivo del número y la complejidad de las funciones del gobierno después de la Segunda Guerra Mundial, o incluso desde los años setentas, ha generado

demandas para que el gobierno actúe en áreas que podían ser atendidas más fácilmente a través de una mayoría de las democracias industrializadas, ha estado asociado con el desarrollo del Estado benefactor y la economía mixta, y las burocracias han sido el instrumento principal tanto para la formulación como para la ejecución de sus programas. En el Estado de bienestar contemporáneo la burocracia pública ha adquirido una importancia que pocos de los principales teóricos de la administración pública o del gobierno democrático hubieran imaginado o concedido. (1975: 86). (Sánchez, 2001: 185 y 186).

En consecuencia, en la administración pública es imprescindible la burocracia, porque es el instrumentado principal mediante el cual se formulan y ejecutan programas, para satisfacer las necesidades de carácter general de la población y, mediante ella opera el aparato administrativo; así como también es indispensable la legislación y los tribunales: mediante la primera se crean reglas claras para el buen funcionamiento de la administración pública, y es destinada tanto para los funcionarios y servidores públicos, como para la población y; los segundos permiten que se realice la mediación o la solución a los conflictos existentes entre estas partes.

Reinhard Friedmann, utiliza un cuadro comparativo de López, J. y Gadea, A. (1995: 158), en donde hace la distinción entre la sociedad posindustrial, que caracteriza a la Gestión Pública de corte burocrático, la cual se distingue por las siguientes características:

Su fuente de riqueza es el capital; tiene un tipo de organización burocrática; los principios rectores que la rigen son: división del trabajo, separación de hacer y pensar, automatización, orientación a funciones y la autoridad se encuentra basada en el puesto; tiene un estilo de liderazgo directivo (autoridad); los procesos están separados por funciones; su estructura es formal (rígida) y; las personas son especialistas en ejecutar funciones simples. (Friedmann, 2003: 8).

Mientras que la sociedad del conocimiento, que caracteriza a la Nueva Gestión Pública, tiene las siguientes características

Su fuente de riqueza es el conocimiento; tiene un tipo de organización basado en redes de relaciones; los principios rectores que la rigen son: autonomía en el trabajo, relaciones entre técnicos, trabajo creativo, orientación a los procesos, autoridad basada en las

competencias; tiene un estilo de liderazgo de tipo participativo (mentor); los procesos son de visión horizontal; su estructura es virtual (equipos) y; las personas están capacitadas con una visión del proceso global y con capacidad de decisión. (Friedmann, 2003: 8).

Luego entonces la Gestión Pública de corte burocrático, que caracteriza a la sociedad posindustrial, es más rígida, tradicional y mecánica; mientras que la Nueva Gestión Pública, que caracteriza a la sociedad del conocimiento, es más flexible e innovadora, exigiendo una mente abierta en la solución de los problemas.

Para contrastar aún más este tema, Friedmann utiliza los esquemas legitimadores de la Administración Pública de López y Gadea (1995: 71), en donde se evidencia la diferencia entre el Antiguo Sistema de Legitimidad con el del Nuevo Sistema de Legitimidad, siendo el primero caracterizado por: la fuente de su poder está basado en la Potestad Pública y sus ejes legitimadores autoridad, eficiencia y normativización; mientras que el segundo se caracteriza por: la finalidad del poder es el servicio público y, sus ejes legitimadores son la racionalización, la eficiencia y la participación. (Friedmann, 2003: 14).

Friedmann nuevamente cita a López y Gadea, quienes señalan que: “La nueva legitimidad sobre la cual deben recomponerse las administraciones públicas es la prestación de servicios a los ciudadanos. Se trata de un profundo y trascendental cambio de su sentido e identidad, así como de sus objetivos. Ya no se trata tanto de administrar el bien común, como de prestar servicios a los ciudadanos.” (Friedmann, 2003: 14).

Por lo que, podemos decir que el referente en la administración pública hoy en día es la prestación de los servicios públicos a los ciudadanos, como manera real de legitimarla, para resaltar en la realidad la importancia del bien público temporal, como elemento constitutivo del Estado y fin teleológico del mismo, siendo este la finalidad del poder público.

Bresser, por su parte, argumenta que

Hoy las nuevas tendencias en la prestación de servicios públicos, busca a ser el paso de los esquemas de privatización a los esquemas de socialización o transferencia de activos al tercer sector. Lo cual

puede generar mayores niveles de participación directa de la ciudadanía en los asuntos públicos, así como mayores niveles de eficiencia y optimización de los recursos, fruto en gran medida de la puesta en práctica de mecanismos de control y rendición de cuentas constantes. (Bresser, 1998: 63-74).

Con lo cual, se hace evidente la apertura de algunos servicios públicos al sector privado para generar mayor eficiencia y eficacia de los recursos existentes, así como el aumento de la participación ciudadana en los asuntos públicos, es la importancia que se le ha dado a la Gestión Pública, en materia de servicios públicos.

Chica Vélez, en su artículo “Una mirada a los nuevos enfoques de la gestión pública” (2011:59), realiza un cuadro comparativo entre los dos enfoques de la Gestión Pública: el Burocratismo y el Nuevo Modelo Gerencial, enfatizando las diferencias entre cada enfoque:

Tabla 1. cuadro comparativo entre los dos enfoques de la Gestión Pública: el Burocratismo y el Nuevo Modelo Gerencial.

BUROCRATISMO	NUEVO MODELO GERENCIAL
El ciudadano puede ser marginal y hasta irrelevante.	El ciudadano cliente es el eje de la acción pública.
El Estado es un fin en sí mismo.	El Estado es un medio para alcanzar fines sociales y colectivos.
La gestión pública no tiene una preocupación prioritaria por lo social.	Su prioridad es la inversión social.
El gasto público no tiene límite alguno, ni mayor vocación productiva.	El gasto público es limitado y tiene la obligación de ser selectivo y altamente productivo.
El mal uso y derroche de los recursos es la norma.	El aparato administrativo tiene vocación de austeridad en todos sus actos.

Fuente: elaboración propia con información de Chica Vélez, 2011: 59.

Posteriormente Chica, elabora un nuevo cuadro resumen (2011:61), basado en los argumentos de Ómar Guerrero (2002, en Gerencia Pública Cataláctica: Romance sin Política), para ser contrastado con el primer cuadro, que recoge los argumentos justificantes que presentan diversos autores de la Nueva Gestión Pública. Los cuales resaltan la importancia de pasar de la racionalidad burocrática a la racionalidad de la Nueva Gestión Pública:

Tabla 2. Importancia de pasar de la racionalidad burocrática a la racionalidad de la Nueva Gestión Pública.

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	NUEVA GESTIÓN PÚBLICA
Como racionalidad transdisciplinar de las ciencias sociales.	Como racionalidad transdisciplinar de las ciencias económicas.
Su principio causal es la política.	Su principio causal es la Economía.
Su centro de acción es el desarrollo de lo Público.	Su centro de acción es el desarrollo del Mercado.
Se Focaliza en el Estado. Basa su acción en las relaciones dominación - sujeción y la prevalecía de lo público sobre lo privado.	Se Focaliza en el Mercado. Basa su acción en las relaciones de intercambio.
Su marco legal y normativo se basa en el derecho administrativo.	Su marco legal y normativo se basa en el derecho mercantil.
Su orientación hacia el ser Humano tiende a lo público.	Su orientación hacia el ser Humano tiende a lo privado.
Su fundamento axiológico es la ética como bienestar público.	Su fundamento axiológico es la eficiencia del individuo.

Fuente: elaboración propia con información de Chica Vélez, 2011: 61.

Desde mi punto de vista, ambos cuadros resumen se complementan, haciendo más visible y profunda la distinción entre estos dos enfoques:

El burocratismo tiende a ver al ciudadano como sujeto de segunda, siendo el sujeto de mayor peso en este paradigma, el Estado, su prioridad no son las cuestiones sociales, sino las estatales, por lo que, el gasto público puede ser derrochado o malgastado y no producir mayores incentivos adicionales

Mientras que, en el Nuevo Modelo Gerencial, el ciudadano es la clave, es el sujeto de primer orden, y la función del Estado es satisfacer fines sociales, su prioridad es invertir en el sector social, el gasto está más controlado y tiende a ser altamente productivo.

En lo que respecta a la Administración Pública y la Nueva Gestión Pública:

La primera está enfocada solo en las ciencias sociales, a causa de la política como su origen, tiende al desarrollo de lo público, el centro de acción es el Estado y su base es el derecho administrativo, mientras que, en la segunda, su enfoque está en las ciencias económicas, la prioridad es el mercado, por lo tanto, se centra en él, en el intercambio mercantil, en consecuencia, su base es el derecho mercantil. Es

decir, la distinción principal entre estos dos paradigmas es que se fluctúa de público a lo privado, de lo social a lo económico, de la política a la economía, del Estado al mercado, de lo administrativo a lo mercantil.

Chava Vélez, cita a Peter Aucoin y Christopher Hood, quienes acuñaron en los círculos académicos el término de Nueva Gestión Pública (NGP). Argumentando Chava, que "...para Aucoin, en los orígenes de la discusión, la NGP, englobaba la idea de la necesidad de un cambio en las políticas de la administración orientada hacia la reducción de costos mediante la medición cuantitativa del desempeño y la eficiencia en la prestación y entrega de los servicios públicos (Aucoin, 1996)" (Chava, 2011: 61).

Esto en relación a que, en el enfoque burocrático existía mucho dispendio en la distribución de los recursos económicos, lo que llevó a muchas administraciones a la ineficiencia e ineficacia, hasta la quiebra o bancarrota del Estado, lo cual, lo hizo ver como un sujeto ineficaz e ineficiente en la tarea de la Administración Pública, por lo ello, se tuvo que recurrir a nuevos conocimientos y directrices para volver a cobijar o proteger a la institución estatal, dándole una nueva visión y perspectiva, recurriendo entonces a lo que ahora conocemos como la Nueva Gestión Pública, enfocada en lo privado y en el ciudadano como sujeto primordial.

Lo anterior se refuerza con lo que al respecto opina Cejudo: "La Nueva Gestión Pública, tiene sus orígenes, en los países anglosajones durante los años ochenta, en donde fue impulsada como una solución a los problemas de la vieja burocracia, como la respuesta a los dilemas de un gobierno en crisis fiscal y como la conjugación de los mejores instrumentos de gestión del sector privado con la vocación pública del gobierno." (Cejudo, 2011: 17).

Por lo cual, la Nueva Gestión Pública, es entendida como una filosofía administrativa, como un conjunto de doctrinas y justificaciones diversas que giran en torno a problemas comunes, como lo son: la relación cliente-ciudadano; la reducción de costos y la creación del valor; la relación eficacia-eficiencia; la prestación de servicios y el control por resultados, entre otros. (Chava, 2011: 69).

Chava concluye que la Nueva Gestión Pública

...se ha construido desde un enfoque privado lucrativo, que emerge de la economía, donde se exalta lo privado, el individualismo y la rentabilidad, ha sufrido múltiples mutaciones en su proceso de tránsito y redefinición de lo público... La Gestión Pública como filosofía administrativa, fundamenta su argumentación en la relevancia de los cambios culturales para el logro de resultados, respecto a los diferentes problemas prácticos de la Administración. Lo cual implica la redefinición de los roles de los actores de la Administración Pública en términos de su capacidad y grado de movilidad, flexibilidad y de aporte organizacional más que de su relación organizacional de estabilidad y membrecía. (Chava, 2011: 71).

De igual manera, la Nueva Gestión Pública, en opinión de Chava Vélez, “no presenta una sola línea discursiva, posee diversos enfoques que continuamente se transforman e interrelacionan y son acotados con diversos nombres y en múltiples contextos.” (Chava, 2011; 61). Lo que significa que, tiende a estar en constante cambio y transformación, para dar solución oportuna a los problemas que emergen y aquejan al sector público en cuanto a la satisfacción de las necesidades de carácter general de la ciudadanía. Siendo estos, según Chava Vélez, los siguientes:

El enfoque de la reinención del Gobierno. De manera breve, este enfoque consiste en “...que la eficacia del sector público puede ser aumentada mediante la aplicación de técnicas y valores del sector privado empresarial. Especialmente en la reducción de la inflexibilidad de las formalidades (reglas y procedimientos) para permitir una mayor iniciativa gerencial, así como el aumento de la influencia de los ciudadanos, vistos en términos de clientes.” (Chica, 2011:63).

Dicho enfoque pone atención a las técnicas, en el valor que tiene el conocimiento en el sector privado y la importancia y la participación de los ciudadanos vistos como clientes.

El enfoque del paradigma posburocrático. Este paradigma transita

“del concepto burocrático de interés público a un concepto de resultados, medidos desde la valoración que dan a estos los ciudadanos.” (Chica, 2011:63). En palabras de Chica, este enfoque “...busca la calidad y la generación de valor, para lo cual se debe superar el enfoque de la eficiencia desligado de la eficacia. ...la

Administración se entiende en términos de producción, lo cual implica dar una mayor participación en la toma de decisiones a los empleados de los niveles operativos. ...*el control coercitivo debe dar paso a un apego a las normas desde su comprensión e interiorización (autocontrol)*. ...pretende dar paso a *la identificación misional, de servicios, clientes y resultados*, más que la mera especificación de funciones, autoridades y estructuras. Respecto a la justificación de costos, propio del paradigma burocrático se plantea la necesidad de plantear el concepto de *generación de valor*. ...la rendición de cuentas y la importancia del fortalecimiento de las relaciones de trabajo, como elementos claves para superar la implantación de responsabilidades propias del burocratismo. ...los mecanismos complementarios de la posburocracia que pretenden superar la simple operación de sistemas administrativos, se basan en: *la búsqueda de mejora continua de los procesos; el separar el servicio del control; el lograr el apoyo para las normas; la ampliación de las opciones de los clientes; el alentar la acción colectiva; el ofrecimiento de incentivos, tanto a los clientes internos como externos; la evaluación y análisis de los resultados; y el enriquecimiento de la retroalimentación.*" (Chica, 2011:64).

En este enfoque quiero destacar la importancia que tiene para mi tema lo que al respecto comenta Chava, en el sentido de que "*el control coercitivo debe dar paso a un apego a las normas desde su comprensión e interiorización (autocontrol)*" como tácitamente lo indica dicho autor, las normas son tan importantes en la Administración como en la Gestión Pública, y deben estas ser comprensibles e interiorizarse dentro de la administración pública, para que también puedan ser eficaces y eficientes y externarse después a la ciudadanía para su información, acatamiento y comprensión y así *lograr el apoyo para las normas* dentro de la misma.

Por lo ello, es pertinente y relevante, para el desarrollo del presente trabajo, el comprender el concepto de calidad, dentro del enfoque del paradigma posburocrático de la Gestión Pública, dado que, en la época actual es trascendental contar con servicios públicos de calidad en la administración pública, por lo que el valor creado por el Estado se realiza a través de servicios, leyes, regulaciones y otras acciones, pero sobre todo a través de transacciones individuales con los ciudadanos, garantizando sus derechos, satisfaciendo sus demandas y, prestándoles servicios de calidad.

Contreras define a la calidad del siguiente modo:

... la calidad puede entenderse como una filosofía de gestión centrada en las expectativas del cliente, a quien se provee de servicios o productos de calidad como resultado de un continuo mejoramiento de los procesos organizacionales. Éstos involucran la participación, el trabajo en equipo, la autocrítica y el reforzamiento de la identificación de los miembros de la organización con las tareas que desarrollan, pues considerar a los individuos como eje fundamental para desarrollar las actividades permite alcanzar mejores niveles de productividad.

En el ámbito público, la calidad debe vincularse con buenos resultados, con procesos transparentes, con responsabilidades compartidas, con productividad, con trabajo en equipo, con mejoramiento en el desempeño y servicio al usuario.

La calidad en la gestión pública se identifica con la excelencia en el servicio e implica un cambio en las relaciones humanas, en la mentalidad y en la escala de valores. (Contreras, 2014: 11).

La calidad se centra en la satisfacción del usuario y en buscar el mejoramiento continuo y dar a cada quien una responsabilidad. (Contreras, 2014: 12).

Por otra su parte, Díaz comenta que “en la Carta Iberoamericana del 2008 se define el concepto de la calidad en la gestión pública como una cultura transformadora que impulsa a la administración pública a su mejora permanente para satisfacer progresivamente las necesidades y expectativas de la ciudadanía, al servicio público, con justicia, equidad, objetividad y eficiencia en el uso de los recursos públicos.” (Díaz, 2008: 7).

Por lo tanto, se entiende por calidad, a la cultura transformadora que impulsa a la administración pública a su mejora permanente para satisfacer progresivamente las necesidades y expectativas de la ciudadanía, al servicio público, con justicia, equidad, objetividad y eficiencia en el uso de los recursos públicos. Es la excelencia en la prestación del servicio, ya que esta se centra en las expectativas del cliente a través del cambio en las relaciones humanas, en la mentalidad y en la escala de valores, mejorando continuamente los procesos organizacionales con la finalidad de sobrepasar las expectativas de los usuarios de los servicios, ya que ésta se centra en ellos.

Enfoque de creación de valor público. Chava Vélez, cita a Moore, quien “entiende la gestión pública como una acción estratégica, orientada a resultados que son demandados por la sociedad. En este sentido el Gerente público es un actor que debe explotar el potencial del contexto político y organizativo en el que está inmerso con el fin de *crear valor público* (Moore, 1995:18).” (Chica, 2011:64).

Chava apunta que “al igual que Osborne y Gaebler, Moore plantea que las organizaciones públicas más que “hacer dinero”, buscan conseguir objetivos trazados políticamente de manera eficiente, pero ante todo eficaz (Moore, 1995:63-64).” (Chica, 2011:64).

Este enfoque, se centra en la satisfacción ciudadana, la cual “es una de las mejores formas de medir la creación de valor público...” por lo tanto, la medición de ésta, “...se mide en cuanto a reducción de quejas y reclamos y en términos de encuestas ciudadanas. De esto se desprende que, para Moore, el papel de la gestión pública es la creación de valor público, lo cual redundando en la satisfacción ciudadana.” (Chica, 2011:64).

Chava resalta el trabajo de Moore en este enfoque, el cual resume que

...los principales retos de los gerentes públicos son: el cambio en la cultura de sus organizaciones; la búsqueda de una mayor autonomía en la fijación de objetivos y en la determinación de los medios para obtenerlos; la humanización de los procesos administrativos; entablar diálogos con la ciudadanía y acciones sociales que propendan por el reconocimiento de la utilidad de la administración, para resolver problemas socialmente relevantes. (Chica, 2011:64).

En esta orientación resalta el valor público, la función de los gerentes públicos, así como la participación ciudadana en las cuestiones de la administración pública, como medio para satisfacer las necesidades de carácter general.

Entendiendo al valor público, como un principio innovador de organización del sector público que concentra su atención en hacer más eficiente la provisión de los servicios públicos mediante dos acciones, principalmente, por una parte, poner en el centro de la acción de la organización las necesidades del ciudadano, no solo visto como cliente, cuyas necesidades generales hay que satisfacer, sino además,

visto como un sujeto que goza de derechos, los cuales deben ser protegidos y garantizados con la mayor amplitud posible, y a su vez, darle mayor libertad al funcionario público para que proponga e intente ampliar nuevas y mejores maneras de crear éste valor público.

Enfoque de gestión funcional. Para Luis F. Aguilar, en este enfoque, la organización se realiza a través de departamentos o áreas especializadas, estos departamentos condicionan la ejecución de las actividades. La autoridad se encuentra basada en jefes funcionales o departamentales. Hay principios de jerarquía y control, y una orientación interna de las actividades, hacia el jefe o hacia el departamento. Existen principios de burocracia, formalismo y centralización en la toma de decisiones. El ejercicio de mando es realizado a través de un control basado en la vigilancia. Para este enfoque el principio de eficiencia consiste en ser más productivos, responder a la cuestión de ¿Cómo hacer mejor lo que venimos haciendo? En este enfoque, las mejoras que se logran tienen un ámbito transfuncional y generalizado, es decir, hay un proceso –unidad organizacional–. (Aguilar, 2006: 484).

Lo importante en esta perspectiva es el establecimiento de áreas especializadas para la atención oportuna, eficiente y eficaz de los problemas públicos, pero sigue conservando el control, la jerarquía y centralización en la toma de decisiones.

Enfoque de gestión por procesos. Para Chava

Éste enfoque hace énfasis en la medición, a través de indicadores operacionales, de gestión y de resultados, que se orientan desde los fines organizacionales y se basan en determinaciones cuantitativas y cualitativas de impactos sobre ambientes y/o poblaciones estructuradas, así como en la satisfacción ciudadana.

También hace énfasis en el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), para agilizar y permitir la realización descentralizada e incluso deslocalizada de las actividades en el marco de procesos estandarizados, en la organización de equipos multifuncionales, dado que, su uso, se atribuye como garante de la disminución de tiempos y recorte de distancias en la prestación oportuna de servicios. (Chica, 2011:65).

Este punto de vista está más orientado hacia los procesos y sus resultados, enfatizando la importancia de la responsabilidad social que debe haber hacia el medio ambiente, pero también a las poblaciones y la satisfacción ciudadana. Tiende a la descentralización y a la innovación.

Enfoque de la gestión para resultados (GpR). Para Chava, “es un modelo que propone cambios en las formas tradicionales de gestión gubernamental, pone un especial énfasis en los resultados e impactos que se logran a favor de la satisfacción y bienestar de los ciudadanos.” (Chava, 2011: 66).

Chava resalta la actividad del Banco Mundial, el cual “en su informe de 1997, plantea que el Estado debe ser eficiente y ante todo eficaz o estar orientado hacia resultados, lo cual se logra mediante:

- El rediseño de sus instituciones.
- Una mayor y mejor participación ciudadana en cada uno de los niveles del desarrollo de las políticas públicas.
- Una mayor transparencia en la actuación de la Administración.
- Una mayor responsabilidad y medición de resultados por parte de la administración; y
- Procesos de rendición de cuentas de la Administración sobre sus actividades (accountability). (Banco Mundial, 1997).”

La Gestión para Resultados (GpR), hace énfasis en la superación de problemas socialmente relevantes como: la superación de la pobreza; el crecimiento económico sostenible; el mejoramiento en la calidad de vida; el incremento de la esperanza de vida; el aumento de los promedios de escolaridad; la disminución del costo de operación gubernamental y el mejoramiento de la definición y medición de los resultados de desarrollo por parte de las instancias estatales y supraestatales (Banco Interamericano de desarrollo BID y CLAD, 2007). (Chava, 2011: 66).

Este enfoque

...incorpora en la creación de valor público, una cadena orientada hacia resultados de insumos, medios y fines que se expresan en indicadores operacionales (insumos), indicadores de gestión (medios) e indicadores de resultados (fines). Siendo determinante en los indicadores de resultados los análisis de los efectos y de los impactos de las acciones y productos desarrollados por la gestión pública. (Chava, 2011: 67)

Esta perspectiva visualiza la importancia de los resultados, como su nombre lo indica, es decir, la administración pública es eficiente y eficaz si sus resultados son óptimos, y para ello se requiere la ejecución de ciertos procedimientos y procesos, para alcanzar los objetivos y las metas planteadas, a saber: participación ciudadana, transparencia, rendición de cuentas, evaluación, responsabilidad y medición de resultados.

En conclusión, cada uno de estos enfoques da prioridad a una o unas acciones en particular, destacando los aspectos más importantes o sobresalientes, mediante los cuales pretender dirigir la acción de la Administración Pública a través de la Gestión. Destacando en mi muy particular punto de vista el Enfoque Posburocrático, el cual, en palabras de Chava Vélez, *“busca la calidad y la generación de valor”*, para lo cual, se debe superar el enfoque de la eficiencia desligado de la eficacia, porque estos conceptos son complementarios y no deben de encontrarse desligados, porque lo que se busca es la calidad y la generación de valor, entendiendo éste, como un principio innovador de organización del sector público que concentra su atención en hacer más eficiente la provisión de los servicios públicos mediante dos acciones: por una parte, poner en el centro de la acción de la organización las necesidades del ciudadano, no solo visto como cliente cuyas necesidades generales hay que satisfacer, sino además, visto como un sujeto que goza de derechos, los cuales deben ser protegidos y garantizados con la mayor amplitud posible y; por la otra, darle mayor libertad al funcionario público para que proponga e intente ampliar nuevas y mejores maneras de crear este valor público, pasando de una percepción burocrática de interés público a una percepción de resultados, medidos desde la valoración que dan a estos los ciudadanos, es decir, que el valor es medido por los ciudadanos, de acuerdo a su percepción en la satisfacción de sus necesidades de carácter general. También sobresale, en este orden de ideas, lo

que al respecto opina Chava Vélez, que “*el control coercitivo debe dar paso a un apego a las normas desde su comprensión e interiorización (autocontrol)*” indicando explícitamente dicho autor, que las normas son tan importantes en la Administración como en la Gestión Pública y, deben estas ser comprensibles e interiorizarse dentro de la administración pública, para que también puedan ser eficaces y eficientes y externarse después a la ciudadanía para su información, acatamiento y comprensión y así “*lograr el apoyo para las normas*” dentro de la Administración Pública. De esta manera, es como conjugamos la reglamentación y la gestión en los servicios públicos, siendo el que principalmente interesa para la realización del presente trabajo de investigación, el servicio público de mercados, en el Municipio de Amecameca, Estado de México.

1.5. Servicios Públicos Municipales

Es esencial para nuestro tema saber que son los servicios públicos municipales, cuales son, sus características y elementos, en especial el servicio público de mercados.

Citamos a Fernández Ruíz, quien define a los servicios públicos, como:

Toda actividad técnica destinada a satisfacer una necesidad de carácter general, cuyo cumplimiento uniforme y continuo deba ser permanentemente asegurado, *reglado* y controlado por los gobernantes, con sujeción a un mutable régimen jurídico exorbitante del derecho privado, ya por medio de la Administración pública, bien mediante particulares facultados para ello por autoridad competente, en beneficio indiscriminado de toda persona. (Fernández, 2002: 121)

Soria los define como:

Un conjunto de servicios proporcionados por el Estado, con o sin contraprestación. // Actividad técnica encaminada a satisfacer necesidades colectivas básicas o fundamentales, mediante prestaciones individualizadas sujetas a un régimen de derecho público, que determina los principios de regularidad, uniformidad, adecuación e igualdad. Esta actividad puede ser prestada por el Estado o por los particulares (mediante concesión). (Soria, 2007: 109)

De tal manera, los servicios públicos constituyen una actividad técnica realizada por el Estado o por los particulares, mediante concesión, enfocada a satisfacer una necesidad colectiva o general, sujeta a un régimen mayormente de derecho público que privado.

Para saber cuál es la finalidad de los servicios públicos, recurrimos a Fernández Ruíz, quien cita a Marcel Waline, quien al respecto dice: “El servicio público es el más enérgico de los procedimientos de intervención administrativa, última ratio del Estado para asegurar la satisfacción de una necesidad colectiva cuando la iniciativa privada, por una razón cualquiera, no es suficiente para asegurarla.” (Fernández, 2002: 104).

De lo anterior, se desprende que, la finalidad de los servicios públicos es asegurar la satisfacción de una necesidad colectiva cuando la iniciativa privada, por una razón cualquiera, no es suficiente para asegurarla, es decir, la idónea satisfacción de una necesidad de carácter general.

Para enfatizar lo anterior se recurrirá a enunciar los siete elementos indispensables del servicio público, citados por Fernández, sin los cuales no es posible su integración y prestación:

La necesidad a cuya satisfacción se destina el servicio. En este rubro, el autor argumenta que

...el servicio público nace de la necesidad humana, mas no de cualquiera, sino de la común carencia insatisfecha que tienen una y muchas personas respecto de algo, lo que no significa que sean todas los integrantes de una sociedad, pero sí tantas, que la convierten en una necesidad de carácter general cuya satisfacción se inserta en el telos del Estado, quien tiene el deber ético de asegurar su satisfacción, cuyo cumplimiento se logra precisamente mediante el desarrollo de la actividad técnica que implica la prestación del servicio público. (Fernández, 2002: 107-108).

Fernández continúa argumentando que “...el servicio público debe estar destinado a satisfacer las necesidades, o sea, las carencias de las cosas indispensables para una vida digna, decorosa y acorde con los adelantos de la civilización...” (Fernández, 2002: 108)

Y cita a Villegas Basavilbaso, quien expresa:

El interés general —interés público— es diferente de la necesidad general, desde que no todos los intereses generales son necesarios, aunque toda necesidad general es de interés público. Desde este punto de vista, el interés general es el genus y la necesidad general es la species. (Fernández, 2002: 108).

Fernández Ruíz, enfatiza que “El concepto de necesidad «colectiva» debe referirse al de una necesidad sentida por una porción apreciable del respectivo conglomerado de personas... En lugar de necesidad o interés «colectivo» corresponde hablar de necesidad o interés «general», entendiendo por tal una «suma apreciable de concordantes intereses individuales». (Fernández, 2002: 109).

Fernández, remata al decir “...sin una necesidad de carácter general qué satisfacer, mediante una actividad técnica, no se justifica ningún servicio público.” (Fernández, 2002: 109).

Entonces debe existir una necesidad, pero de carácter general para que el Estado supla esa necesidad a través de la Administración Pública, en su carácter generador del Bien Público Temporal, satisfaciendo las necesidades generales de una población cuando ésta por su propia cuenta no las pueda satisfacer.

La actividad destinada a satisfacer dicha necesidad. Fernández, al respecto apunta que “la actividad destinada a satisfacer la respectiva necesidad de carácter general es un elemento indispensable del servicio público, porque sin el desempeño del conjunto de operaciones o tareas que implica, éste no puede prestarse.” (Fernández, 2002: 110).

Agregando, que no se trata de cualquier actividad, sino de

...una actividad técnica que está diseñada para producir efectos útiles en un ámbito determinado, habida cuenta que la técnica dirige la actividad hacia su fin natural o reflexivo; de ahí que las cosas producidas de acuerdo con la técnica sean superiores a las realizadas de manera empírica...

...porque su realización requiere del desarrollo de un conjunto de operaciones o tareas cuya ejecución se sujeta a procedimientos privativos de determinadas artes, ciencias, industrias u oficios, de

acuerdo con las características y modalidades específicas del servicio público de que se trate.

...Para que efectivamente resulte satisfactora la actividad propia del servicio público, se requiere, además, que sea pertinente, en el sentido de que sea a propósito de lograr su fin (Fernández, 2002: 110).

Respecto a este punto, señala Fernández que "...la actividad satisfactora, elemento indispensable del servicio público, habrá de ser adecuada al servicio público correspondiente...debe ser técnica y satisfactora, por lo cual, habrá de ser, además, pertinente, capaz y adecuada para alcanzar el logro de su fin satisfactor." (Fernández, 2002: 111).

En este aspecto, el servicio público es prestado mediante una actividad de tipo reflexivo, bajo ciertos procedimientos, cuya finalidad es satisfacer una necesidad de carácter general.

El universo de usuarios potenciales del servicio público. Fernández considera que

El servicio público es inimaginable sin usuarios, porque, por definición, se destina a satisfacer ciertas necesidades humanas de carácter general, suma de muchas necesidades individuales similares, cuyos sujetos que las sienten constituyen su universo de usuarios potenciales que se convertirán en usuarios efectivos cuando accedan a su utilización, una vez cubiertos los requisitos correspondientes, en el caso de que los haya; en fin, sin usuarios no se genera la necesidad de carácter general y, por tanto, el servicio sería absurdo e injustificado. (Fernández, 2002: 111).

En este orden de ideas el universo de usuarios potenciales son aquellos ciudadanos que requieren que el Estado satisfaga su necesidad individual, pero que ésta a la vez, está contemplada para un universo de ciudadanos que tienen la necesidad de carácter general.

La intervención estatal. Para Fernández Ruíz, ésta constituye un elemento indispensable del servicio público "...porque sólo mediante ella se puede crear y, además, someterlo al régimen jurídico especial que le permite asumir sus caracteres

esenciales de generalidad, regularidad, uniformidad y continuidad.” (Fernández, 2002: 111).

Y continúa argumentando “...sin la intervención del Estado perdería el servicio público... sus caracteres esenciales de generalidad, regularidad, uniformidad y continuidad, por cuya razón, la intervención estatal es indispensable para la configuración y prestación del servicio público.” (Fernández, 2002: 112).

El Bien Público temporal, es uno de los elementos constitutivos del Estado, que implica su conservación, ya que este supone el buen funcionamiento de la maquinaria administrativa y, además supone la existencia de una sana economía estatal e involucra el mejoramiento de su población, y debe entenderse como medio para el bien de los individuos humanos que conforman el Estado, de ello la importancia de la intervención estatal en los servicios públicos.

El sujeto que desarrolla la actividad satisfactora. Al respecto, Fernández apunta que:

No puede operar un servicio público sin un sujeto a cuyo cargo esté su prestación, quien por tal razón viene a ser el prestador del servicio, sin cuya actuación el servicio no puede funcionar, por lo cual, el sujeto a cuyo cargo está dicha prestación también viene a ser uno de sus elementos indispensables, por ser imposible una actividad sin un sujeto que la desarrolle. (Fernández, 2002: 112).

Y aclara que:

...el sujeto a cuyo cargo queda la prestación del servicio público puede ser de derecho público o de derecho privado. Es de derecho público cuando el servicio está a cargo de la propia administración pública; el sujeto prestador del servicio público será de derecho privado cuando se trate de servicio público propiamente dicho que opere bajo el régimen de concesión... (Fernández, 2002: 112).

El sujeto que desarrolla la actividad satisfactora o de prestación del servicio público, pueden ser de dos tipos: si es prestado por el Estado los sujetos se llamarán funcionarios y servidores públicos, es decir, son burócratas, pero si el servicio público es concesionado por el Estado a una Empresa particular, serán sujetos particulares de derecho público y privado. Puesto que, los sujetos, sean de derecho

público o privado o ambos, estos sujetos son imprescindibles para la realización de los servicios públicos.

Porrúa Pérez, comenta que “Cuales quiera que sea su estructura, los servicios públicos, se componen siempre de un doble elemento: un conjunto de personas ligadas entre sí por el vínculo del servicio y sometidas a la disciplina del mismo, y un conjunto de bienes que están establecidos en relación con este servicio”, (Porrúa, 1984: 298), lo cual media entre los dos elementos indispensable de los servicios públicos: el sujeto que desarrolla la actividad satisfactora y los recursos necesarios para la prestación del servicio.

Los recursos necesarios para la prestación del servicio. En relación a este elemento, Fernández señala que:

Tampoco es posible la prestación de un servicio público sin destinar para ello los recursos mínimos requeridos para tal efecto, los cuales pueden agruparse en recursos humanos —conjunto de personas dedicadas a realizar las tareas imprescindibles para tal efecto—, recursos materiales —bienes muebles e inmuebles, maquinaria, herramienta, mobiliario y equipo indispensables— y recursos financieros, cuya obviedad no requiere comentarios adicionales. (Fernández, 2002: 113).

Para realizar adecuadamente la prestación de los servicios públicos, es indispensable contar con los recursos suficientes para desarrollar esta actividad de manera satisfactoria, como: humanos, materiales y financieros. En este último punto, el Estado debe tener y asegurar una sana economía estatal, para ello.

El régimen jurídico especial, exorbitante del derecho privado. Para Fernández, el último elemento y no por ser el menos importante, del cual menciona que:

...el régimen jurídico especial, exorbitante del derecho privado, que algunos catalogan como de derecho público y otros autores consideran como en parte de derecho privado y en parte de derecho público, pero que en uno y en otro caso resulta exorbitante del derecho privado, lo cual se comprueba aun en el servicio público impropio o virtual, el cual queda sujeto a una norma de derecho público, por lo menos, mediante la imposición de un tope tarifario. Para Enrique Silva Cimma, ese régimen jurídico especial:

Consiste en el conjunto de disposiciones legales y reglamentarias, que dictan los Poderes del Estado —con competencia para ello— cuando comprenden que una determinada necesidad general debe satisfacerse mediante el procedimiento del servicio público. Se trata, generalmente, de un régimen de Derecho Público. (Fernández, 2002: 113).

Fernández, asegura su argumentación a este respecto, recurriendo al juicio de Gastón Jéze, quien en correlación menciona:

Decir que, en determinada hipótesis, existe servicio público, equivale a afirmar que los agentes públicos, para dar satisfacción regular y continua a cierta categoría de necesidades de interés general, pueden aplicar los procedimientos del derecho público, es decir, un régimen jurídico especial, y que las leyes y reglamentos pueden modificar en cualquier momento la organización del servicio público, sin que pueda oponerse a ello ningún obstáculo insuperable de orden jurídico. (Fernández, 2002: 113).

Fernández, comenta que el régimen jurídico especial, en el cual se encuentran inmersos los servicios públicos, es enormemente de derecho privado, principalmente en los de tipo virtual o impropios, debido a que éstos se dan cuando dicha “actividad no está considerada por la ley como servicio público, y por tanto, puede ser desarrollada directamente por particulares, por no estar atribuida a la administración pública ni al Estado, estamos entonces en presencia de un servicio público impropio” (Fernández, 2002: 103 y 104), denominado por la doctrina como impropio, virtual, de interés público o reglamentado, porque estos están a cargo de empresas privadas y, por tal motivo, se encuentran inmersos en él, pero también en el derecho público, ya que éste es el que les faculta a realizar tales actividades y tarifas, así como también en los servicios públicos propios que le corresponde realizar al Estado.

Hago hincapié, en que el principal y mayor régimen jurídico es el del derecho público, en donde los servicios públicos tienen su finalidad y regulación, porque el derecho público, es un conjunto de normas jurídicas que regulan el interés superior colectivo, al contrario del derecho privado, que es un conjunto de normas jurídicas que regulan intereses puramente particulares. Y debido a que, la finalidad de los servicios públicos es satisfacer una necesidad de carácter colectivo o general.

Es importante para el tema de los servicios públicos municipales, saber cuáles son sus caracteres esenciales doctrinalmente, siendo estos: la generalidad, la igualdad, la regularidad y la continuidad.

Sobre los caracteres esenciales del servicio público, Fernández, comenta que

“en la opinión generalizada de la doctrina, el servicio público está investido de ciertos caracteres jurídicos esenciales, sin los cuales se desnaturaliza o desvirtúa, por cuya razón el Estado tiene la obligación de asegurar que dicho servicio revista tales rasgos distintivos o caracteres esenciales, para garantizar la idónea satisfacción de la necesidad de carácter general que trata de satisfacer...” (Fernández, 2002: 104).

Y que según conceso doctrinal, “los caracteres jurídicos esenciales del servicio público son la generalidad, la igualdad, la regularidad y la continuidad; algunos autores agregan la obligatoriedad, otros la adaptabilidad; no falta quien mencione la permanencia y, alguien más, la gratuidad.” (Fernández, 2002: 104).

Sobre la **generalidad**, Fernández señala que:

...la generalidad (universalidad) del servicio público consiste en la posibilidad de que toda persona lo use, previa satisfacción de los requisitos señalados en su normativa jurídica, sin más límite que la capacidad del propio servicio.

El carácter esencial de generalidad de todo servicio público se vincula con los derechos humanos, porque, en principio, por el sólo hecho de serlo, todo ser humano, mediante la satisfacción de los requisitos legalmente establecidos, tiene derecho a usar el servicio público, sin más límite que el proveniente de la capacidad instalada para la prestación del servicio. (Fernández, 2002: 104-105).

Respecto a la **igualdad** o también llamada uniformidad, Fernández comenta que, “es consustancial a todo servicio público, y estriba en el trato igual o uniforme que debe darse indiscriminadamente a todos sus usuarios, sin que ello impida establecer diversas clases o categorías de usuarios, siempre y cuando, dentro de cada categoría se dé trato igual a todos los comprendidos en la misma.” (Fernández, 2002: 105).

En relación a la **regularidad**, Fernández comenta que: “el servicio público se debe prestar conforme a la normativa jurídica que lo regula. Si no se da la regularidad, por prestarse sin la observancia de su regulación jurídica, el servicio podrá ser general y uniforme, pero irregular, o sea, anormal, anómalo y deficiente.” (Fernández, 2002: 105).

En correlación a la **continuidad**, Fernández apunta que “el carácter esencial por antonomasia del servicio público es el de continuidad, en cuya virtud dicho servicio no debe interrumpirse dentro de los horarios y de las fechas o circunstancias previstos en su propia regulación.” (Fernández, 2002: 106).

Los cuatro caracteres esenciales de los servicios públicos, señalados con anterioridad, son los que a juicio de la doctrina, son esenciales para todo servicio público. Siendo estos imprescindibles en la satisfacción de los servicios públicos, dado que, en ellos se encuentra el fundamento del porqué de su existencia: la generalidad, porque son destinados a aquellos sectores sociales que los necesitan, es decir, se abre la posibilidad de que los requiera cualquier persona; la igualdad, porque los servicios públicos deben ser prestados en igualdad de condiciones, como se enmarca en los derechos humanos del hombre y del ciudadano; la regularidad, porque estos deben ser prestados con formalidad y puntualidad, para satisfacer las necesidades de carácter general de la población, sino, el mismo servicio público sería ineficiente y decaería la razón de ser del Estado mismo y; la continuidad, que conlleva a que estos sean prestados de manera permanente mientras subsista esa necesidad de carácter general de la población.

Algunos autores agregan otros caracteres, los cuales no han recibido el consenso generalizado de la doctrina, siendo estos:

La obligatoriedad. La obligatoriedad del servicio público entraña tanto el deber del Estado de asegurar su prestación por todo el tiempo que subsista la necesidad de carácter general que está destinado a satisfacer, como la obligación del prestador del servicio a proporcionarlo mientras subsista dicha necesidad, si no hay un plazo establecido y el servicio está a cargo de la administración pública, o durante el plazo

señalado en la concesión o permiso, si se trata de servicios a cargo de particulares. (Fernández, 2002: 106 y 107).

La adaptabilidad o mutabilidad. "...la adaptabilidad del servicio público consiste en la constante posibilidad de modificar su regulación a efecto mejorar las condiciones del servicio y de aprovechar los adelantos tecnológicos." (Fernández, 2002:107).

La permanencia. "...puede considerarse como una faceta de su obligatoriedad, se refleja en la obligación de mantener la prestación del servicio mientras subsista la necesidad de carácter general que pretende satisfacer." (Fernández, 2002:107).

La gratuidad. Fernández al respecto argumenta que "...la gratuidad... no puede considerarse como tal, porque el servicio público a cargo de particulares, por definición está animado por el propósito de lucro, lo cual es antinómico de la gratuidad." (Fernández, 2002:107).

Respecto a éstos caracteres esenciales de los servicios públicos, que no han sido considerados por la doctrina, opino que *la obligatoriedad* de prestar los servicios públicos, ésta ya inmersa dentro de la esencia del mismo Estado, en el elemento formal del bien público estatal, al referirse a la "necesidad de ayuda, de aliento y eventualmente de suplencia de las actividades privadas", lo que significa que, cuando los particulares por sí mismos no pueden realizar ciertas funciones de interés general, el Estado les ayudará en el desarrollo de dichos intereses particulares, volviéndose estos generales, con el aumento de dichas demandas por la ciudadanía. En lo que respecta a la *adaptabilidad* de los servicios públicos, este carácter esencial, es también obvio, ya que la administración pública va evolucionando de acuerdo a cómo evoluciona la sociedad y los adelantos científicos, ya que no pueden quedar excluidos de tales factores. En lo que concierne a la *permanencia*, está implícita en la continuidad que tiene el servicio público, ya que mientras subsista esa necesidad de carácter general, subsistirá dicho servicio. Y, por último, *la gratuidad* de los servicios públicos. En la época en que vivimos: el neoliberalismo y la globalización, es casi imposible que los servicios públicos sean totalmente gratuitos, de alguna manera el Estado necesita allegarse de recursos para poder solventar las necesidades más apremiantes de la población,

y si a ello le sumamos la mala administración de las finanzas públicas estatales, el Estado en consecuencia, no puede enfrentar solo los problemas que afectan y aquejan a su población, de tal manera que, es necesario que los ciudadanos contribuyan económicamente en los servicios públicos, y también por la mala capacidad económica y financiera del Estado, este ha tenido que recurrir a concesionarle a los particulares algunos de estos servicios, debido a la ineficacia e ineficiencia que presenta el sector público.

Algunos autores, como Porrúa Pérez, consideran que los servicios públicos deben ser gratuitos. Por lo que, al respecto dice

La consecuencia del carácter funcional de los derechos de la autoridad, que están al servicio del bien público, es la exclusión de toda política partidista. En efecto, el gobernante no debe utilizar su función para provecho propio, sino que su actividad ha de encauzarse hacia la consecución del bien común, por ello se establece como postulado que todos los servicios públicos deben ser gratuitos. (Porrúa, 1984: 302 y 303).

Ahora debemos hacer referencia a la clasificación de los servicios públicos, por lo que Fernández Ruíz, clasifica a los servicios públicos en propios e impropios. De los primeros dice:

El servicio público puede explicarse como una actividad técnica destinada al público para satisfacer una necesidad de carácter general, bajo un régimen jurídico especial, exorbitante del derecho privado. Si tal actividad la reconoce la ley como servicio público y la desempeña directamente la administración pública o, indirectamente, por medio de particulares en quienes delega su ejecución —por ejemplo, bajo el régimen de concesión—, estaremos frente a un servicio público en estricto sentido, o sea propiamente dicho. (Fernández, 2002: 103).

De los segundos:

Empero, cuando dicha actividad no está considerada por la ley como servicio público y, por tanto, puede ser desarrollada directamente por particulares, por no estar atribuida a la administración pública ni al Estado, estaremos entonces ante un servicio público impropio, y para el que la doctrina emplea diversas denominaciones, como servicio público impropio, servicio público virtual, servicio de

interés público o servicio reglamentado. (Fernández, 2002: 103 y 104).

Y al respecto señala: “En México, entre las principales manifestaciones del servicio público impropio o impropriamente dicho, figuran a nivel municipal: las farmacias, lecherías, panaderías y los servicios prestados por los alijadores, cargadores y estibadores en los centros de abasto.” (Fernández, 2002: 104).

Para nuestro estudio es importante señalar legalmente de donde emanan los servicios públicos que presta en Estado, siendo el artículo 115 de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos, en su fracción III, quien contempla a los servicios públicos, siendo estos los siguientes:

III. Los municipios tendrán a su cargo las funciones y servicios públicos siguientes:

- a) Agua potable, drenaje, alcantarillado, tratamiento y disposición de aguas residuales.
- b) Alumbrado público.
- c) Limpia, recolección, traslado, tratamiento y disposición final de residuos.
- d) Mercados y centrales de abasto.
- e) Panteones.
- f) Rastro.
- g) Calles, parques y jardines y su equipamiento.
- h) Seguridad pública en los términos del artículo 21 de esta Constitución, policía preventiva municipal y tránsito; e
- i) Los demás que las legislaturas locales determinen según las condiciones territoriales y socio-económicas de los Municipios, así como su capacidad administrativa y financiera. (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2016: 130).

Se han mencionado los servicios públicos que en el Estado Federal Mexicano priman, pero para la realización de este trabajo es necesario saber qué es el servicio público de mercados y en que consiste, por lo cual, recurrimos a Fernández Ruíz, quien entiende por servicio público de mercados y centrales de abasto, lo siguiente:

Se puede entender el servicio público de mercados y centrales de abasto, como la actividad técnica, destinada a satisfacer la necesidad de carácter general, consistente en el *adecuado aprovisionamiento de los productos y servicios indispensables para la alimentación y la economía doméstica, cuyo cumplimiento, uniforme y continuo, debe ser permanentemente asegurado, regulado y controlado por el poder público*, para aprovechamiento indiscriminado de quien lo requiera...

El servicio público municipal de mercados y centrales de abasto se identifica como un servicio propiamente dicho, por estar determinado por la ley para satisfacer una necesidad de carácter general, así como por ser prestado por el municipio, generalmente mediante una dependencia de la administración pública o municipal, como es una dirección, un departamento o una oficina.” (Fernández, 2002: 256).

Y considera que

...es un servicio público *uti universi*, porque el universo de usuarios potenciales de los mercados y centrales de abasto viene a ser casi toda la población, sin necesidad de una específica determinación; se clasifica como *un servicio de gestión directa*, por estar a cargo de la administración pública municipal; además se cataloga como *voluntario para el usuario y obligatorio para la administración municipal*. (Fernández, 2002: 256).

Y que dada la importancia del servicio público de mercados y centrales de abasto “se clasifica como un servicio público *indispensable, intermitente* porque únicamente se proporciona durante un horario determinado, de todos los días del año. Se considera *gratuito*, porque no se cobra por entrar a los mercados o centrales de abasto municipales.” (Fernández, 2002: 256).

En relación al *régimen jurídico de mercados y centrales de abasto*, Fernández lo clasifica como “... un servicio de régimen jurídico *de derecho público*, porque su instalación, organización y operación, como todo *servicio público de gestión directa*, se regula por normas de derecho público. (Fernández, 2002: 256 y 257).

En conclusión, el servicio público de mercados y centrales de abasto es una actividad técnica y es un servicio propio y de gestión directa, por lo que se encuentra en el régimen jurídico de derecho público, siendo obligatorio y prestado por el Estado, se encuentra destinado a satisfacer el adecuado aprovisionamiento de los

productos y servicios indispensables para la alimentación y la economía doméstica, debiendo ser su prestación uniforme, continua, gratuita, intermitente y permanentemente. Este servicio público debe ser asegurado, organizado, operado, regulado y controlado por el poder público, mediante el derecho público.

1.6. Teoría de la Reglamentación Municipal

Es necesario conectar el tema de los servicios públicos municipales con el de la reglamentación, ya que, para un adecuado funcionamiento, eficacia y eficiencia de éstos, se requiere de una adecuada reglamentación municipal, por lo que, al respecto expresamos la importancia de la reglamentación municipal, a través de su Teoría.

La Teoría de la reglamentación, consiste en un conjunto de racionalizaciones y especiales esfuerzos, como bien lo señala Teresita Rendón, en la introducción de su libro, Teoría y Técnica de la Reglamentación Municipal en México, quien al respecto dice:

Hoy el derecho exige nuevas racionalizaciones y especiales esfuerzos, para reparar en la indiscutible complementariedad que existe entre su elaboración y aplicación.

La producción de normas generales por los ayuntamientos, importa el *reconocimiento de la potestad reglamentaria en el ámbito municipal*, sin entrar en el debate sobre la concepción formal o material de las funciones estatales en el contexto del dogma de separación de poderes, vinculándose al principio democrático y a las fuentes de legitimidad del poder en el ámbito local. *Se trata de una categoría compleja que designa una atribución de primer orden de los cuerpos edilicios, para crear reglas jurídicas generales en sus jurisdicciones territoriales.*

...Los munícipes son electos por el pueblo y en ese sentido, la facultad de dictar sus propias disposiciones, es una expresión soberana del pueblo. El artículo 115 fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece un ámbito tasado, mediante una clausula cerrada y taxativa para el ejercicio de esta facultad en el ámbito municipal, operando autónomamente, en tanto no requiere la aquiescencia o intervención de ninguna otra

autoridad o poder, para emitir en su ámbito territorial, disposiciones con carácter general y obligatorio. (Rendón, 2014: IX).

Al respecto, Vega Hernández, comenta sobre las reformas al artículo 115 constitucional de 1983 y 1999, lo siguiente:

La reforma del 3 de febrero de 1983 publicada en el Diario Oficial de la Federación determinó en la fracción II del artículo 115 de la Constitución General que los ayuntamientos poseen facultades para expedir el bando de policía y gobierno, reglamentos, circulares y disposiciones administrativas de observancia general dentro de sus respectivas jurisdicciones, que regulen asuntos de su competencia. Posteriormente, la misma fracción fue reformada en 1999, con la finalidad de ampliar el ámbito competencial a los municipios, delimitar las leyes estatales en materia municipal y aumentar la capacidad reglamentaria de los ayuntamientos; con ella se establecieron las bases generales sobre las cuales las legislaturas estatales regularían la administración municipal, y obligaba a los municipios a respetar el contenido de estas normas al dictar los reglamentos respectivos de tal manera que hubiera uniformidad dentro del Estado en aspectos fundamentales y asegurar el mejor funcionamiento. (Vega, 2014: 4 y 5).

Gracias a las reformas realizadas al artículo 115 de la Constitución Política Federal, de 1983, determinó en la fracción II de dicho artículo, que los ayuntamientos poseen facultades para expedir el bando de policía y gobierno, reglamentos, circulares y disposiciones administrativas de observancia general dentro de sus respectivas jurisdicciones, que regulen asuntos de su competencia, posteriormente, la misma fracción fue reformada en 1999, con la finalidad de ampliar el ámbito competencia de los municipios, delimitar las leyes estatales en materia municipal, aumentar la capacidad reglamentaria de los ayuntamientos y darles el carácter de gobierno, recuérdese que anteriormente sólo lo tenían como administradores y gestores.

En relación a lo anterior, Vega Hernández comenta, “con ella se establecieron las bases generales sobre las cuales las legislaturas estatales regularían la administración municipal, y se obliga a los municipios a respetar el contenido de estas normas al dictar los reglamentos respectivos de tal manera que hubiera uniformidad dentro del Estado en aspectos fundamentales y asegurar el mejor funcionamiento.” (Vega, 2014: 5), lo cual es cierto en la realidad actual del municipio

mexicano, pero sin duda todavía hay mucho por hacer para mejorar la administración pública municipal, para que ésta sea realmente eficaz y eficiente y satisfaga de manera oportuna las necesidades de carácter general de la población a la cual sirve.

De todo lo vertido con anterioridad, se percibe que el derecho necesita ser más racional en su elaboración y aplicación y, para ello es necesario reconocer la facultad reglamentaria municipal en este ámbito, ya que se trata de una tarea compleja, que designa una atribución de primer orden a los cuerpos edilicios, para crear reglas jurídicas generales en sus jurisdicciones territoriales, es decir, los Ayuntamientos, a través de su cuerpo colegiado: el cabildo, son los responsables de expedir además del bando municipal, reglamentos sobre diferentes aspectos de la vida municipal, en consecuencia, el derecho de iniciar bandos y reglamentos municipales, compete al Presidente Municipal, a los Regidores y al Síndico, y tienen como principales objetivos organizar la administración pública municipal, regular las materias, procedimientos, funciones y servicios públicos de su competencia, administración libre de hacienda, además de asegurar la participación ciudadana vecinal.

Al respecto es importante desentrañar el perfil jurídico del municipio, el cual lo encontramos en el artículo 115 de nuestra Carta Magna, que a la letra dice, “Los estados adoptarán, para su régimen interior, la forma de gobierno republicano, representativo, democrático laico y popular, teniendo como base de su división territorial y de su organización política y administrativa, el municipio libre...” (Constitución, 2016: 128).

Estableciendo el párrafo II, de dicho artículo, la *Potestad Administrativa Reglamentaria del Municipio*:

Los municipios están investidos de personalidad jurídica y manejarán su patrimonio conforme a la ley.

Los ayuntamientos tendrán *facultades para aprobar*, de acuerdo con las leyes en materia municipal que deberán expedir las legislaturas de los Estados, *los bandos de policía y buen gobierno, los reglamentos,*

circulares y disposiciones administrativas de observancia general dentro de sus respectivas jurisdicciones, que organicen la administración pública municipal, regulen las materias, procedimientos, funciones y servicios públicos de su competencia y aseguren la participación ciudadana y vecinal. (Constitución, 2016: 129).

En dicho artículo y fracción, se establece la capacidad que tiene el municipio para crear su propio ordenamiento jurídico, sin contravenirlas leyes de superior jerarquía: las de la entidad federativa a la que pertenezcan y, las de la federación, en consecuencia, la Carta Magna.

Teresita Rendón Huerta, continúa argumentando la importancia de dicha teoría y de la técnica de la reglamentación municipal, al señalar que

Se trata de una actividad complicada, opaca y exclusiva de los ayuntamientos, que debe ser transparentada y mejorada en su contenido, redacción y estructura, no solo para lograr su inserción armónica en el Estado constitucional, sino sobre todo para favorecer la plena vigencia de los derechos fundamentales en el ámbito local. Es aquí donde cobra especial importancia la técnica del reglamento que permite reparar en la importancia de sentar las bases para armonizar la producción reglamentaria de los gobiernos municipales, con el orden jurídico emanado de los poderes estatales y federales, en tanto forma parte de un corpus normativo que, además de vinculado debe ser coherente, claro y fácilmente comprensible por todos aquellos llamados a cumplir sus preceptos. (Rendón, 2014: X).

Rendón subraya la importancia de la Teoría de la Reglamentación al decir que “Es manifiesta la necesidad de contar con *textos más claros y más sencillos, que respeten los principios elementales. ...orientar el ejercicio de la potestad reglamentaria*, que deben ejercer los ayuntamientos, contribuyendo a fortalecer la *cultura de la legalidad.*” Y argumenta que *los reglamentos “...son la fuente más amplia del Derecho positivo mexicano y sin ellos no puede consumarse el Estado constitucional de derecho.”* (Rendón, 2014: XI).

La teoría de la reglamentación, para la autora en comento, consiste en temas esenciales, como: “...su ubicación dentro del Estado constitucional; el soft law; la necesidad de adecuación del derecho a la realidad social, la sustantividad jurídica,

los principios generales del derecho y la jurisprudencia para la construcción de la reglamentación municipal, su interpretación e impugnación.” (Rendón, 2014: XI).

En este orden de ideas, es preciso desentrañar la reglamentación municipal, partiendo de la Teoría de las Potestades Administrativas, ya que una de las potestades públicas de mayor peso para el gobierno municipal, es sin lugar a duda, la reglamentaria. Consecuencia de un Estado Constitucional, como derivación de la supremacía de los entes públicos.

Las potestades públicas tienen las siguientes características (Rendón, 2014: 6):

1. Son inalienables e intransferibles,
2. Son irrenunciables,
3. Son imprescriptibles, son inmodificables bajo la vigencia de la norma que les ha dado origen,
4. Son expresas, y
5. Son específicas.

En el derecho mexicano, la potestad reglamentaria es la facultad de crear normas jurídicas de carácter general e impersonal (Rendón, 2014: 7). Como bien lo señala, Cisneros, “la norma jurídica ha sido elaborada con el propósito de ordenar la conducta humana, en relación con otras conductas humanas, con objetivos, valores y fines, establecidos por la misma sociedad... Es abstracta y general, es decir, tiene extensión y contenido determinados.” (Cisneros, 2004: 29).

Una de las potestades jurídico-administrativas, es la reglamentaria, la cual se traduce en la expedición de normas reglamentarias, manifestándose a través de actos palpables, que crean situaciones jurídicas generales, impersonales y objetivas.

Es importante mencionar las características específicas de la potestad reglamentaria (Rendón, 2014: 9):

1. Es unilateral,
2. Se atribuye a un órgano constituido,

3. Emiten de ordenes normativas,
4. Contenido material amplio, se encuentra circunscrito por lo que al efecto fijen tanto las normas fundamentales, como el resto del ordenamiento jurídico.

La reforma de 1999 al artículo 115 de la carta magna, como bien señala Rendón Huerta, “dio paso no solamente a una inédita fisonomía de la federación, sino a la construcción de un municipio con mayor competencia y responsabilidad...” (Rendón, 2014: 3).

En este orden de ideas, el reglamento es la fuente específica del Derecho Administrativo. “Es una norma de carácter general, dictada por la Administración y subordinada a la Ley.” (Secretaría, 2008: 1).

Para la secretaria, el reglamento en cuestión tiene las siguientes características:

Como norma general tiene un carácter abstracto e impersonal a diferencia del Acto Administrativo, que también emana de la Administración, pero se refiere específicamente a una situación concreta y determinada.

Como norma dictada por la Administración, se diferencia de la Ley que procede del Poder Legislativo, y sólo puede referirse a materias propias de la administración, bien de su organización o del desarrollo de su actividad.

Finalmente, la tercera característica del Reglamento es su subordinación a la Ley. La razón de ello está en que la Ley procede del Poder Legislativo, que es representativo, mientras que el Reglamento procede de la Administración, que no lo es. Por ello, cuando el Reglamento limita derechos personales o patrimoniales de los ciudadanos o establece deberes o gravámenes sobre ellos, deben basarse en una previa ley que autorice a la Administración a establecer tales limitaciones o gravámenes. (Secretaría, 2008: 1).

Es importante recalcar que, todo Ayuntamiento debe expedir además del bando municipal, reglamentos sobre diferentes aspectos de la vida municipal. García De Enterría afirma que el reglamento “es un cuerpo normativo expedido por la autoridad administrativa para dar bases explícitas respecto a la aplicación o ejecución de una norma”. Lo cual nos traslada a *la finalidad del reglamento “facilitar la aplicación de la ley, detallándola, y operar como instrumento idóneo, para llevar a efecto su contenido”*. (García, 2008: 181).

De acuerdo con Humberto Oropeza, los tipos de reglamentos que expiden los Ayuntamientos pueden ser “de estructura y organización, referentes a servicios públicos y los relacionados a zonificación planeación y desarrollo urbano”. Los primeros se encargan de la composición y estructura del Ayuntamiento. Los segundos regulan todas las actividades de servicios públicos que presta el municipio, los enunciados en la fracción III del artículo 115. Los terceros se encargan de formular, aprobar y administrar la zonificación y planes de desarrollo urbano de algún municipio. (Oropeza, 2008: 25).

Quintana Roldan, amplía los tipos de reglamentos que los ayuntamientos pueden expedir:

Existen diversos tipos de reglamentos que expiden los ayuntamientos, como son: 1. De estructura y organización; 2. Referentes a servicios públicos; 3. Referentes a zonificación, planeación y desarrollo urbano; 4. Reglamentos sobre materias de protección al ambiente y a la ecología; 5. Reglamentos que estructuran los órganos de participación y colaboración ciudadana y; 6. Otros reglamentos de materias que son competencia municipal. (Quintana, 2011: 327).

En consecuencia, y como ya se hizo mención, el derecho de iniciar bandos y reglamentos municipales, compete al Presidente Municipal, a los Regidores y al Síndico (el cabildo), y tienen como principales objetivos organizar la administración pública municipal, regular las materias, procedimientos, funciones y servicios públicos de su competencia, administración libre de hacienda, además de asegurar la participación ciudadana vecinal. En relación a lo anterior, Rendón manifiesta “Por mandato constitucional, el pleno del ayuntamiento es el facultado para crear bandos de policía y buen gobierno, reglamentos, circulares y otras disposiciones de carácter general, los cuales en su conjunto forman el derecho de la comunidad vecinal.” (Rendón, 2014: 16).

En el Manual “Introducción a la Administración Pública y el Gobierno Municipal” se establecen las principales características que los reglamentos deben ostentar:

Son de carácter general, abstracto e impersonal; son de interés público y observancia obligatoria; se expiden solemne y formalmente en sesión de cabildo en cumplimiento de la facultad reglamentaria de los Ayuntamientos; extienden, interpretan y detallan las leyes que

regulan el ámbito municipal; su orientación jurídica puede ser de carácter gubernativo y/o administrativo; regulan el ámbito local en un esquema federalista; su expedición cumple registros similares al proceso legislativo (iniciativa, discusión, aprobación, publicación e inicio de vigencia); constituye una fuente de Derecho en el ámbito municipal; son normas secundarias de las leyes dentro de la escala jurídica. (Manual, 2010: 45).

Es menester recalcar que, la norma de validez fundamental no debe ser contravenida por la reglamentación municipal, al respecto Cisneros señala que: “Es aquella norma constitucional que fundamenta la validez de todas las normas de un sistema jurídico, fuera de ella misma... Por ello, el instrumento más importante para la validez jurídica de un sistema u orden jurídico integral lo es la norma constitucional que fundamenta su validez.” (Cisneros, 2004: 130-131).

El sistema jurídico no debe ser contravenido por ninguna ley, las normas ocupan un lugar dentro de una ordenación escalonada, es decir, una jerarquía, por vínculos de supra o subordinación, de tal manera que las leyes no deben contradecirse e ir en relación a la jerarquía que ocupan en ese orden. En este orden de ideas, Villoro Miguel, sostiene que en casi todos los reglamentos jurídicos se encuentran los siguientes grados de jerarquía normativa (Villoro, 1989: 303 y ss.):

1. Normas fundamentales,
2. Normas secundarias,
3. Normas reglamentarias,
4. Normas individuales.

Es importante señalar la relevancia de la Norma Fundamental, ya que la jerarquía de normas en un sistema jurídico guarda íntima relación con la misma. Al respecto, García Máynez señala: “Las normas relativas a la organización fundamental del Estado reciben el nombre de constitución. La Constitución del Estado comprende -según Jenillek- las normas jurídicas que determinan los órganos supremos de éste; su modo de creación; sus relaciones recíprocas; su competencia, y la posición de cada uno en relación con el poder estatal.” (García, 1995: 108).

En la reseña que realiza Nettel Barrera, profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Querétaro, a la obra de Teresita Rendón Huerta: “Teoría y Técnica de la Reglamentación Municipal en México”, desataca la importancia de la Teoría de la Reglamentación Municipal, al plasmar que

Normar es uno de los aspectos más comprometidos en el funcionamiento del Estado de Derecho porque aspiramos a que ciudadanos y autoridades se sujeten en su actuación al ordenamiento jurídico, de ahí la importancia de analizar la creación de reglamentos desde esta perspectiva que implica temas innovadores y de gran calado como la audiencia pública y participación ciudadana en la elaboración de reglamentos, así como la gobernanza. *En el ámbito municipal se otorga a los ayuntamientos la capacidad técnica para innovar en el orden normativo como una potestad* que, sin embargo, está constreñida en buena medida a lineamientos estatales, lo que exige que también las legislaturas locales hagan uso de una adecuada técnica legislativa. (Nettel, 2015: 176).

Y casi a manera de conclusión comenta Nettel Barrera, que

...finalmente, el ciudadano merece reglamentos claros, oportunos, coherentes con el resto del ordenamiento y exentos de criterios explicables sólo a la luz de beneficios mediáticos o partidistas. El ámbito municipal es, sin duda, el espacio natural de desenvolvimiento de la sociedad, el nivel de gobierno más cercano al ciudadano, lo que exige que un Estado que aspira al respeto de los derechos fundamentales pierda vigencia o cuando menos se relativice la idea de que la ley es favorable a la libertad como el reglamento a la autoridad, pues es evidente la necesidad de transparencia, participación ciudadana y rigor (teórico y práctico-metodológico) en la elaboración de reglamentos. (Nettel, 2015: 180).

En consecuencia, la Teoría de la Reglamentación Municipal, junto con la Teoría de las Potestades Administrativas, muestran que los reglamentos municipales, son instrumentos jurídicos imprescindibles en la administración pública municipal, ya que, mediante ellos se regula la vida política, administrativa y social del municipio, se establecen las reglas sobre las cuales se ha de valer el Ayuntamiento para obtener el bien público temporal de sus componentes, de la sociedad local a la cual debe servir, para realizar adecuadamente la función pública a ellos encomendada, reitero: el bien público temporal.

Para ello, está facultado el Cabildo, como cuerpo colegiado de un Ayuntamiento, para expedir bandos de policía y buen gobierno, reglamentos, circulares y otras disposiciones de carácter general, para regular la vida de relación de la comunidad local.

Dicha reglamentación debe de ir acorde con la jerarquía de todas las leyes que integran el Sistema Jurídico de nuestro país, como lo señala Cisneros Farías: “El sistema jurídico es la ordenación de las normas jurídicas.” (Cisneros, 2004: 16).

Y es deber del Cabildo, como cuerpo colegiado del Ayuntamiento, en la creación de los reglamentos, que estos: sean claros; oportunos; coherentes con el resto del ordenamiento y exentos de criterios explicables sólo a la luz de beneficios mediáticos o partidistas; sencillos; comprensibles para todos aquellos llamados a cumplir sus preceptos, es decir, para la comunidad a la que van dirigidos; que respeten los principios elementales; que fortalezcan la cultura de la legalidad; que faciliten la aplicación de la ley, detallándola, y operándola como instrumento idóneo, para llevar a efecto su contenido y, como finalidad del reglamento: tener la capacidad técnica para innovar en el orden normativo como una potestad; transparencia, participación ciudadana y rigor (teórico y práctico-metodológico) en la elaboración de los mismos.

En corolario, la fuente de la Potestad Administrativa Reglamentaria del Municipio se encuentra en el artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, específicamente en su párrafo II.

El origen de la Teoría de la Reglamentación municipal, lo encontramos en el Estado constitucional de derecho, a partir de 1832 con la expresión “Estado de derecho”. Fue el Jurista y político alemán Robert Von Mohl, quien acuñó la voz: “Rechstaat”, para significar la regulación, sometimiento y control de la colectividad y del poder público, de sus órganos y funciones por medio del derecho. (Rendón, 2014: 21)

Por Estado de derecho entendemos a “aquel Estado cuyos diversos órganos e individuos miembros, se encuentran regidos por el derecho y sometidos al mismo,

alude al Estado cuyo poder y actividad están regulados y controlados por el Derecho.” (Rendón, 2014: 21)

No puede existir el Estado sin derecho y derecho sin Estado, ambos se necesitan mutuamente. El primero es la institución política y social encargada de satisfacer las necesidades de carácter general de la colectividad y a la vez, esta institución política y social necesita estar normada por del derecho, para que el poder con el que cuenta el Estado, no sobre pase su función en detrimento de la misma colectividad o sociedad a la cual debe servir, dado que, el Estado y el Derecho son conceptos y realidades que se complementan e implican el uno al otro.

En este orden de ideas, el estado constitucional de derecho es un avance único de la civilización, que ha ido evolucionando para, en palabras de Rendón Huerta, “...incorporar a dicha fórmula, la idea de lo social, dando por resuelto lo que los juristas angloamericanos denominan “Welfare State” o “Estado social de derecho” ...” (Rendón, 2014: 22).

Teresita añade “El Estado social de derecho reúne los elementos de juridicidad, añadiendo como características la tutela a los derechos sociales, la intervención en materia económica, política, social y cultural, así como la búsqueda de la justicia social.” (Rendón, 2014: 22).

En un principio, principalmente en el estado de bienestar se trató de resolver los problemas generados después de la segunda guerra mundial, tratando el Estado de reconstruir su nación, así como dar le a su población, alicientes para superar el estado de emergencia. De ahí tutela de los derechos sociales y la intervención económica, política, social y cultural.

En opinión de Rendón

...la concepción del Estado social de derecho conserva, las características y exigencias propias del Estado constitucional de derecho, en particular, la sujeción de los órganos estatales al derecho; pero simultáneamente, el que las leyes emanen de un órgano popular representativo, bajo procedimientos previstos por otras normas jurídicas; la distribución y control del ejercicio del poder político; la legalidad de la administración y un control judicial eficiente; la garantía

de los derechos y libertades fundamentales, entre otros elementos.
(Rendón, 2014: 22).

En mi opinión, debe primar tanto el estado de derecho, el constitucional y el social. Debido, en primer término, a que no puede existir un Estado sin Derecho, ya que el mismo Estado debe de autoregularse y autolimitarse, a través del derecho, porque debe prevalecer ante todo la ley, y ésta debe ser justa, para la población hacia la cual va dirigida. En segundo término, también un Estado Constitucional, porque debe haber una norma de mayor jerarquía, sobre la cual queden sujetas las demás normas jurídicas y vincularlas. Está debe ser el soporte de los derechos humanos, de la vida política y social del país. En tercer lugar, un Estado social, que le permita a la sociedad menos favorecida, contar con el respaldo del Estado para solventar aquellas necesidades que por sí sola no podría realizar, como la satisfacción de las necesidades de carácter general, es decir, los servicios públicos municipales, y que es indispensable en un Estado de Derecho, el que estos estén regulados, por el mismo.

Teresita Rendón, menciona los elementos del Estado constitucional de derecho, los cuales a saber son:

1. El reconocimiento de la superioridad y preeminencia de los valores éticos del derecho.
2. La voluntad de asumir soberanamente como propios dichos valores.
3. *Un conjunto de reglas que permitan hacer realidad tales valores dentro de una comunidad determinada.*
4. *Esas reglas deben derivar de la Constitución Política de cada país y en su conjunto forman parte del derecho positivo.* (Rendón, 2014: 23).

Los principios fundamentales que deben cumplirse y de los cuales debe partir la formulación de las reglas, comentadas en el punto 3, en un Estado constitucional de derecho, son los siguientes:

1. *La existencia de una constitución escrita y rígida, que determina con claridad cuáles son los órganos del Estado.*
2. *La delimitación legal de las correspondientes atribuciones y competencias.*

3. *La supremacía constitucional sobre cualquier otra norma.* La sujeción de todo el orden jurídico a la ley fundamental, lo que implica que a ella se sujeten todas las leyes, reglamentos, decretos, y demás disposiciones de carácter general.
4. La previsión constitucional de los derechos fundamentales.
5. El reconocimiento del principio de legalidad, que se traduce en la prohibición a las autoridades para actuar sin fundamento.
6. El respeto irrestricto a la garantía de audiencia, que impide privar a alguien de sus derechos, sin previo juicio en que se le conceda la oportunidad de defenderse.
7. El equilibrio del poder público y la división de las tres funciones fundamentales, con un sistema de frenos y contrapesos para evitar abusos y extralimitaciones.
8. El establecimiento de mecanismos de participación de la ciudadanía, en los asuntos públicos, mediante una organización electoral confiable, para el logro de un gobierno auténticamente representativo.
9. La pluralidad, veracidad y libre competencia de los medios de información; tales como la radio, internet, televisión, prensa, etc., que permitan no solo el conocimiento de las actividades gubernamentales, sino su divulgación y seguimiento.
10. El establecimiento, tanto en la Constitución como en las demás leyes, de un sistema de impugnaciones, tanto jurisdiccionales como en sede administrativa. (Rendón, 2014: 23 y 24).

Entre los principales autores, que han trabajado la Teoría de la Reglamentación Municipal a nivel internacional, y que de alguna manera han sentado las bases de la Teoría de la Reglamentación Municipal, son:

El español, José María Baño León, especialista en Derecho Público y Derecho Urbanístico, Contratación Administrativa y Procedimiento Administrativo, es miembro en excedencia del Cuerpo de Administradores Superiores del Estado de

España y conferencista en temas de potestad reglamentaria, plasmado en su libro “Los Límites Constitucionales de la Potestad Reglamentaria”.

El español, Antonio Embid Irujo, catedrático de derecho Administrativo de la facultad de la Universidad de Zaragoza, su tesis doctoral “Ordenanzas y Reglamentos Municipales en el Derecho español”, así como su obra titulada “La Potestad Reglamentaria en la Entidades Locales”, en donde enfatiza el principio de autonomía municipal, reconocido constitucionalmente, el cual tiene una primera y fundamental manifestación en la elaboración y aprobación de Ordenanzas y Reglamentos municipales, dado que la potestad reglamentaria local, ha sido considerada como “inherente” al principio de autonomía por el Tribunal Constitucional español. Manifiesta la importancia de las competencias municipales unida a la capacidad de los Municipios de prestar servicios a los ciudadanos más allá, incluso, de lo que señalan sus competencias estrictamente calificadas, realza, la importancia de la potestad reglamentaria mediante la cual se regula esa capacidad de intervención. La singular posición de las Ordenanzas y Reglamentos municipales en el conjunto del ordenamiento jurídico, donde el clásico principio de jerarquía normativa tiene que ser reinterpretado y adaptado a las exigencias de una potestad reglamentaria municipal con amplias bases constitucionales. En esta obra, se estudia la relación de las Ordenanzas con la ley, los reglamentos y la costumbre e, igualmente, se considera minuciosamente el procedimiento de elaboración y aprobación de las Ordenanza y Reglamentos municipales.

El alemán, Werner Goldschmidt, quien desarrolla la teoría trialista en 1960, en su obra titulada “Introducción al Derecho (La teoría trialista del mundo jurídico y sus horizontes)”. El trialismo de Goldschmidt, propone tratar en el derecho, los repartos de potencia e impotencia, es decir, mediante una dimensión sociológica; captados por normas, es decir, por la dimensión normológica y; valorados por la justicia, es decir, por la dimensión dikelógica. El trialismo es entonces, un esfuerzo para descubrir la convivencia humana que los intereses e incluso los privilegios tienden muchas veces a ocultar.

Mientras que, para el argentino, José Héctor Meehan, en su obra “Teoría y Técnica legislativa” resalta el caso de la acción legislativa, las reglas o normas técnicas específicas a que ella debe ajustarse, constituyendo la denominada técnica legislativa, procurando que estas resulten eficaces y convenientes, por lo cual arguye que teóricamente es indispensable la importancia de decisión que tiene la legislación, como instrumento de ordenamiento social y como medio para el logro de sus objetivos de interés general. Lo cual expresa la existente preocupación por legislar, porque constantemente se acrecenta el fenómeno de dispositivos legales que pese a tener vigencia jurídica, experimentan un alto e inaceptable grado de incumplimiento, es decir, que son ineficientes o que producen efectos distintos a los perseguidos con su sanción, es decir, su inconveniencia, lo que representa una problemática que debería preocupar seriamente a los gobernantes, legisladores, miembros del cabildo, así como a los estudiosos del derecho.

A nivel nacional encontramos a:

La distinguida Doctora en Derecho, Teresita Rendón Huerta Barrera, quien es profesora e investigadora de la División de Derecho, Política y Gobierno de la Universidad de Guanajuato, además de otros distinguidos cargos públicos que ha ostentado. Su preocupación por una correcta técnica de la reglamentación municipal, la ha llevado a actuar y a coadyuvar en el desarrollo de proyectos de reglamentos para diversos municipios de los Estados de: Guanajuato, Michoacán, Veracruz, Tabasco, Puebla, Aguascalientes, Coahuila, Querétaro, Tamaulipas, Zacatecas, entre otros, así como a publicar un libro referente al tema de la Teoría de la Reglamentación, titulado: “Teoría y Técnica de la Reglamentación Municipal”.

Al distinguido Alberto Vega Hernández, quien tiene cinco diplomados, de los cuales, para nuestro estudio, resalta por su aportación su trabajo titulado: “Técnicas legislativa y normativa para elaborar bandos y reglamentos municipales”, editada por la colección SEDIA de la H. Cámara de Diputados. Es Doctor en Derecho, Gobierno y Políticas Públicas por la Universidad Autónoma de Madrid, Maestro en Economía y Gestión Municipal por el Instituto Politécnico Nacional, tiene dos licenciaturas: una en Economía y otra en Derecho. Ha sido asesor parlamentario en

la Cámara de diputados, Técnico de la legislación en la Secretaría de Finanzas del Distrito Federal, entre otros importantes cargos.

Y a Bernabé Lugo Neria (Maestro en Administración y Políticas Públicas) e Israel Cruz, profesores investigadores del área Académica de Ciencias Políticas y Administración Pública del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades (ICSHU) de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), quienes con sus aportaciones en el trabajo titulado: “El desarrollo municipal, la reglamentación, la profesionalización y la experiencia previa de los funcionarios municipales hidalguenses: una relación ambigua”, enfatizaron la importancia de la Reglamentación Municipal.

Debido a la importancia de la reglamentación de los servicios públicos locales, el presente trabajo se fundamentó en la Teoría del Estado, ya que el Estado tiene dos tareas fundamentales: gobernar y administrar -coexistiendo en la ambas la elaboración de leyes- por lo que, el enfoque del presente trabajo de investigación, lo tiene la segunda tarea, la administración, en donde se incorpora la reglamentación de la prestación de los servicios públicos, es por ello que la Teoría del Estado tiene íntima relación con las Teorías de la Administración Pública, de la Reglamentación y con el Enfoque de Gestión Pública, ya que sus postulados están vinculados con la realización del Bien Público Temporal de sus componentes, es decir, de los miembros de la sociedad, pues versa en general sobre la mejora de la calidad de vida de sus integrantes, por medio de la administración pública -ya que es tarea primordial del Estado- quien debe realizar la prestación adecuada de los servicios públicos, los cuales son proporcionados a su vez tanto por las entidades federativas, como por los municipios, en relación a los tres niveles de gobierno que existen en nuestro Estado Mexicano.

Dichas teorías y enfoques están ligados por las tareas y finalidades del Estado. Ya que el Estado es un concepto primordial, jerárquicamente superior, dentro del cual encontramos muchos conceptos interrelacionados, concatenados, coordinados y subordinados, como los de: sociedad, territorio, orden jurídico, poder político, bien

público temporal, administración pública, gobierno, servicios públicos, gestión pública, calidad, cliente-ciudadano, eficacia, eficiencia, municipio, reglamentos, etc.

Pues es dentro del Estado, en donde se dan todas las relaciones e interacciones de la sociedad, así como la vinculación entre los sujetos activos e integrantes de esta institución política de primer orden: los gobernantes y los gobernados. Siendo el Estado la institución y la creación política de mayor importancia y relevancia a nivel mundial.

CAPITULO II.

LA IMPORTANCIA DEL MERCADO EN LA ECONOMÍA Y EN LA CULTURA LOCAL

El objetivo primordial de este apartado es describir la forma en que el mercado es visto y estudiado desde el punto de vista económico, social y cultural, con el objeto de situar la trascendencia e importancia del servicio público de mercados dentro del municipio.

El capítulo en cuestión se estructura de la siguiente manera: como primer tema a desarrollar tenemos al mercado; como segundo tema, la trascendencia del mercado; como tercer tema, los aspectos positivos y negativos en el mercado y; como cuarto y último tema, las características básicas de un mercado.

2.1. El mercado

La historia del mercado en nuestros países es de larga data, ésta se remonta a la época prehispánica. González y Vega comentan: “En México, el mercado prehispánico era denominado Tianquixtli que designaba al mercado o plaza donde se realizaban los intercambios comerciales, los cuales contaban con una infraestructura amplia conformada por vías de comunicación y transporte, así como una serie de valores y tradiciones sobre cómo debía realizarse el intercambio denominado trueque o patlallitlapatiotl...” (González-Vega, 2016: 131).

Lo comentado por González y Vega, conlleva a la importancia que debería tener el servicio público de mercados, pues resalta la importancia de su infraestructura (que ésta sea amplia), vías de comunicación y transporte (suficientes y en buen estado) imprescindibles para el intercambio comercial, así como los valores y las tradiciones que en este tipo de relaciones interpersonales se dan.

Por su parte, García-Rappo y Ludovic, comentan que, la palabra tianguis vine del náhuatl “tianquiztli”, que quiere decir mercado:

Se usaba para referirse a los mercados internos locales realizados en Mesoamérica en la época del México antiguo. Estos han evolucionado a lo largo del tiempo, adaptándose a las realidades sociohistóricas en cada país y región. En México han permanecido con una constante transformación la cual se ha dinamizado en los últimos años. Hoy en día con las transformaciones de la vida social, el crecimiento de las ciudades y sus demandas, los tianguis han cambiado sus caras remembrando sus raíces históricas. En una de estas evoluciones, la palabra tianguis actualmente se utiliza para nombrar a los mercados locales que se realizan de manera itinerante en un espacio geográfico específico, con cierta temporalidad y sin mantenerse fijos, en los cuales se comercializan diversos productos, alimentos (locales o no), productos manufacturados y artesanales... Su herencia va más allá del nombre, ya que en estos tianguis se despliegan prácticas sociales y económicas con raíces históricas y culturales. (García-Rappo-Ludovic, 2016: 4)

En el municipio de Amecameca, esta evolución no se ha dado como tal, inclusive expondría que ha habido un retroceso en este sentido, dado que, no se percibe una evolución en el mercado local fijo, semifijo e itinerante. Por lo cual, su aspecto físico deja mucho que desear, al no ser atractivo a la vista de la sociedad local y mucho menos a la de los visitantes nacionales e incluso extranjeros.

Se tiene claro que, el origen del tianguis, es de origen prehispánico, del cual Licona destaca que en él hay “mucho aire tradicional” (Licona, 2014: 151).

Paré da una definición del tianguis, mencionando a las personas que realizan la actividad comercial, al respecto dice: “el mercado local o regional donde se reúnen los productores directos, agricultores o artesanos, a intercambiar sus productos, y algunos comerciantes especializados que aseguran el intercambio de productos entre regiones de distintos recursos naturales y diversas especializaciones económicas.” (Paré, 1975: 85), es decir, es una actividad de intercambio comercial de productos de diversa índole.

González y Vega citan a Castillo, quien define al mercado como “una institución económica donde las sociedades confluyen en función del consumo y del intercambio”. Castillo, según González y Vega, advierte que “los mercados son una

construcción histórica donde subyace la distribución de bienes y el encuentro entre productores y consumidores (Castillo, 1995: 11)” (González-Vega, 2016: 128). Pues es una actividad imprescindible en cualquier sociedad sea rural, semiurbana o urbana, además de que a través de estas instituciones sociales-económicas se logra mantener los valores y las correspondientes aportaciones económicas de los usuarios hacia los comerciantes, como de los comerciantes hacia el Municipio, contribuyendo al bienestar económico y social de cada uno de estos sujetos.

Sobre este tema, Licona menciona que, el mercado-tianguis es: “como una institución económico-social que activa la producción regional, el comercio popular de la ciudad, así como los servicios de hospedaje, transportación, alimentación, etcétera, porque pone a circular múltiples bienes y servicios que, aunque se concentran de modo transitorio, encauzan y regularizan ese flujo”, señalando además que, “el mercado-tianguis establece diversos sistemas de intercambio con sujetos heterogéneos, medidas, bienes y lugares, en un contexto económico-sociocultural determinado.” (Licona, 2014: 145). De lo anterior, se desprende que, no puede desvincularse la dimensión económica de la social, pues ambas van entrelazadas y en su conjunto producen cultura y tradición en cada sociedad local.

Es pertinente destacar, la distinción prevaleciente entre la palabra tianguis y mercado, para ello se menciona lo que refieren González y Vega:

El nombre genérico con el que se le conoce a este tipo de mercadeo itinerante es con la palabra tianguis, proveniente de la lengua náhuatl, cuyo significado es junto al mercado (Villela, 2013: 75) aunque en términos genéricos significa mercado. No obstante, al tratarlo en su primera acepción genera la idea de una actividad instalada junto a otra modalidad de mercadeo fijo. Esta distinción conceptual coloca el tianguis como un tipo de mercadeo no fijo, sino itinerante, lo que a su vez representa una tentación permanente, para los funcionarios del gobierno y empresarios del comercio, que intentan desacreditarlo con denominaciones estigmatizantes al definirlo como comercio informal cercano o susceptible de volverse ilegal. (González-Vega, 2016: 130).

De esta cita, es conveniente subrayar el papel que juegan tanto la reglamentación y la gestión municipal en el servicio público de mercados, porque es a través de ellas en donde se puede dar un nuevo giro a esta forma negativa de ver y de pensar

el mercadeo o comercio en general, a través de normas jurídicas (las cuales deben de ir acorde al contexto histórico y cultural de la sociedad a la cual van destinadas) que coordinen las actividades de los sujetos implicados en este servicio público, que establezcan los mecanismos y la manera de gestionar recursos económicos, que señalen los derechos y las obligaciones de los sujetos inmersos en este servicio, se establezcan la manera en cómo se deben solucionar los conflictos que pudieran suscitarse en el desarrollo de esta actividad, estableciéndose procedimientos y sanciones, la creación de comités o mesas de trabajo, marcando la manera de su creación, sus funciones, responsabilidades, elección, etc. Lo anterior, con la finalidad de recuperar el sentido histórico que el mercado tiene y ha tenido a través de la historia. Lo cual es señalado por González y Vega al decir que "... el tianguis no es comercio informal, sino se inserta en tipos de actividades económicas de larga duración histórica con articulaciones precisas en el mercado global..." (González-Vega, 2016: 130).

Licona también hace una distinción entre mercado y plaza (tianguis), del primero comenta que: "opera diariamente con un grupo permanente de vendedores que ocupan locales fijos, en donde la mayoría de los compradores son residentes de la ciudad, a excepción del día de plaza" (tianguis), y añade "Muchos de los vendedores son pueblerinos o aldeanos amestizados y urbanizados...". Del segundo, la plaza, la define como "un lugar donde se acumulan por breve tiempo, una vez a la semana, algunos bienes y servicios que circulan entre la población campesina regional". (Licona, 2014: 143).

En la actividad comercial del tianguis, se inserta el concepto de "informal" de manera negativa y como sinónimo de rechazo. Por lo que, González y Vega argumentan que en todos los tipos de mercados existe la posibilidad de realizar el comercio informal, pero destacan que:

...de ahí que identificar al comercio itinerante con el comercio informal no solo es una distinción injusta, en la medida que cualquier modalidad de mercadeo permite la informalidad, sino al significar solamente que se está preparando una política hacia los pobres, generalmente los usuarios del mercadeo informal, que terminará por excluirlos socialmente en pro de la llamada limpieza urbana (González-Vega, 2016: 131).

Lo anterior nos muestra otra cara de la moneda del sector “informal” comercial que constituye otro aspecto a tomar en cuenta en la reglamentación del servicio público de mercados, para asignarle una calidad humana y formal a este pequeño sector, que de alguna manera a través de esta práctica laboral busca generar ingresos para satisfacer sus necesidades básicas de sobrevivencia y más aún, debiera este sector ser enfocado en una política pública que en vez de marginarlo como tal, lo posiciona en dicha actividad, suprimiendo el sentido negativo.

González y Vega, definen el mercadeo como “...aquellas prácticas sociales de comercio que configuran demandas y ofertas regionales segmentadas por criterios de clase social (status) y de pertenencia étnica y cultural.” Y agregan “De esta manera, la práctica de mercadeo itinerante convive y compite con otras formas de mercadeo tales como los mercados fijos, los supermercados y los abastecimientos de mercado de elite.” (González-Vega, 2016: 130).

De lo anterior se desprende que, los tipos de mercadeo son, según González y Vega: el mercado itinerante (mejor conocido con tianguis), el mercado fijo, los supermercados y los abastecimientos de mercado de elite (González-Vega, 2016: 131).

Los autores en comento, González y Vega, entienden por mercado de elite, el constituido por plazas comerciales donde se establecen comercios con firmas internacionales y transnacionales. Dichas plazas se caracterizan por resaltar el consumo de elite o clase en establecimientos cargados de seguridad y de mínima socialización. (González-Vega, 2016: 130). Mientras que “...los mercados itinerantes constituyen espacios comerciales de integración regional mediante el intercambio de bienes entre sectores de bajos recursos económicos.” (González-Vega, 2016: 128). Y más adelante comentan que, el mercado itinerante aglutina al segmento de la sociedad más pobre, que proviene de los pueblos, comunidades indígenas y las colonias urbano-populares (González-Vega, 2016: 129). Por otra parte, manifiestan que el comercio o mercadeo en los mercados itinerantes conectan al segmento de bajos recursos económicos, con el mercado global. (González-Vega, 2016: 129). Por lo tanto, todos los tipos de mercadeo son

importantes, dado que construyen relaciones sociales, crean fuentes de empleo y generan recursos económicos para los participantes.

En estos dos tipos de mercadeo se enfatiza la diferencia entre los usuarios del servicio, en relación al status social, los que pueden acceder porque cuentan con el capital necesario y los que no pueden acceder, que es la población con bajos recursos económicos, es decir, el segmento de la sociedad más pobre, que proviene de los pueblos, comunidades indígenas y las colonias urbano-populares. A los cuales se les debe dar acceso a este servicio público para que puedan vender sus productos y al mismo tiempo acceder a otros, satisfaciendo sus necesidades.

2.2. La trascendencia del mercado

El mercado/tianguis, debido a su importancia, es estudiado mediante dos enfoques: el económico y el sociocultural. Licona argumenta que, en el primer enfoque priman las investigaciones científicas, detalla al tianguis como un microcosmos que permite estudiar la economía local y regional, y que se inserta en la economía nacional y global de manera desigual (sistema de mercados); como sistema de abastecimiento o distribución de bienes (comercialización) y como reproductor de diferentes relaciones de intercambio, mercantil y no mercantil. Mientras que, el segundo enfoque, el sociocultural, enfatiza al tianguis como algo más que un espacio estrictamente económico, ya que es también punto de reunión y de establecimiento de relaciones sociales. (Licona, 2014: 144).

Por lo que, el estudio de estos dos enfoques, tanto el económico y el social, son importantes en la presente investigación, así como en la sociedad, puesto que los dos coexisten en mutua unidad, son inseparables, pues lo conforma la colectividad, y cada colectividad lo crea y lo construye de manera diversa, a su semejanza.

Dentro de la trascendencia e importancia del mercado, Licona destaca el intercambio mercantil y la sociedad de mercado:

...en la sociedad actual el rasgo imperativo de intercambio es el mercado, por lo que se le denomina sociedad de mercado o sociedad

de intercambio mercantil... El intercambio mercantil o de mercado es la forma dominante de las sociedades capitalistas actuales. En su definición general, la economía está organizada en forma de mercado: “es un proceso organizativo de compra y venta a precios monetarios que es el mecanismo de hacer transacciones con productos materiales, trabajo y recursos naturales (Dalton, 1974: 180)”. “Todos deben vender algo con valor en el mercado para adquirir los medios materiales de existencia” (1974: 181).” En estas sociedades, el dinero es requisito y rasgo característico de su tipo de economía, es un bien de cambio de uso extendido y consentido por la sociedad que pauta los intercambios. Todo está organizado en forma de mercancías disponibles para ser vendidas y compradas (1974: 181). (Licona, 2014: 149)

Licona comenta que “el sistema de intercambio adquiere existencia en los centros mercantiles, que cumplen el objetivo de ofertar bienes para satisfacer las necesidades de cada sociedad...” (Licona, 2014: 149), por lo que, el intercambio mercantil es un medio para hacerse de bienes y servicios a través de la permuta, principalmente de tipo monetario, que satisfaga o intente satisfacer las necesidades básicas elementales de la sociedad.

Por lo cual, para entender en su conjunto la importancia de las relaciones económicas que se realizan dentro del mercado/tianguis, es necesario aclarar que se entiende por economía de una sociedad. Licona en este sentido, comenta:

Se entiende por economía de una sociedad las formas y las estructuras sociales de la producción, de la distribución y de la circulación de bienes materiales que caracterizan a esta sociedad en un momento dado de su existencia... por lo que cada una de ellas imprime determinadas características a las fases económicas. Así, la producción, la distribución y el consumo adquieren los rasgos culturales de los sujetos que participan en todo acto económico. De esta manera, la lengua, el parentesco, el origen étnico, el entorno natural, el orden administrativo, la preferencia política y diversos factores intervienen en toda transacción económica, en el intercambio de bienes y servicios. (Licona, 2014: 144 y 145).

Esta economía de la sociedad se ve envuelta en una relación inseparable de intercambios monetarios y culturales, por lo cual, los dos enfoques coexisten, en una dinámica de interdependencia.

El multicitado Licona, señala que “la economía está inserta tanto en las instituciones económicas como en las no económicas, y que el lugar que ocupa lo económico en las estructuras sociales definirá el tipo de sociedad”. Por lo que, concluye que “el intercambio exclusivamente económico no existe, estará vinculado para siempre a relaciones religiosas, culturales, políticas, etcétera.” (Licona, 2014: 145). De lo anterior se desprende y se reafirma que, la economía y la cultura van entrelazadas, pues ambas se dan en el contexto de la socialización de los individuos y al realizar estas acciones sociales, las mismas se impregnan de la cultura y de las tradiciones de las personas implicadas.

Por otro lado, tanto el comercio realizado en la vía pública como en los mercados municipales, es de gran importancia para los comerciantes, el ayuntamiento, la sociedad local y turística, debido a las distintas ventajas que este modo de vida representa para los diferentes sujetos inmiscuidos en él.

Por lo que, es pertinente enfatizar el trabajo de investigación que al respecto, realizó Licona, un estudio de caso, en el cual su objeto de estudio lo constituyó el mercado/tianguis “La Purísima”, en el municipio de Tehuacán, Puebla, México, en donde destaca la importancia de este mercado/tianguis –lo cual ejemplifica el valor de esta institución económica–social y cultural, para una parte significativa de la población tanto local como foránea– con nuestro estudio de caso, el servicio público de mercados en Amecameca, Estado de México. Al respecto comenta:

El área de observación etnográfica fue *La Purísima*, un mercado fijo ubicado en la ciudad de Tehuacán, que recibe semanalmente un tianguis o plaza. Los miércoles y sábados, ambos espacios físicos y económicos se fusionan e integran un mercado/tianguis regional en donde se intercambian productos para satisfacer necesidades de abastecimiento, acumulación y servicios. Cabe señalar que el sábado o “día de plaza” es el más importante, por la gran cantidad de personas involucradas como vendedores permanentes y ambulantes, productores, intermediarios, compradores y prestadores de servicios que construyen el espacio económico de venta y consumo popular, campesino e indígena más significativo y barato de la ciudad y de la región. Por ello, el mercado/tianguis significa para artesanos y productores campesinos, indígenas y revendedores en pequeña escala una importante opción de venta de bienes, pues con los recursos obtenidos satisfacen sus necesidades básicas, y con ello, la

reproducción de unidades domesticas; pero también para ellos mismos como consumidores y para otros sectores pobres urbanos de la ciudad, el mercado/tianguis es un espacio para economizar y hacer rendir más el dinero asignado para el abastecimiento de bienes, por lo que recurren a distintos sistemas de intercambio constituyendo así una institución económica orientada fundamentalmente por la lógica mercantil pero que alberga sistemas de intercambio recíprocos. (Licona, 2014: 140)

En una analogía con nuestro objeto de estudio, el servicio público de mercados, los días de esta fusión mercado/tianguis en el municipio de Amecameca, México, son los domingos y miércoles de cada semana, en donde confluyen y se congregan estas dos instituciones económico-social, tradicionales y culturales para darle el toque característico de algarabía popular. El mercado municipal, objeto de nuestro estudio, ubicado en la cabecera del Municipio y el tianguis que se ubica a un costado de éste, en la calle Abasolo hasta llegar a la calle Morelos.

Para la sociedad local y turística: como fuente de acceso de bienes y servicios; para los comerciantes: como modo de ganarse la vida honradamente; para el Ayuntamiento municipal: por el engrosamiento de las arcas de la tesorería municipal a través del pago de los impuestos correspondientes de los comerciantes; para la sociedad local: por la creación y generación de fuentes de empleo, al convertirse en propietarios de locales o de puestos ambulantes dentro de su mismo municipio y no tener que desplazarse a otro municipio para ejercer esta actividad, mejorando de esta manera su economía a través de este sector.

Es pertinente destacar la ejemplificación de Pará, puesto que, la importancia del mercado reside, entre otros aspectos, en que es una fuente de ingresos tanto para los comerciantes como para el Ayuntamiento local. En este tenor de ideas argumenta:

Para ilustrar el funcionamiento de estos tianguis, tomaremos el caso de Ixquimilpan. La importancia de las transacciones comerciales que se realizan cada lunes en ese tianguis se refleja parcialmente en el monto de los ingresos fiscales provenientes de ellas. En 1972, el ayuntamiento recaudó más de un cuarto de millón de pesos (\$ 257 729) por concepto de derecho de piso, o sea del cobro de impuesto a los comerciantes ambulantes. Este ingreso correspondió al 28% de los ingresos totales del municipio en ese año (\$ 965 471). Las

entradas por derecho de piso, son dos veces superiores a los impuestos pagados por el comercio fijo (\$128 815). (Paré, 1975: 88 y 89).

Es conveniente destacar, que el mercado/tianguis es una fuente de ingresos, de la cual se podrían obtener excelentes dividendos, para ambas partes, si este servicio público fuera aprovechado al máximo, mediante la eficacia, la eficiencia, la calidad y además se le agregara el valor y la utilidad pública, a través de la conjunción reglamentación-gestión pública.

García et. al., al respecto argumentan: "...los tianguis son procesos organizacionales que implican la participación de distintos actores, ... que tienen diversos intereses, habilidades y capacidades, pero que coinciden en el tema de la producción y comercialización... la intención es, dar respuesta desde sus realidades a problemas comunes, generando aprendizajes para un beneficio colectivo (la generación de empleo, de ingresos, de distribución de alimentos...)." (García–Rappo–Ludovic, 2016: 14–15), señalan su importancia como fuente de ingresos, de cultura, entre otros aspectos.

En esta cuestión, Licona destaca la importancia del mercado–tianguis en la vida económico–social, pero sobretodo en la vida familiar de los vendedores, es decir, de los comerciantes:

Algo destacado de todos los vendedores... es que estructuran sistemas de parentesco, algunos más visibles y más consolidados en determinados giros comerciales... Toda la familia participa jerárquicamente en la venta de bienes... Muchas actividades económicas son heredadas desde los abuelos... perpetuando la actividad económica durante muchos años, al menos cincuenta, una estrategia de supervivencia familiar que observamos en muchas actividades económicas... En este sentido, se podría afirmar que el sistema de intercambio de mercado está mediado por el parentesco, por lo que la cuestión del heredero(a) es de suma importancia para la continuidad del sistema mismo (Licona, 2014: 156).

De esta manera, el mercado–tianguis es un punto clave para la sobrevivencia de las familias locales, ya que representa no solo tradición, cultura, socialización, sino además la forma de subsistir, un modo de vida que crea lazos de sangre, de

solidaridad, de ayuda, de subsistencia como forma de ganarse la vida y modo de empleo.

Tanto los mercados locales como los itinerantes son una forma de cultura de la sociedad mexicana, una tradición que desataca por las relaciones sociales que se pueden dar dentro de ellos, así lo expone León Salazar, al poner de ejemplo a los tianguis urbanos de la ciudad de México: Aun cuando las autoridades en diferentes niveles han intentado regular o restringir el comercio en los tianguis, estos lugares continúan siendo masivamente visitados, y tanto tianguistas como consumidores se desenvuelven en un ambiente de seguridad y confianza, sustentado por las mismas prácticas itinerarias de convivencia entre los sujetos involucrados en las transacciones comerciales (León, 2010:93).

Para los comerciantes ambulantes, la importancia del mercado radica en que, estos “mercantes han podido sacar ventajas de esta forma tradicional de intercambio, ya que, en un lugar relativamente pequeño, pero donde los tianguis están integrados en un circuito regional, pueden efectuar transacciones comerciales de mayor amplitud que las que llevarían a cabo como comerciantes sedentarios en cualquiera de estas ciudades regionales.” (Paré, 1975: 86), lo cual representa una ventaja en el comercio itinerante, por lo que, pueden ofertar precios más accesibles que los que hay en los mercados fijos y, en consecuencia, vender en demasía.

Desde el punto de vista de García et. al., (García-Rappo-Ludovic, 2016: 4) los tianguis ofrecen dos oportunidades dentro de la evolución del modelo alimentario mexicano:

1. La de ser una opción de abastecimiento alimentario en poblaciones urbanas, ofertando productos locales con valores ecológicos.
2. La de diversificar los ingresos de pequeños productores locales, agrícolas y/o artesanales e incluso urbanos.

Lo anterior es muy importante remarcarlo, dado que, además de ser sitios en donde se da una convivencia de tipo social y cultural, son importantes por la actividad básica que en ellos se realiza: el abastecimiento de productos y servicios de diversa

índole, además de que en ellos se fortalece y robustece la economía de la población local, es decir, de los comerciantes locales, las arcas del municipio y de algunos agentes externos, como los comerciantes foráneos.

García et. al., en su cuarta consideración teórica, plantean la importancia de los tianguis o mercados en la relación de los procesos económico–sociales, señalando que:

...es importante resaltar que todo intercambio económico lleva consigo una relación social. En estos tianguis al haber un acercamiento entre los productores y consumidores... empiezan a desplegarse ciertas relaciones personales que finalmente también trastocan los intercambios de productos. La acción económica está socialmente situada y no es independiente de los lazos sociales... y se inscribe en la lógica de las redes... de la solidaridad... de los mecanismos de reciprocidades... o incluso, con factores culturales históricos.

Es entonces que se reconoce, como lo hacía Granovetter (2000), que el mercado debe ser considerado como una construcción social y cultural que posee su propio sistema de valores y de normas y que depende de influencias extraeconómicas. Esto se expresa claramente en los tianguis alternativos, pues son los distintos actores con valores comunes, quienes van erigiendo significados y representaciones en torno a las cuales despliegan ciertas prácticas comerciales y de consumo. (García–Rappo–Ludovic, 2016: 7)

Lo anterior es de gran relevancia, en tanto que, se enfatiza la importancia del mercado y de los tianguis en su carácter de ser sitios en donde se despliega la cultura y la identidad de los sujetos que ahí interactúan, es decir, no solo hablamos del valor económico, sino también del valor cultural, al ser los mercados el sitio ideal para intercambiar cultura, servicios y productos tanto industriales como artesanales. En esta ilación de ideas, Licona menciona que “las plazas son importantes puntos de reunión social... así como mecanismos de articulación social entre diversos grupos y clases étnicas, por lo que constituyen un espejo que refleja un sistema sociocultural regional.”, en este mismo sentido, Licona señala que “los mercados pueden considerarse como microcosmos que contienen un conjunto representativo del ambiente regional. Son una exhibición comprimida de la economía de la zona, su tecnología y su sociedad; en otras palabras, de la forma local de vida” (Licona, 2014: 142), es así que, tanto los mercados como los tianguis, son el reflejo de la

sociedad a la que pertenecen, es claro ejemplo de identidad, de formas comunes de actuar (pudiendo ser positivas o negativas y estas deberán de regularse, para incentivar las primeras y sancionar las segundas).

García et. al., concluyen manifestando en relación a la importancia de los mercados y tianguis lo siguiente:

Los tianguis son fuente de formación de capital social importante, al tiempo que buscan construir nuevas relaciones con el territorio, estrechar contacto entre productores locales y consumidores y abrir nuevas estructuras en el aprovisionamiento alimentario, que son construidas por y desde la sociedad civil... esos espacios productivos estructuran una parte nada desdeñable de la oferta alimentaria mexicana y pueden tener un potencial crecimiento en el futuro. Sin embargo, estos espacios y sus actividades implicadas están alejados de las políticas públicas actuales... no proponen mecanismos concretos en la producción y distribución en pequeño... (García-Rappo-Ludovic, 2016: 20).

Los autores García et. al, en su conclusión, enmarcan la importancia que tiene y seguirán teniendo estos espacios públicos, al ser una fuente importante tanto de relaciones sociales, de reforzamiento cultural, de valores compartidos, generadores de fuentes de empleo y de crecimiento económico, pero al mismo tiempo señalan la falta de interés y enfoque del sector público, principalmente, al ser parte importante del servicio público de mercados.

Otro factor importante de la existencia y permanencia de los mercados lo constituye el desarrollo demográfico, por lo que, González y Vega, argumentan que:

...en aquellos lugares en los que existe o existió un tianguis, se han instalado formas de mercadeo distintas, tales como el mercado fijo, propio de La Colonia y el supermercado, propio de los tiempos modernos... y que ...la capa más antigua la representa el tianguis, cuyo origen se remonta a los tiempos prehispánicos. En esos tiempos, la creación de los mercados fomentó el impulso del desarrollo demográfico, principalmente en las ciudades, ya que permitía el crecimiento de los asentamientos o creaban nuevos centros urbanos. (González-Vega, 2016: 131).

Por lo que, la creación de los mercados, pero principalmente su conservación, fomenta el desarrollo demográfico y económico de la sociedad inmersa en ellos, es tipo local y regional.

Tal es la importancia del servicio público de mercados y del mercadeo, que en éste servicio se realiza y se manifiesta el sistema económico a pequeña escala: mercado (conocido como fijo), tianguis (también llamado mercado itinerante), supermercados y abastecimientos de élite (González-Vega, 2016).

2.3. Aspectos positivos y negativos en el mercado

Aspectos negativos y positivos se pueden destacar dentro de las prácticas del comercio local: entre las autoridades locales, los comerciantes y la sociedad local y turística.

2.3.1. Aspectos positivos

Dentro de los aspectos positivos se encuentra la posibilidad de que la sociedad local viva de una manera honesta y decorosa, satisfaciendo completamente sus necesidades básicas, al practicar la actividad comercial, la generación de fuentes de empleo, la posibilidad de engrosar las arcas municipales con el pago de impuestos y con la creación de nuevos establecimientos comerciales,

Uno de los aspectos positivos del comercio (en particular del comercio itinerante), señalo por León, es: "...la afluencia masiva semanal de personas es considerada como un aspecto positivo por los habitantes de la colonia, ya que los visitantes del tianguis se convierten en potenciales clientes de los pequeños negocios. El comercio en la vía pública también es evaluado por los colonos como mecanismo viable de acceso de fuentes de empleo, dadas las dificultades para entrar al mercado formal." (León, 2010:94)

Otro de los aspectos positivos, es la forma en que la sociedad se desenvuelve dentro de este círculo social, al comentar León que: "...el tianguis es percibido por los vecinos como lugar de encuentro, de socialización y esparcimiento colectivo." (León, 2010:94)

2.3.2. Aspectos negativos

En lo que respecta a los aspectos negativos tenemos en esta práctica comercial, la falta de responsabilidad de los comerciantes, de la sociedad y de las autoridades locales, al no hacer u omitir lo que les corresponde para tener un servicio de mercado de calidad.

Como lo señala León Salazar, al decir:

El comercio en la vía pública ha sido considerado en distintos ámbitos como un grave problema urbano, generador de evasión de impuestos, insalubridad, ingobernabilidad, corrupción, venta ilícita de mercancías y de otras prácticas al margen de la ley que atentan contra el orden público y generan malestar para la ciudadanía. Se promueve una imagen de los comerciantes como gente que usufructúa el espacio público sin otorgar a cambio ningún beneficio para la sociedad, o bien, se les presenta como víctimas de líderes deshonestos que se enriquecen a costa de las cuotas cobradas ilegalmente a sus agremiados. (León, 2010:93)

González y Vega, observan una forma negativa de ver el comercio que se ejerce en el tianguis, llamado "informal", por parte de las autoridades y de los usuarios, el cual es estigmatizando, al respecto comentan:

Se ha inscrito al tianguis como una forma de mercadeo, es decir, de afluencia de oferentes y demandantes en una modalidad de mercadeo para personas de bajo poder adquisitivo. Existen otras formas de mercadeo que compiten por la demanda y en este proceso de deslizan estigmas sobre las formas de mercadeo del llamado tianguis. Estas formas de estigmatización generan una opinión pública que raya en la informalidad y la legalidad (contrabando y narcomenudeo) de las formas comerciales al incorporar mercancías de todas partes del globo (González y Vega, 2016:132).

Por lo que, es un argumento que bien debe tomarse en cuenta en la reglamentación municipal del servicio público de mercados, para no rayar en lo ilegal e informal: lo

primero, al no permitir la venta de mercancías de dudosa procedencia, las que son obtenidas de manera ilegal o las que son nocivas para la salud y que están consideradas como ilegales y; lo segundo, al insertar este comercio “informal” en la reglamentación municipal para darle un carácter de formal, quizás con la portación de gafetes los cuales identifiquen a los comerciantes “informales” como comerciantes formales para ejercer el comercio de manera formal, a través del permiso correspondiente autorizado por la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio -que es la encargada del servicio público de mercados en el Municipio de Amecameca- y de su pago en la Tesorería Municipal.

Un aspecto negativo a considerar y que es muy importante por el impacto que genera en los tianguis y en los mercados locales, es la relación que guarda la economía local con el mercado global, lo cual afecta a la economía de los vendedores propios, que son los que llevan productos de sus huertos, es decir, a la clase campesina, al respecto González y Vega señalan:

La vinculación entre la economía campesina con el mercado global no se encuentra del todo articulada, en todo caso yuxtapuesta, es decir, los bienes campesinos subsisten en el mercadeo paralelamente a los bienes industriales globalizados. Esta subsistencia puede llegar a transmutar en competencia a grado tal que los tianguis se conviertan en prácticas vulnerables que contradicen las políticas del comercio “formal”, manifiesto en otras modalidades de mercadeo tales como, el supermercado o el mercado de elite, lo que convierte al tianguis en objeto de política urbana... Este aislamiento se acompañó primero de estigmas elaborados desde los gobiernos locales (ilegalidad, informalidad, evasión al pago de impuestos, etc.), para luego instalar otras modalidades de mercadeo (en este caso el supermercado Walmart) que compiten por la demanda segmentada a este tipo de mercados y finalmente, aislarlos. (González y Vega, 2016: 147)

Hecho que debe superarse y salvaguardarse a través de una adecuada gestión y reglamentación municipal, para apoyar al comercio local y a los comerciantes locales y seguir contribuyendo con la generación de empleo, la apertura de nuevos comercios, con el fomento de la cultura y las tradiciones que se dan en estos espacios públicos, llenos de multicolor y que favorecen la cosmovisión tanto de los locales y como de los foráneos, tal es la importancia del servicio público de mercados.

2.4. Características básicas de un mercado y tianguis local

Licona cita a Yaayé Arellanes y Alejandro Casas, quienes desde una perspectiva ecológica, económica y sociocultural presentan las características comunes de los tianguis:

- a) Su origen prehispánico,
- b) La realización de transacciones que implican un intercambio de productos a través de un aporte monetario o un canje de productos denominado trueque o feriado,
- c) Son semanarios, es decir, se realizan una o dos veces por semana,
- d) La presencia de numerosos vendedores de distintos orígenes, muchos de ellos mujeres, que traen recursos vegetales producidos o recolectados a baja escala provenientes de sus huertos familiares, de la parcela o de los bosques circundantes y
- e) Su entrelazamiento con un mercado globalizado en donde se puede encontrar todo tipo de mercancías. (Licona, 2014: 144)

González y Vega, mencionan otras características importantes sobre los tianguis, que bien algunas de ellas podrían ser parte de los mercados, para ello citan a Castillo:

...otras características comunes a los tianguis son la utilización de tiempo amplios (todo el día) para la transacción comercial; vigencia de productos culturales tradicionales tales como metates, hierbas, vestimenta, insectos, utensilios; paridad y equivalencia en los intercambios comerciales, ya sea en trueque o monetario; uso del regateo; extensa presencia de pregoneros; se realizan al aire libre; ocupan las calles o lugares completos de los pueblos y poseen un agrupamiento de oferentes según la naturaleza del producto que comercializan (Castillo, 1995; 34). Esta observación es interesante porque le asignan al tianguis una cualidad festiva en el que todos participan de un escenario puesto un día a la semana para desplegar las estrategias de la venta y compra; se trata de un día que rompe con la monotonía de la semana, un día especial para hacer las compras; en el mercado tianguis todos son merolicos; todos dan una prueba de su producto para convencer, algunos productos se muestran en su variedad (la ropa) o en su dureza temporal (los metales, los molcajetes) y otros más requieren de discursos para mostrar sus propiedades curativas (hierbas). (González y Vega, 2016:132)

En este rubro se destaca el tianguis, que se celebra algún o algunos días a la semana dependiendo del municipio, en Amecameca, Estado de México, como ya se mencionó, son los miércoles y domingos de cada semana.

Licona respecto a esta cuestión, da un ejemplo y en él menciona la importancia del tianguis en la economía local, para ello comenta lo que sucede en el mercado “La Purísima”:

En especial los días de plaza (miércoles y sábado) el área se altera por la llegada de comerciantes procedentes de diferentes pueblos que se concentran en *La Purísima*. ...en especial el sábado es el día de más movimiento de personas, bienes y dinero... Es un día especial, pues la llegada de vendedores y compradores de toda la región convierte a *La Purísima* en un mercado-tianguis regional central. Allí es donde se observan claramente la influencia regional y los sistemas de intercambios trueque y socializante... (Licona, 2014: 151).

2.4.1. La higiene o sanidad en el mercado y tianguis local

Dentro de las características que deben guardar los mercados o tianguis locales esta la sanidad, que es producto del trabajo y del esfuerzo de los comerciantes para mantener su lugar de trabajo limpio e impecable e incitar a la visita constante de sus clientes, porque a través de los valores del trabajo trasciende la importancia del mismo, debido a su sentido virtuoso, así lo expresa León al decir “...se refieren implícitamente a los atributos positivos del esfuerzo, el sacrificio, la honestidad, la justicia, la sanidad... en suma, de la mejoría –al menos como aspiración legítima– de las condiciones de vida.” (León. 2010: 96)

Sobre la higiene y sanidad, González y Vega hacen una comparación entre los centros comerciales y los tianguis, sobre las características que poseen estos dos lugares y sobre los estatus sociales que en ellos convergen:

Los centros comerciales para las capas de alto poder adquisitivo estarían configuradas por una oferta de clase social o estatus alto que se insertan en ese mercado buscando lugares seguros y limpios donde la interacción cara a cara es mediada por una oferta seria, blindada a la negociación y el esfuerzo por convivir con la diferencia cultural, el consumo es plano en ese sentido, contrario al mercado

tianguis que se presenta en su dimensión más expresiva cuando del regateo se trata y de la “venta gritada” a los posibles consumidores. (González y Vega, 2016: 134).

De lo anterior se infiere que la sanidad en los mercados y tianguis locales no está presente, hecho que no debería de ser regla, por lo que, esta percepción debe ser cambiada, ya que todos, sin excepción alguna, merecemos mercados y tianguis limpios, pues la sanidad es parte de importante en toda sociedad y en todo espacio público.

2.4.2. La infraestructura

Un aspecto relevante en esta actividad comercial es la infraestructura que posea el local o el puesto ambulante o la manera de colocar la mercancía en puesto itinerante, pues de ello depende en gran medida la venta de la mercancía, así lo manifiesta León Salazar al decir:

La disposición de la infraestructura de los puestos y el arreglo de las mercancías configuran una estética peculiar, caracterizada por un sentido no restrictivo, sino que, por el contrario, incita a los potenciales consumidores a aproximarse, a establecer contacto físico con las mercancías para conocer de cerca sus cualidades. Aunque no existe para los consumidores una obligación de comprar, la presentación de los objetos de alguna manera particular es una estrategia del tianguista para comunicar información y potenciar las posibilidades de venta de las mercancías. ...la ordenación del campo de trabajo determinada por el comerciante, no solo es una posibilidad, sino una condición fáctica del proceso de trabajo para producción exitosa del intercambio. (León, 2010: 99)

Por ello, un aspecto relevante en el servicio público de mercado es el aspecto físico del local, puesto ambulante o itinerante, dado que de ello depende en gran medida la venta exitosa de la mercancía, por lo cual, este aspecto es importantísimo, no debe de perderse de vista ni quedar de lado y mucho menos restarle la importancia que amerita.

Sobre la infraestructura, González y Vega, señalan las características físicas de los tianguis locales:

La actual presencia del mercado tianguis... se aprecia cuando la carretera se densifica de autos, los estacionamientos se saturan de vehículos particulares, así como, camiones y camionetas que llevan los oferentes. Entre las características de este mercado se encuentran la constante humedad, el lodo de los pisos y la plancha de cemento sobre la que se instalan los distintos puestos del mercado. Las estructuras tubulares de los puestos se disponen ancladas a la mencionada plancha para que los oferentes solo lleguen a colocar sus lonas sobre cada uno de los puestos para después disponer los productos. (González y Vega, 2016: 140).

Dichas características de los tianguis locales son negativas, por lo cual, se vuelven inadecuadas e inciden en la falta de sanidad e higiene de los mismos, en la falta de una presentación adecuada tanto para los clientes locales como foráneos, así como en la falta de una buena organización y reordenamiento vehicular, que promueva el libre tránsito y la seguridad de todo el conglomerado social que en este espacio se desarrolla. Estos tres aspectos son importantes en la atracción y conservación de los clientes, además de ser la imagen y espejo propio del municipio, es decir, son su carta de presentación.

2.4.3. La reglamentación

Otra de las características primordiales que debe de existir en el servicio público de mercados, es decir, en todo mercado o tianguis es la reglamentación, por lo cual, se cita a García et. al., quienes comentan que, en Mesoamérica, en la época precolombina, en el Imperio Azteca (1421-1521), ya los mercados eran considerados como:

...espacios en donde convergían distintos actores sociales, muchas veces un espacio de disputa y relación de fuerzas que estaba mediado por el estado. Éste tenía peso no solamente en lo que se intercambiaba, sino también en su reglamentación, por lo que había cierto grado de institucionalización. Por ejemplo, de todo lo que se introducía al mercado se pagaba un tanto de derechos al rey quien, a su vez, impartía justicia y mediaba las indemnizaciones (Clavijero, 2009). (García-Rappo-Ludovic, 2016: 11)

Lo citado por dichos autores corrobora una de las características imprescindibles que debe tener servicio público de mercados, la reglamentación, como medio para

establecer relaciones de sana convivencia entre los actores que inciden en él: sociedad local y externa, comerciantes y autoridades locales, todo ello con la finalidad de prestar un servicio eficiente y de calidad.

González y Vega, citan a Castillo, quien señala los elementos materiales, humanos y organizacionales, que se insertan en la vida del tianguis, al respecto comentan:

Para Castillo, los principales elementos del tianguis actual son: poseen un soporte material como la plaza, calles e infraestructura (camiones, carretillas, lonas, cajas, etc.) y el conglomerado humano que asiste al tianguis (comerciantes, clientes, paseantes, autoridades, trabajadores complementarios e indigentes) (Castillo, 1995: 36). A esto se suma la concepción que las personas tengan con respecto al propio tianguis, lo que proporciona las formas y principios que regulan la actividad colectiva para su festivo funcionamiento. (González y Vega, 2016: 132).

Por lo que, una característica esencial en el servicio público de mercados, es la reglamentación municipal de este servicio, lo cual queda evidenciado en lo que los autores en comento refieren a cerca de la forma de socialización, destaca en el último párrafo: "...la concepción que las personas tengan con respecto al propio tianguis, lo que proporciona las formas y principios que regulan la actividad colectiva para su festivo funcionamiento.", lo cual es acertado, pues la reglamentación municipal del servicio público de mercados debe ir en función de la cultura, de la identidad y de la concepción propia de las personas inmersas en este servicio, tomando en cuenta sus necesidades y aspiraciones para poder encuadrar y guiar el actuar de los sujetos implicados en el.

González y Vega, comentan acerca de los tipos de vendedores que se dan en los tianguis y mercados locales, lo cual es importante destacar, respecto del concepto de comercio informal, el cual debe de quedar inmerso en la reglamentación municipal, por lo que, al decir de los autores:

Malinowski y de la Fuente (2011) propusieron, desde la década de los cincuenta, una tipología de vendedores, entre los que resaltan: a) los propios (que son los que llevan productos de sus huertos), b) los regateadores (que son los que compran a los vendedores propios para luego vender en mayor cantidad y a precios más altos en el mismo mercado itinerante) y c) los ambulantes (vendedores propios y regateadores que ofrecen deambulando). Es interesante esta

tipología y cabe agregar aquellos comerciantes propios que “desdoblan” a la familia para insertarse por las venas internas del mercado para vender el producto, de manera ambulante, lo que genera potencialidad a la venta familiar. (González y Vega, 2016: 135).

Generalmente, el comercio informal se relaciona con los vendedores ambulantes, es decir, de aquellos que su actividad no se encuentra en regla, y que debiera estar insertada en un reglamento municipal, específicamente en el de mercados, para darle la formalidad adecuada a este sector de comerciantes, mediante permiso, licencia y gafete, que los identifique como comerciantes formalmente reconocidos por el municipio en cuestión. (González y Vega, 2016: 135).

2.4.4. La organización

Otra característica importante que debe de tomarse en consideración es la organización de los distintos actores, dentro del servicio público de mercados, dado que ésta incide de manera directa en la eficacia y eficiencia de éste. Organización cuya finalidad redunde en un buen servicio, el cual satisfaga las necesidades de los diferentes sujetos que participan en él. Para ello, citamos a García et. al., quien al respecto argumentan: “...los tianguis son procesos organizacionales que implican la participación de distintos actores... que tienen diversos intereses, habilidades y capacidades...” (García, 2016:14) y “... Los tianguis... han representado espacios, donde se vinculan actores sociales con diferentes roles...” (García, 2016:15). Por lo que, la organización es un aspecto trascendental para el buen funcionamiento de todo sistema social, no escapando el servicio público de mercados, espacio donde confluyen diferentes actores en donde realizan diferentes actividades, de tipo económico, cultural, social, de intercambio, entre otras.

2.4.5. La interacción social y el intercambio de valores

Otra característica que debería de primar en los mercados y tianguis es la unión de los sujetos que en el mismo interactúan, debido a los diferentes tipos de relaciones

que se pueden suscitar, como el intercambio de valores, pues en ellos se dan fenómenos sociales, ya que no sólo son el espacio físico disponible, sino además dentro de ellos se constituyen interacciones sociales, por lo que, García et. al., comentan al respecto: “Estos tianguis estructuran espacios físicos que permiten la creación de nodos y el reconocimiento de diversos actores que los unen. “Facilita el reconocimiento de los actores a través de su inclusión en los diferentes tipos de relaciones, fomentando al mismo tiempo, el intercambio de valores, la solidaridad y el control suave (Chiffolleau, 2009, p. 218).” (García-Rappo-Ludovic, 2016: 15).

García et. al., enfatiza las vinculaciones que se han detectado en los tianguis, añade además los sectores (el educativo, las organizaciones privadas y las instituciones públicas) que inciden en estas prácticas y las redes colaborativas que surgen en este rubro, además de señalar el fortalecimiento que de este tipo de vinculación (relaciones sociales) se desprende, siendo tales vinculaciones:

- a) De productor a productor...
- b) De productor a consumidor. Esta es la relación más clara al considerar al tianguis como un espacio de intercambio. Sin embargo, se encontró que los tianguis traspasan su condición de espacios meramente mercantiles, al desarrollar en ellos relaciones sociales más amplias, que efectivamente sí son medidas por los intercambios materiales. Las interacciones personales entre estos actores van creando y reforzando ciertos discursos, lo que va fortaleciendo la vinculación...
- c) Consumidor-consumidor...
- d) Redes colaborativas mixtas con actores internos y externos... Dentro de los tianguis hay una diversidad de actores con distintas lógicas, acciones y funciones. Entre ellas: i) reforzamiento productivo; ii) implantación de sistemas de promoción; iii) gestión y reforzamiento de los sistemas de certificación participativa; y, iv) gestión de la formación de consumidores. En estas se despliegan un sinnúmero de colaboraciones con otros actores externos, provenientes de diversos sectores: educativo (universidades, centros de investigación, colegios), organizaciones (cooperativas, activistas en temas ambientales y sociales, incluyendo otros tianguis), e incluso con el sector estatal (en la gestión de espacios) o la SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación), específicamente a través de SENASICA (Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria) para los procesos de formación de la certificación participativa). (García-Rappo-Ludovic, 2016: 15 y 16).

González y Vega respecto de las formas de socialización cultural que se dan en el mercado, señalan que éste se torna en un lugar de identidad antropológica, al señalar que:

...estas distintas modalidades de mercadeo crean a su vez distintas formas de socialización cultural, generando un mercado segmentado en función de la clase social, las adscripciones culturales étnicas o las distinciones que da ser personas de campo o ciudad. En suma, los mercados itinerantes son parte de regiones con identidad, el mercado tianguis se convierte en un lugar de identidad antropológica, además de ser una ocasión para el comercio (Auge, 1996). Esta cualidad se observa en el hecho de que buena parte de los productos que se intercambian se destinan al fondo ceremonial de las comunidades... (González y Vega, 2016:132)

Tanto en el mercado como en el tianguis del Municipio de Amecameca, esta forma tan particular de ver el mercado, como lo hacen notar González y Vega, no es propia de los usuarios del servicio, puesto que, al ser todavía un municipio semiurbano, los usuarios lo ven como parte importante de su cultura, pues en él convergen todos los status sociales sin mayor problema. Porque los mercados, en las poblaciones rurales y semiurbanas, son parte importante para la adquisición de bienes y servicios, de la algarabía social y cultural, dado que son lugares en donde se proyecta y fomenta la identidad cultural.

2.4.6. La zonificación por giros comerciales

Una característica esencial en todo mercado es la zonificación por giros comerciales, ya en la época prehispánica se daba este tipo de clasificación, González y Vega al respecto comentan, “El propio Bernal Díaz del Castillo enuncia que a su llegada al mercado de Tlatelulco “quedamos admirados de la multitud de gente y mercaderías que en ella había...Y los principales que iban con nosotros nos lo iban mostrando, cada género de mercaderías estaban por sí, y tenían situados y señalados sus asientos” (Díaz del Castillo, 2012: 243)” (González y Vega, 2016, 131).

Lo que nos muestra que ya en ese tiempo el mercado era importante para la población, los comerciantes y para los gobernantes: al guardar en él un orden, una coordinación, y una clasificación de las mercaderías. Hecho que no sucede en el mercado ni en el tianguis del municipio de Amecameca, Estado de México, en donde a simple vista se muestra la falta de cuidado en esta característica.

Dichos autores añaden sobre la zonificación por giros comerciales:

“El mercado se distribuye por secciones según las características del producto, algunos pasillos se especializan en ropa, otros en mercancías de fantasía tales como anillos, aretes, collares y pulseras, otros más en comida tradicional mexicana (quesadillas, tlacoyos 20, tacos), el lugar de las verduras...” (González y Vega, 2016: 141).

Licona sobre este tema comenta que: “...los vendedores se especializan en diferentes productos y dentro del mercado están agrupados según los artículos que expenden.” (Licona, 2014: 143), dado que, en todo sistema social, económico, científico, etc., es trascendental el orden en ellos y en las instituciones de dichos sistemas.

Dicha distribución es muy importante, pues su finalidad es que los productos no se contaminen con la mezcla de olores y que los clientes puedan encontrar con mayor facilidad lo que buscan, al estar clasificada la mercancía por secciones, como se hace en los supermercados.

2.4.7. La gestión municipal

Cabe recordar que haciendo alusión a la gestión municipal hay que subrayar que se trata de un proceso que va desde la planeación, la implementación y cubre también la evaluación y el seguimiento de las actividades, objetivos y políticas que tiene a su cargo un ente, en el caso particular que nos ocupa la administración municipal que, entre sus quehaceres se encuentran los servicios públicos municipales que tiene que prestar a la población, de hecho constituye una de las grandes y más relevantes funciones que están a cargo y bajo la responsabilidad del

gobierno y la administración municipal, entre dichos servicios se ubica nuestro objeto de estudio que es el identificado con el mercado municipal, lo cual hemos venido tratando en la presente investigación y donde pretendemos demostrar que una buena u óptima gestión de mercados, va acompañada de una reglamentación del mismo modo.

Acerca del subapartado que me ocupa, también destacan las figuras del reordenamiento y la reubicación, como parte de la modernización del mercado local, al respecto González y Vega, comentan:

...se puede ver que las políticas de ordenamiento territorial... se han expresado en el cambio de bienes y productos que se pueden encontrar allí, de tal forma que las trayectorias históricas de los mercados se ven influenciadas por los contextos metropolitanos y las reacciones gubernamentales que orientan sus políticas “de limpieza” del espacio público. (González y Vega, 2016:134).

Lo anterior, señala la importancia de la buena toma de decisiones en las políticas gubernamentales municipales sobre las cuestiones de los mercados, ya que estas deben incidir en el bien común, el cual debe trasladarse a los sujetos que en este servicio intervienen: comerciantes, sociedad local, turistas y en el Municipio.

Sobre la reubicación, González y Vega argumentan: “Esta trayectoria de cambios y reubicaciones van acompañadas por el proceso de urbanización, industrialización y modernización.” (González y Vega, 2016: 140). Sin duda alguna, un aspecto importante en la toma de decisiones gubernamentales es mirar hacia el futuro, hacia la modernización y el buen funcionamiento del servicio público de mercados, pues se debe tener en cuenta la importancia de la tradición y la cultura en este espacio público. Tradición que se debe de rescatar, cohesionar y fortalecer, pues es parte importante de la cosmovisión de la sociedad local.

2.4.8. Precios bajos y oferta de diversos bienes

Licona menciona que una característica propia de los tianguis es su gran demanda por los bajos precios y la oferta diversa de bienes. Por ello argumenta lo siguiente:

...el “día de plaza” es el más importante, por la gran cantidad de personas involucradas como vendedores permanentes y ambulantes, productores, intermediarios, compradores y prestadores de servicios que construyen el espacio económico de venta y consumo popular, campesino e indígena más significativo y barato de la ciudad y de la región. Por ello, el mercado/tianguis significa para artesanos y productores campesinos, indígenas y revendedores en pequeña escala una importante opción de venta de bienes, pues con los recursos obtenidos satisfacen sus necesidades básicas, y con ello, la reproducción de unidades domésticas; pero también para ellos mismos como consumidores y para otros sectores pobres urbanos de la ciudad, el mercado/tianguis es un espacio para economizar y hacer rendir más el dinero asignado para el abastecimiento de bienes, por lo que recurren a distintos sistemas de intercambio constituyendo así una institución económica orientada fundamentalmente por la lógica mercantil pero que alberga sistemas de intercambio recíprocos. (Licona, 2014: 140).

De lo anterior, destaca la importancia del mercado local, ya que es un espacio en donde la población tanto local como regional puede economizar y hacer rendir más su dinero. Es un espacio en donde todos ganan: los comerciantes al vender sus productos; la sociedad al abastecerse de bienes y servicios a bajo costo; el ayuntamiento al obtener ingresos por el cobro de impuestos y derechos realizados a los comerciantes y poder destinarlos a la mejora del servicio público de mercados, para hacerlo más eficiente, eficaz, atractivo, de calidad y de valor público a través de una adecuada y pertinente reglamentación de dicho servicio.

González y Vega hablan de los distintos bienes que se pueden encontrar en el mercado local, tanto tradicionales como convencionales (los de la economía globalizada), como parte de la cultura del mercado, a saber, dicen:

... la inserción de estos mercados en la economía globalizada, ha terminado por transformarla oferta, de tal modo que se encuentran junto a los bienes tradicionales del huerto y el corral familiar (vacas, cerdos, caballos, burros, borregos, chivos, guajolotes, gallinas, conejos, etcétera) y de la recolección (quelites, hongos, frutos silvestres, raíces, camotes, etcétera), hasta productos como películas, artículos de fantasía, aparatos electrodomésticos, ropa de maquiladoras regionales, muebles de distintos materiales... (González y Vega, 2016: 133-134).

Esto habla de la cultura y de la tradición que enmarcan los mercados y tianguis locales, al ser parte de la vida de la sociedad, un espacio en donde concurren todas las clases sociales y en donde se puede encontrar todo tipo de mercaderías, desde los bienes tradicionales del huerto, las artesanías locales, comida típica, los productos manufacturados, etc.

Tanto el mercado como el tianguis, son instituciones históricas de gran relevancia en el municipio mexicano. Por ello, han trascendido en el tiempo y en el espacio, dada su importancia, tanto en la esfera económica, social y cultural.

En la económica, porque representan un medio para allegarse de bienes y servicios, es decir, son un medio a través del cual la población puede adquirir bienes y servicios de manera inmediata, de calidad y a buen precio. Para los comerciantes, representan una manera digna de allegarse de recursos económicos, para solventar los gastos de la vida diaria, es decir, de ganarse la vida. Para el municipio constituyen la prestación de un servicio público, que se encuentra establecido en la ley, el cual debe de prestarse de manera eficiente y eficaz, además de ser de calidad. Son importantes, debido a que, constituyen un medio para hacerse de recursos económicos a través de la recaudación de impuestos, por el pago de licencias, de permisos, etc., los cuales deben de utilizarse en la mejora de este servicio, en las necesidades más urgentes.

En lo social y cultural, porque son instituciones que coadyuvan en la identidad, forjan y consolidan lazos de solidaridad, un medio trascendental para consensar y fortalecer la ayuda y la empatía entre los sujetos que en ellas participan: comerciantes, población y autoridades municipales.

CAPÍTULO III.

LA REGLAMENTACIÓN Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO DE MERCADOS, 2016-2018

El objetivo de este apartado es explicar la reglamentación y el impacto que esta ejerce en la gestión del servicio público municipal de mercados, en el Municipio de Amecameca, Estado de México, a través de instrumentos que permitan la cualificación y cuantificación del mismo, como entrevistas y encuestas.

El capítulo en cuestión, se estructura de la siguiente manera: el primer subcapítulo a desarrollar es un “Análisis retrospectivo de la reglamentación del servicio público e mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México, 2016-2018”, como segundo subcapítulo corresponde a “La calidad en el servicio público de mercados en Amecameca, Estado de México”, como tercer subcapítulo se aborda “La relevancia de la reglamentación en el servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México”, como cuarto “La importancia de la gestión en el servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México” y, finalmente como quinto “La importancia del actuar de los implicados en el servicio público de mercados, como factores determinantes de la calidad del mismo, en el municipio de Amecameca, Estado de México” culminó el capítulo con una propuesta que pretende incidir en la solución del problema objeto de investigación.

3.1. Análisis retrospectivo de la reglamentación del servicio público de mercados en el Municipio de Amecameca, Estado de México, 2016-2018

En relación al análisis retrospectivo de la reglamentación del servicio público de mercados en Amecameca, Estado de México, se encontró que, en los archivos de la administración municipal de Amecameca, solo existe el reglamento de comercio

para la administración municipal 2013-2015 y la reglamentación de la administración actual, 2016-2018.

Se solicitó mediante oficio, de fecha tres de abril de dos mil diecisiete al C. Samuel Pérez Arellano, Secretario del H. Ayuntamiento Constitucional de Amecameca de Juárez, periodo 2016-2018, copias fotostáticas de los reglamentos del servicio público de mercados, existentes en archivo, desde el más antiguo hasta el más actual, así como cualquier otro documento que contuviera información del mismo servicio, cuya finalidad consistió en conocer la fecha y características de la primera reglamentación que se tiene del servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México, obteniendo por respuesta, mediante oficio número SA-EXT/16-18/527/SA/2017, de fecha nueve de mayo de dos mil diecisiete, lo siguiente:

...habiéndose realizado la búsqueda en los archivos de esta dependencia gubernamental únicamente se localizó lo siguiente:

Reglamento de Comercio del Municipio de Amecameca, mismo que fue debidamente autorizado por el Ayuntamiento de Amecameca de la administración municipal 2013-2015 y publicado en la Gaceta Municipal N° 42, de fecha 16 de noviembre de 2015; ...

Por otra parte, se le proporciona el documento (formato Word) que nos hizo llegar el Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio del actual gobierno municipal, como documento reglamentario de la citada unidad administrativa...

De lo anteriormente citado, se corrobora que hay una deficiencia en relación a la reglamentación de dicho servicio, por lo que se tendrá que analizar los reglamentos que el Ayuntamiento ha proporcionado para continuar con el desarrollo del presente trabajo de investigación.

El Reglamento de Comercio del Municipio de Amecameca, para el periodo 2013-2015, publicado en la Gaceta Municipal N° 42, de fecha 16 de noviembre de 2015, contenía noventa y seis artículos y cuatro artículos transitorios. Dicho reglamento se compone de siete títulos, con diferente número de capítulos. Tenía por objeto regular el funcionamiento y la organización del comercio en los Mercados, Tianguis y zonas de mercado, en el territorio municipal de Amecameca, Estado de México.

El artículo tercero, define diferentes conceptos que tienen relación con la reglamentación del comercio, como el mercado público, la zona de mercados, el tianguis, las licencias, los permisos, las autorizaciones, entre otros:

El mercado público: Es el lugar propiedad del Ayuntamiento, donde concurren comerciantes al detalle y consumidores en libre competencia, cuya oferta y demanda se refieren a artículos de primera necesidad;

Zona de mercados: Es el perímetro que señala la autoridad municipal en la que serán comprendidos vías y lugares públicos, con el propósito de regular y prevenir su normal funcionamiento;

Tianguis: Es el lugar tradicional donde se reúnen comerciantes con consumidores un día de la semana a efectuar la compra-venta de productos de consumo generalizado, cuya ubicación y permanencia es determinada por la autoridad municipal; ... (Reglamento, 2015: 4).

Licencia: Documento que otorga el ayuntamiento, para que por el tiempo de un año el comerciante pueda ejercer su actividad comercial de manera lícita;

Permiso: Documento que otorga el ayuntamiento, para que por el tiempo que no exceda de 90 días el comerciante pueda ejercer su actividad comercial de manera lícita; y

Autorización: Documento que otorga el ayuntamiento, para que por el tiempo que no exceda de 30 días el comerciante pueda ejercer su actividad comercial de manera lícita; (Reglamento, 2015: 5).

Dicho reglamento, asienta que el establecimiento, la organización, adecuación del comercio, tianguis y zonas de mercado se regirá por las disposiciones contenidas en el Bando de Policía y Buen Gobierno y por el presente reglamento.

Establece las atribuciones, funciones y competencias de las autoridades encargadas de este servicio, siendo estas: el Ayuntamiento, el Presidente Municipal, el Secretario del Ayuntamiento, el Tesorero, el Director de Comercio, el Coordinador de Comercio, el Administrador de Mercados, el Jefe de Supervisión, Inspección y Vigilancia del Comercio y, los Inspectores-notificadores-ejecutores.

En ésta reglamentación, destaca que el director de comercio tenía como atribución establecer las políticas y lineamientos para el funcionamiento de los giros comerciales en el municipio, así como elaborar programas de construcción y

mantenimiento de los mercados públicos con base en el Plan de Desarrollo Municipal (Reglamento, 2015: 7).

Mediante la figura del Coordinador de Comercio, destaca la facultad que se le atribuye, para promover el acercamiento del Ayuntamiento con las uniones de tianguistas o asociaciones civiles de las agrupaciones de comerciantes (Reglamento, 2015: 9).

De la figura del Administrador de Mercados, destaca la encomienda que tenía para elaborar programas de mantenimiento de los mercados públicos municipales con la finalidad de brindar un servicio eficaz y en las condiciones adecuadas para la ciudadanía; así como controlar el comercio en los mercados y proponer la regulación de esta actividad en el municipio (Reglamento, 2015: 9). Determinar la ubicación física de los vendedores, ordenándolos según su giro comercial en los mercados, supervisando sus condiciones para detectar la problemática existente y proponer alternativas de solución; promover el acercamiento del Ayuntamiento con las uniones de locatarios o asociaciones civiles de las agrupaciones de comerciantes y trabajadores; vigilar que haya limpieza en el interior como en el exterior del mercado, entre otras (Reglamento, 2015: 10).

A través de la figura del Jefe de Supervisión, Inspección y Vigilancia del Comercio, se tenía la facultad de supervisar las condiciones de los vendedores para detectar la problemática existente y proponer alternativas de solución (Reglamento, 2015: 10).

Dentro de las obligaciones de los comerciantes destacan, propiciar y participar en campañas permanentes de seguridad e higiene dentro de los mercados, en los tianguis y demás comercios en vía pública (Reglamento, 2015: 10); mantener sus locales, puestos y áreas circundantes, en buen estado de higiene y seguridad, así como usar el tipo de vestimenta adecuada para atender su puesto o local (Reglamento, 2015: 11).

Es de destacarse que dentro de las atribuciones de las autoridades competentes no se encuentra prevista la constitución de un consejo de mercados, el cual se

encuentre conformado por un comité de representantes del mercado y otro por parte de las autoridades municipales, para mediante él, dirimir y solucionar las problemáticas del mercado municipal.

El reglamento en cita menciona las funciones del Coordinador de Comercio, del Jefe de Mercados y Tianguis y, del Jefe de Supervisión, Inspección y Vigilancia del Comercio. Destaca las competencias de las figuras del Coordinador de Comercio y del Administrador de Mercados:

Mediante el Coordinador de Comercio, promover el acercamiento del Ayuntamiento con las uniones de tianguistas o asociaciones civiles de las agrupaciones de comerciantes (Reglamento, 2015: 9), por lo que, su competencia es solo para los comerciantes ambulantes y/o itinerantes y, mediante la figura del Jefe de Mercados y Tianguis, promover el acercamiento del Ayuntamiento con las uniones de locatarios o asociaciones civiles de las agrupaciones de comerciantes y trabajadores (Reglamento, 2015: 10), por lo que, su competencia es solamente para el comercio fijo y, mediante el Jefe de supervisión, Inspección y Vigilancia del Comercio, supervisar las condiciones de los vendedores para detectar la problemática existente y proponer alternativas de solución (Reglamento, 2015: 10), no manifestando que tipo de vendedores, si los establecidos en locales fijos, en puestos semifijos o itinerantes.

El reglamento de comercio del municipio de Amecameca 2013-2015, no menciona el derecho de los comerciantes y de los ciudadanos a participar en la resolución de los problemas que aquejan el servicio público de mercados, pues no contempla la creación de un consejo que se encuentre conformado por representantes de los comerciantes, de los ciudadanos y de las autoridades municipales para la solución de las problemáticas de dicho servicio público.

Se menciona que, para lo subsecuente, la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico, se enunciará por las siglas: DDFEyC.

En relación a la reglamentación municipal actual del servicio público de mercados, ésta se encuentra en el Bando de Policía y Buen Gobierno del Municipio de

Amecameca y en el Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, ambos para el periodo 2016-2018. Lo anterior demuestra que, si hay reglamentación en dicho servicio público, la deficiencia radica, desde mi perspectiva, en la dispersión y en la incompletez existente en dicha reglamentación, lo cual se sustenta a continuación.

Respecto del Bando de Policía y Buen Gobierno del Municipio de Amecameca, lo relativo al servicio público de mercados, lo encontramos en las siguientes partes del mismo: En el libro primero llamado “Buen gobierno”, título segundo “Población municipal”, capítulo segundo se encuentran los “derechos y obligaciones” de la ciudadanía; en el libro tercero llamado “Administración pública y sus autoridades”, título cuarto “oficialías calificadoras”, sección novena versa sobre las “Infracciones contra las autoridades comerciales” y; Libro cuarto llamado “Direcciones”, título tercero hallamos a la Dirección encargada de este servicio público “Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio”. Además de que se descubrió que, en la administración municipal de Amecameca, Estado de México, no existe un departamento o área municipal que contemple al servicio público de mercados como tal, sino que este se encuentra inmerso en un departamento que se hace llamar “Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio”.

En cuanto a la indagación de la existencia o inexistencia de la reglamentación del servicio público de mercados y del análisis de los factores que limitan o favorecen dicha reglamentación, este objetivo fue cumplido. Sobre la existencia o inexistencia de la reglamentación del servicio público de mercados, se comprobó que existe una reglamentación de dicho servicio dentro del Bando de Policía y buen Gobierno y en el Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio 2016-2018.

Los factores que limitan la reglamentación municipal, en lo fundamental son: la dispersión y su incompletez. Del primer factor, la dispersión, influye que dicha reglamentación no se encuentre en un código o reglamento único-especial, que regule la prestación de este servicio, lo que provoca a la vez que aquella se encuentre incompleta, lo que hace que se pierda la ilación de las normas, toda vez

que no hay capítulos ni jerarquización, ni secuencia al respecto. Dentro de las atribuciones del Director de Desarrollo Fomento Económico y Comercio, que marca el artículo 11 del Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio 2016-2018, las cuales, desde mi punto de vista se encuentran incompletas -lo que evidencia el segundo factor de la incompletez, factor que limita la reglamentación municipal en materia del servicio público de mercados- destacando, desde mi perspectiva, las más sobresalientes en relación al tema de la presente investigación:

Fracción I. “Promoción y fomento del desarrollo de las actividades... empresariales... comerciales, artesanales y de servicios de la creación y aprovechamiento de las fuentes de trabajo.” De esta fracción, cabe hacer mención, que no es llevado a cabo por las autoridades municipales, el fomento a las actividades artesanales.

Fracción II. Integración del Consejo Consultivo de Desarrollo Económico. Ésta fracción, solo es enunciativa, pues no establece la manera de creación de tal consejo, su organización, funcionamiento, integrantes, objetivos y finalidad, ni de una asociación, comité que represente los intereses de los comerciantes, la participación de la ciudadanía y de la autoridades municipales en relación a la solución de los problemas existentes dentro del servicio público de mercados, la forma y periodos en que se realizaran las mismas, la manera en cómo se consensarán los problemas propios de este servicio -esto se vuelve a observar en el artículo 21, fracción VIII “promover el acercamiento con el Ayuntamiento con las uniones de locatarios o asociaciones civiles de las agrupaciones de comerciantes y trabajadores para tratar asuntos relacionados con su actividad comercial” como una de las atribuciones del Jefe de Mercados y Tianguis, pero no se menciona la manera ni la forma en que esta actividad debe realizarse, tiempo, lugar, periodos, etc.-.

Fracción IX. “Gestionar ante las autoridades federales y estatales, recursos que permitan la inversión en infraestructura productiva para el establecimiento de nuevas empresas... creación de... parques o zonas industriales y centros comerciales y de servicios...”. La fracción en comento omite al mercado y al tianguis

municipal, enfocándose solo en las “empresas” y de igual manera omite establecer los mecanismos a través de los cuales se realizará dicha gestión para la mejora de dichas empresas.

Fracción XXII. “La promoción de una cultura emprendedora entre jóvenes y adultos en el municipio, además de ser promotor de la regularización, capacitación y asistencia técnica entre la población dedicada a ofrecer algún servicio de manera permanente.” No se percibe el cumplimiento de dicha fracción, en relación a la capacitación y a la asistencia técnica.

Por otra parte, el artículo 110 establece el tipo de sanciones a las que se harán acreedores las personas que contravengan éste reglamento, siendo ellas las siguientes: I) amonestación (consiste en una advertencia de la autoridad municipal, artículo 111); II) multa (es el pago de una suma de dinero a la autoridad municipal, artículo 112), III) trabajo a favor de la comunidad, para infractores insolventes, IV) suspensión temporal (dejar sin efecto temporal los derechos establecidos en la autorización, artículo 114, párrafo primero) cancelación de la licencia (dar por terminado de manera definitiva los derechos consignados en la autorización artículo 114, párrafo segundo), V) clausura temporal o definitiva (colocación de sellos con el objeto de mantener cerrado el establecimientos de manera temporal o definitiva, artículo 115), VI) arresto hasta por 36 horas (es la privación administrativa y provisional de la libertad, artículo 116) y, VII) retiro (es el desalojo de los instrumentos materia del giro comercial, artículo 117). Pero no se establecen montos, salvo en los artículos:

El artículo 65, “A quienes violen las disposiciones anteriores...” el contenido de dicho artículo es impreciso, pues no refiere con exactitud a alguna situación en particular, del capítulo o del título en cuestión, o si incluye todas las disposiciones anteriores, refiriéndose desde el artículo primero hasta el sexagésimo cuarto (64), en éste se faculta a los inspectores, notificadores, verificadores y ejecutores de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio a la suspensión en ese momento y hasta tres meses la actividad comercial, colocando los sellos correspondientes, el levantamiento del acta circunstanciada de los hechos y una

multa que irá de los 10 a los 50 días de salario mínimo y en caso de reincidencia se clausurará de manera definitiva.

El reglamento en cuestión establece en su artículo 118 que: “las sanciones que consigna el Bando se aplicaran a los infractores... tomando en cuenta: I) la gravedad de la infracción, II) la reincidencia del infractor, III) las condiciones socio-económicas del infractor, IV) el dolo y la mala fe y, V) las circunstancias que hubieran originado la infracción.

El artículo 120, hace referencia a la subordinación que existe entre el presente reglamento y el Bando Municipal, dado que establece: “Para efecto de las infracciones se entenderán todas las contenidas en la sección Séptima y Octava del Bando Municipal de Policía y Buen Gobierno 2017, de Amecameca, Estado de México, así como cualquier contravención al presente reglamento y demás ordenamientos sustantivos de la materia.”

En relación a las secciones Séptima del Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y comercio 2016-2018 se llama “Infracciones contra el desarrollo urbano municipal” y hace referencia a dichas infracciones en esta materia, por su parte la Sección Octava del citado Bando Municipal, se llama “Infracciones contra el uso de la vía pública”, haciendo referencia a dichas infracciones en materia de vía pública, por lo que, hay una incongruencia y falta de precisión en lo que estipula el artículo 120 del Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio con lo especificado en las secciones séptima y octava del Bando Municipal de Policía y Buen Gobierno 2017, del municipio de Amecameca, Estado de México. La Sección correcta es la Novena, la cual se llama “Infracciones contra las actividades comerciales, industriales, de prestación de servicios y espectáculos y diversión pública”.

Esta sección, la novena, comprende los artículos 75, 76, 77 y 78. De los cuales, para la presente investigación, destaca el artículo 75, que establece 33 actividades que son consideradas motivo de infracción. El cual versa de la siguiente manera “se consideran infracciones que vulneran las actividades comerciales, industriales, de prestación de servicios y espectáculos dentro del territorio municipal...”.

Dicho artículo contiene 33 fracciones, de las que destacan, para la presente investigación, las siguientes: XIII) Mantener en condiciones insalubres el lugar donde desempeñen sus actividades comerciales, industriales y de prestación de servicios, espectáculos y diversiones públicas, XVIII) No cumplir con las medidas mínimas de seguridad que establecen los ordenamientos legales correspondientes; XXVI) No proporcionar las ferias, exposiciones, espectáculos semifijos, servicio sanitario, ni contenedores para el depósito de basura, XXVIII) utilizar la vía pública para ejercer actividades comerciales en puestos semifijos en la vía pública fuera de los horarios establecidos para ello.

Me es necesario comentar que, lo que se enunció en el párrafo que antecedió no es llevado a cabo.

Las sanciones a que hace referencia el artículo 75 son impuestas por el Oficial Calificador, así como por la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio. La sanción a las infracciones, destacadas en las fracciones XIII, XXVI y XXVIII del párrafo que antecede, contenidas en la Sección Novena, del artículo 75 del Bando Municipal de Policía y Buen Gobierno 2017, del municipio de Amecameca, Estado de México, son: multa de setecientos treinta pesos a mil cuatrocientos sesenta y un pesos y/o resguardo de bienes, según sea el caso. La sanción a la infracción, destacada en la fracción XVIII, es clausura temporal o definitiva y multa de dos mil ciento noventa y un pesos a dos mil novecientos veintidós pesos.

El artículo 126 del Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y comercio 2016-2018, menciona las sanciones por responsabilidad administrativa disciplinaria que se harán acreedores los servidores públicos que lo contravengan, siendo estas: I) amonestación, II) suspensión del empleo, cargo o comisión, sin goce de sueldo por un periodo no menor de tres días ni mayor a treinta días, III) destitución del empleo, cargo o comisión, IV) sanción económica, de uno a tres tantos de los beneficios obtenidos o por daños o perjuicios causados por actos u omisiones y; V) inhabilitación para desempeñar empleos por un periodo no menor de seis meses ni mayor a ocho años.

En relación a los factores que favorecen la reglamentación, contenida en el Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y comercio 2016-2018, destacan los siguientes:

El artículo 7, hace mención de cuatro atribuciones del regidor con la comisión de Comercio, Tianguis, Mercados, Centrales de Abasto y Rastros. Pero omite precisar el regidor a que se refiere y hay opacidad respecto de la comisión a la que hace referencia. Por otro lado, la fracción IV, promueve la participación ciudadana, pero esta no se lleva a cabo.

El artículo 11, establece las atribuciones del Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, destacando las siguientes:

a) La fracción I, la promoción y fomento en general de las actividades empresariales. En este sentido mediante la técnica entrevista se halló que la DDFEyC realiza esta actividad mediante el Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE), como una de las atribuciones del Director C.P. Jesús Sánchez Tirado, quien al respecto señaló:

...actualmente somos dos municipios en el Estado de México que tenemos la ventanilla única tenemos el SARE el Sistema de Apertura Rápida de Empresas, donde nosotros, hay una página de aquí de la administración donde nosotros damos a conocer todos los requisitos por medio del SARE y de la ventanilla única, si usted quiere conocer cuáles son los requisitos puede visitar esas páginas para que se dé cuenta cualquier ciudadano cuales son los requisitos y de esa manera nosotros difundimos todo lo que aquí en la dirección independientemente le digo que es comercio sino también el desarrollo económico que eso lo manejamos en la mejora regulatoria y es la simplificación de trámites y de tiempo para ayudar a todo aquel empresario todo aquel ciudadano que quiera aperturar alguna empresa o cualquier negocio aquí, nosotros le damos las facilidades sin tanto requisito y aminorar el tiempo de respuesta a lo solicitado. (Sánchez B, 2017).

La fracción II, versa sobre la integración del Consejo Consultivo de Desarrollo Económico, pero en dicho reglamento no se establecen los requisitos, las formalidades, ni los sujetos que pondrán ser parte de dicho consejo, por lo tanto, es una fracción que se queda corta y por tal motivo no se lleva a la práctica,

convirtiéndose en letra muerta –lo cual ya fue mencionado con mayor amplitud en la página 125 de este capítulo-;

b) La fracción IX, gestionar ante las autoridades federales y estatales, recursos que permitan la inversión en infraestructura productiva, pero en la realidad esta atribución no se lleva a cabo, lo cual se evidencia en la entrevista que se le realizó al Director de la DDFEyC, C.P. Jesús Sánchez Tirado, quien al respecto comentó sobre la infraestructura productiva del mercado:

...el comerciante que ocupa una accesoria, ellos mismos por propia voluntad lo hacen, cualquier reparación, ellos lo hacen y nada más informan a la administración o en algún momento que llegara haber algún programa o alguna obra designada al mercado, es como directamente pues el municipio lo haría o en caso de alguna necesidad... no! aquí si alguien quiere alguna remodelación lo hace personalmente la persona que tiene la accesoria de acuerdo a sus necesidades...

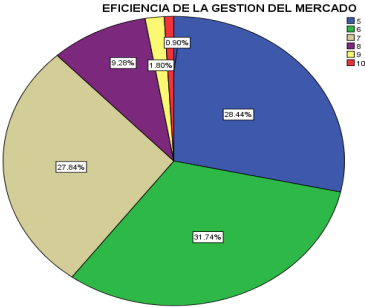
...no tenemos directamente un recurso, todo lo manejamos sobre un presupuesto que nos asigna administración y tesorería, pero todo es, va referente a las necesidades, pero de la dirección, como en cuanto a papelería, en cuanto a herramientas para el equipo de cómputo, para propaganda y publicidad, por mencionar algunos, es como nosotros tenemos y lo vamos solicitando al departamento de adquisiciones como sean las necesidades de la dirección... (Sánchez B, 2017).

Tabla 3. Eficiencia de la gestión del mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	5	28.4
	6	31.7
	7	27.8
	8	9.3
	9	1.8
	10	.9
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 1. Eficiencia de la gestión del mercado.



Fuente: Elaboración propia

Mientras que la ciudadanía percibe a la eficiencia de la gestión del mercado con una calificación de 6, que corresponde al 31.7% de la población encuestada.

En relación con la gestión, el comerciante C. José Víctor Padilla Hernández, argumentó que los comerciantes de Amecameca se encuentran en la mejor disposición de ayudar a mejorar la imagen de sus negocios y apoyar a los tres niveles de gobierno para de esta manera mejorar la imagen de sus centros de trabajo, del mercado municipal y del área circundante:

...lo que necesita Ameca pues un giro al cien aunque nosotros pagáramos, yo siempre les he comentado, si en un ayuntamiento que llegara y pudiéramos acarrear mejores compromisos políticos y en verdad nos quisieran ayudar aunque nos endrogáramos cinco o seis años con ellos y nosotros actualizaríamos esto, porque de verdad estamos muertos, Ameca no existe en el mapa, no existe en comercio, no existe en nada, de verdad, de verdad le digo y da tristeza que nadie tome en cuenta, a lo mejor yo soy uno no, pero si a mí me dijeran sabes que tu obligación es que me vas a pintar tu puesto y me lo vas a poner así, créamelo que con mucho sacrificio porque no hay otra fuente de ingresos, más que la que nosotros tenemos, pero yo estoy en la mejor disposición de trabajar con cualquier persona, ya sea con gobierno federal, estatal o municipal o con cualquier gobierno que a nosotros se nos acercara créame que le vamos a dar la bienvenida porque va a ser en beneficio para mucha gente que todos necesitamos, de verdad. (Padilla, 2017).

Con lo anteriormente expuesto, se demuestra que no se realiza una adecuada gestión pública al mantenimiento a la infraestructura del mercado municipal de Amecameca, Estado de México, y que los comerciantes quieren mejorar sus instalaciones, sus centros de trabajo, solo que no encuentran respuesta favorable por parte de las autoridades encargadas de este servicio público;

c) La fracción XXII, promover la regularización, capacitación y asistencia técnica ante la población dedicada a ofrecer algún bien o servicio de manera permanente.

En las entrevistas realizadas tanto a comerciantes, servidores públicos y a un experto, solo se encontró un indicio de que se realiza algún tipo de capacitación y fue por parte del Director de la DDFE y C, C.P. Jesús Sánchez Tirado, hacia el giro de comidas y sobre el SARE, lo cual ya fue comentado en el artículo 9, inciso a).

Sobre el primer punto, el giro de comidas, cuando se le cuestionó sobre el tipo de medidas y acciones que se promueve, respecto de la higiene y la limpieza del servicio público de mercados, por parte de la administración municipal, señaló:

Nosotros hemos tenido a bien invitar a salubridad, sino mal recuerdo hemos tenido como tres pláticas a donde médicos... de salubridad han venido a dar aquí pláticas en el cuidado de la higiene, en el manejo de alimentos y nosotros como comercio hemos hecho mediante oficios o circulares, hemos invitado a todo aquél comerciante que maneja alimentos, hemos llevado a cabo sino me equivoco tres pláticas para que médicos o doctores de salubridad les den las indicaciones necesarias en el manejo de alimentos y el cuidado de toda la higiene para la elaboración de sus productos que ofrecen al cliente o al público en general. (Sánchez B, 2017).

Sobre la asistencia técnica, el mismo servidor público manifestó:

...actualmente somos dos municipios en el Estado de México que tenemos la ventanilla única tenemos el SARE el Sistema de Apertura Rápida de Empresas, donde nosotros, hay una página de aquí de la administración donde nosotros damos a conocer todos los requisitos por medio del SARE y de la ventanilla única, si usted quiere conocer cuáles son los requisitos puede visitar esas páginas para que se dé cuenta cualquier ciudadano cuales son los requisitos y de esa manera nosotros difundimos todo lo que aquí en la dirección... (Sánchez B, 2017).

Se destaca que las acciones para llevar a la práctica el presente artículo y fracción, con escasas, se debe de trabajar más en la promoción de la regularización, la capacitación y la asistencia técnica, para darle más realce a la actividad comercial y de esta manera incrementar los recursos económicos de los comerciantes y en consecuencia el nivel de vida de los sujetos en cuestión.

El artículo 13, establece las atribuciones de la coordinación de Desarrollo Fomento Económico y Comercio, destacando el desarrollo de la vocación económica del municipio, la implementación de programas, proyectos y actividades que fomenten el desarrollo económico de dos sectores económicos, el terciario y el secundario, así como su promoción, coordinación, vigilancia y ejecución, promover, fomentar y apoyar la actividad artesanal del municipio.

En relación a la promoción, la DDFEyC, realiza lo siguiente:

En cuanto a la publicidad se apoya en redes sociales, cuando hay algunas temporadas, porque cuando hay unas temporadas por mencionar algunas: carnaval, semana santa, la temporada de la feria de la nuez, nosotros promocionamos todo en las redes sociales, si quieres, buscas alimento de tal tipo pues nosotros mencionamos en el mercado lo puedes encontrar, mencionamos ahí también en esas temporadas nosotros le damos mucha publicidad, mencionamos en donde puedes encontrar estacionamiento, en donde están los bancos, donde está la cruz roja infinidad de cosas que nosotros le damos, hacemos publicidad a todo el turismo que llegue, que quiera visitar Ameca, pues para que sepa, ya sé dónde puedo encontrar un banco, donde hay estacionamiento, si hay tantos estacionamientos, donde está el mercado, si existe un mercado, el tianguis en donde se ubica, nosotros, todos esos aspectos los difundimos por las redes sociales y en la página del Ayuntamiento.

...disponemos de un presupuesto para propaganda y publicidad, pero que se refiera al comercio, como para mandar hacer volantes, lonas, un ejemplo, una lona: “visita el tianguis de Amecameca los días domingos, los días miércoles” eso es como la dirección puede apoyar al tianguis o al mercado...” (Sánchez B, 2017).

El servidor público en comento, con relación a la pregunta sobre las necesidades más urgentes a satisfacer en la mejora de la imagen y la publicidad del mercado municipal, señaló:

...ya es necesario, pues revisar o elaborar o construir un nuevo mercado... hace mucha falta y es muy necesario que aquí en el centro se contara con un estacionamiento... aquí no es responsabilidad de la administración es responsabilidad del comerciante quien debe de conservar en buen estado tanto en la presentación y en limpieza todo el comerciante... es necesario un nuevo proyecto para cambiarle la imagen al mercado y más que nada al municipio de Amecameca en función al comercio, que eso sería el nuevo proyecto elaborar un nuevo mercado, nuevas instalaciones en la explanada y eso sería lo detonante, eso originaria que aquí como dice el dicho se derramara pues la economía aquí en el municipio que tanta falta le hace. (Sánchez B, 2017).

El servidor público, C. David Sánchez Constantino, comentó “Pues deben de reglamentarse pues varias cosas, o sea, por decir la seguridad misma del mercado y que tuviera más limpieza...” (Sánchez A, 2017).

El quinto regidor, C. José Manuel Velázquez Hernández, al respecto expresó, "...la mejora de la imagen, pues esto se viene acarreado desde muchos años atrás, el municipio de Amecameca, el pueblo de Amecameca, como le quiera llamar es el un pueblo con encanto y el primer requisito que pide el gobierno del Estado de México y la Secretaria de Turismo para ser un pueblo con encanto, pues efectivamente es ese, que no haya comercio en el centro...". (Velázquez, 2017).

Los comerciantes, respecto a la promoción de proyectos, programas o actividades que debe de realizar la DDFEyC, señalaron en la pregunta sobre las necesidades más urgentes a satisfacer en la mejora de la imagen y la publicidad del mercado municipal –porque, tanto la imagen como la publicidad, forman parte del concepto promoción– a lo cual expresaron:

El comerciante C. Antonio Covarrubias Escorcia, al respecto argumentó:

Pues la fachada, la pintura, la lavada, el agua, y darle un mejor servicio a los que vienen, pero es eso, impermeabilización del mercado, como es pintura, fachada, todo eso. La publicidad nos toca a nosotros hacerla, sí porque el municipio no la hace, nosotros la tenemos que hacer, hasta ahorita no implementamos ningún tipo de publicidad, simplemente alguien proporciona en el periódico el escrito y nada más, pero es personal. (Covarrubias, 2017).

La comerciante C. Angélica María Valencia Reyes, manifestó, "que todos estemos en regla... en orden, que se abran más los pasillos (para el libre tránsito de los peatones), la basura que venga el carro bien puntual para que no tengamos basura por donde quiera..." (Valencia, 2017).

El comerciante C. José Víctor Padilla Domínguez expreso "Darle una imagen al mercado, darles mantenimiento a los arcos, pintarlo en su momento, ver pasillos, platicar con los comerciantes de adentro que se le dé una mejor calidad de recibimiento al turismo que de eso vivimos... No se le da publicidad al mercado, no hay recibimiento, no hay nada nada nada." (Padilla, 2017).

El comerciante Miguel Pacheco Hernández señaló "...nosotros como prioridad, teníamos desde un principio y se lo hicimos saber al señor presidente ahora, que el

jardín fuera en verdad un jardín, que tuviera algo en donde el turismo llegue y se sienta y todo y siempre está lleno de puestos ya es un tianguis, de verdad, entonces decimos donde esta esa belleza que según ellos dicen que “Ameca con encanto” ...”. (Pacheco, 2017).

Mientras que, el experto, Mtro. Ramiro Flores López en este sentido dijo:

... la imagen más que nada... para mí sería la imagen institucional, pero sobretodo en una actividad principal que ellos deben de focalizar, importante como municipio turístico... de eso depende que atraiga o que deje de venir más turismo y que deje más dividendos y que se conviertan en un ingreso importante para el erario público municipal, entonces esto debe requerir de una atención muy específica, especial, pues para crear la mejor imagen... (Flores, 2017).

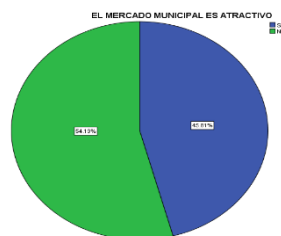
Por su parte, el 54.2% de la población encuestada, manifestó que el mercado municipal no es atractivo tanto para la población local y como para el turismo:

Tabla 4. El mercado municipal es atractivo.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	45.8
	NO	54.2
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 2. El mercado municipal es atractivo.



Fuente: Elaboración propia

En relación a este rubro, los comerciantes no manifestaron que las autoridades municipales encargadas de este servicio realicen su promoción, al contrario, en palabras de Antonio Covarrubias, los comerciantes son los que la tienen que realizarla, en contra parte, el Director de la DDFEyC, manifestó que, si la realizan, a través de lonas y de los medios electrónicos. Se encontró unanimidad en los sujetos entrevistados respecto de la importancia de mejorar la imagen del mercado municipal, ya que es referente en la prestación del servicio público de mercados, al encontrarse su infraestructura en el centro de la cabecera municipal. Por su parte, en las encuestas aplicadas a la población, más de la mitad señaló que el mercado municipal no es atractivo, de ahí la importancia de la mejora de su imagen.

Es de resaltar que no se encontró evidencia de que las autoridades municipales realicen la promoción, el fomento y el apoyo a la actividad artesanal del municipio, lo cual es lamentable, debido a que es un sector clave en el desarrollo e incremento de la demanda turística del municipio.

En relación al factor coordinación, el Director de la DDFEYC, C.P. Jesús Sánchez Tirado, expreso lo siguiente:

...hemos tenido diferentes reuniones cuando queremos nosotros o hacerles mención que por ejemplo, que es lo que está mal colocado, que ellos mismos ya están tapando los pasillos, nosotros llevamos a cabo con ellos reuniones por llamarlas así de trabajo que ellos mismos a veces llegan y elaboran sus propios acuerdos que nosotros lo único que hacemos es inspeccionar, ver para que esos acuerdos que ellos mismos firmaron pues los respeten... (Sánchez A, 2017).

Por su parte, el comerciante, C. José Víctor Padilla Domínguez, sobre este tema, manifiesto:

No tenemos buena comunicación con el actual ayuntamiento, nada, nada, nada, en las otras administraciones se ha llegado a dialogar a lo mejor con un poquito de disponibilidad de nosotros y un poco de intentar ingresar lo que ellos siempre necesitan... nosotros estamos dispuestos a trabajar yo personal les digo vamos a trabajar y tratar de ingresar dinero a la presidencia para que nos dejen trabajar... (Padilla, 2017).

El comerciante, C. Miguel Pacheco Hernández, señaló:

...desde un principio se quiso caminar con los presidentes pasados y con este también, para que él nos apoyará y nosotros le apoyábamos en todo lo que fuera... vamos a poner mitad y mitad... vamos a pintar, na más nos dice que sí, que nos va a dar la pintura que nosotros paguemos la mano, pero nunca hemos visto nada... nunca se arrima el señor presidente, vamos a darle más belleza, vamos a darle otra iniciativa, porque nunca, siempre que se le va a buscar no está, se fue a Toluca... (Pacheco, 2017).

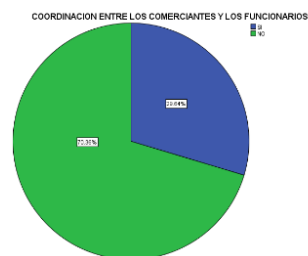
En relación a las encuestas realizadas, se encontró que los ciudadanos no perciben la coordinación entre las autoridades municipales encargadas de este servicio y los comerciantes, ya que el 70.4% de los ciudadanos encuestados no aprecian que ésta exista:

Tabla 5. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	29.6
	NO	70.4
Total		100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 3. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.



Fuente: Elaboración propia

En este rubro se halló que, tanto los comerciantes como la población encuestada no perciben la coordinación entre las partes implicadas en este servicio, lo que denota la falta de consenso, de apoyo y solidaridad en este servicio público, restándole calidad al mismo, al no ser un servicio eficaz y eficiente.

En relación al factor vigilancia, no se halló en las entrevistas realizadas a los servidores públicos encargados de la DDFE y C que realizaran acciones a este respecto, por parte de los comerciantes, se encontró que:

El comerciante C. Miguel Pacheco Hernández, en este rubro argumentó:

...si aquí llega haber un pleito... llegan después de que pasó... pues ahí se quedó, no pasó nada, y ya. Ya hemos pedido que queremos más vigilancia porque seguido se ocasionan... robos, a veces son los mismos vendedores ambulantes, los que andan vendiendo aquí adentro del mercado, porque usted está comprando, usted está pagando y el que anda viendo, le anda ofreciendo... las cosas, pues no más se da cuenta...". (Pacheco, 2017).

Por su parte, el comerciante C. José Víctor Padilla Domínguez, sobre ésta cuestión, manifestó que "...es parte del peor error que nosotros tenemos, de las primeras necesidades que tenemos, lo que es el mantenimiento de servicio de basura estamos pésimos y bueno pues no me han preguntado, pero seguridad es lo peor..." (Padilla, 2017).

Ambos comerciantes mostraron su descontento en relación a la ausencia de vigilancia por parte de la Dirección de Seguridad Pública municipal y la falta de apoyo en materia de seguridad pública por parte de las autoridades municipales

encargadas del servicio público de mercados, la cual debería de ser prestada en el servicio público de mercados.

En correlación al factor ejecución, el Director de la DDFEYC, C.P. Jesús Sánchez Tirado, realiza lo siguiente "...le pido un informe a mi coordinador de comercio, cuáles son los trabajos que se han realizado para el mejoramiento, el mejor funcionamiento en cuanto al tianguis y al mercado a todo el negocio que está en la explanada, el coordinador de comercio me rinde un informe..." (Sánchez B, 2017). A este respecto, falto profundizar más sobre esta cuestión, sobre la ejecución de los proyectos, programas y actividades que realiza la DDFEYC.

En relación al factor fomento, el Director de la DDFEYC, C.P. Jesús Sánchez Tirado, expresó "...les hemos hecho comentarios a todo el comerciante que ellos traten de dar otra imagen para que puedan ellos atraer más turismo... en los días de tianguis pues nosotros los inspectores van a checar que los pasillos pues que estén libres, cuando terminan de vender tienen la indicación que la basura la tiene que recoger...". (Sánchez B, 2017).

En ese comentario, se percibe la simplicidad con la que se llevan a cabo las tareas y actividades para el fomento del servicio público de mercados por parte de las autoridades municipales competentes lo cual muestra la carencia de interés por rescatar este servicio público.

Más adelante el Director de la DDFEYC, C.P. Jesús Sánchez Tirado, comentó:

... hemos tenido a bien invitar a salubridad, sino mal recuerdo hemos tenido como tres pláticas a donde médicos... de salubridad han venido a dar aquí pláticas en el cuidado de la higiene, en el manejo de alimentos... hemos invitado a todo aquél comerciante que maneja alimentos... para que... les den las indicaciones necesarias en el manejo de alimentos y el cuidado de toda la higiene para la elaboración de sus productos que ofrecen al cliente o al público en general. (Sánchez B, 2017).

En la entrevista realizada al Director en cuestión, nunca externó que realizará cursos o talleres de capacitación para la promoción, el fomento o apoyo a la actividad

comercial, solo habló de algunas pláticas ejecutadas por médicos de salubridad a los comerciantes del giro de comidas, no abordó ni se refirió a otro giro comercial.

Lo anteriormente señalado dista mucho de la realidad, las acciones que se llevan a cabo por parte de la administración pública, por parte de la DDFEyC, son muy cortas en relación al potencial del municipio y a la cantidad de su población. Las actividades se realizan son de manera mediocre, pues al no realizarse la gestión pertinente, no se generan recursos económicos para solventar las necesidades que existen en este servicio público, pues en las entrevistas a los comerciantes y en las encuestas realizadas a la población, no se percibe el cumplimiento de dichos objetivos por parte de las autoridades municipales. Y en relación al giro artesanal, este se encuentra completamente olvidado.

El artículo 16 establece el objetivo de la Coordinación de Comercio, fomentar el interés, la participación e inversión local o extranjera en materia de comercio, pretendiendo generar empleos y contribuir al mejoramiento de la economía municipal. A este respecto, los comerciantes se encuentran a disgusto, pues no perciben un verdadero interés por elevar la calidad en este servicio, así como mejorar la calidad de vida de los comerciantes, de su población y de la economía municipal, por lo que en palabras del comerciante José Víctor Padilla Domínguez:

...a mí me gustaría que se parara al cien por ciento Ameca, pero por las necesidades que nosotros tenemos no es posible que lleguemos a tener eso... Ameca se transformaría a lo que en verdad se fuera, porque la verdad que Ameca es una ventana del mundo que nosotros la habíamos de tener al máximo, a la máxima capacidad y en las mejores condiciones, desgraciadamente no se puede por el motivo de que Amecameca, no hay otra cosa más que puros comerciantes.

...lo que necesita Ameca pues un giro al cien aunque nosotros pagáramos, yo siempre les he comentado, si en un ayuntamiento que llegara y pudiéramos acarrear mejores compromisos políticos y en verdad nos quisieran ayudar aunque nos endrogáramos cinco o seis años con ellos y nosotros actualizaríamos esto, porque de verdad estamos muertos, Ameca no existe en el mapa, no existe en comercio, no existe en nada... da tristeza que nadie tome en cuenta, a lo mejor yo soy uno no, pero si a mí me dijeran sabes que tu obligación es que me vas a pintar tu puesto y me lo vas a poner así, créamelo que con mucho sacrificio porque no hay otra fuente de ingresos, más que la

que nosotros tenemos, pero yo estoy en la mejor disposición de trabajar con cualquier persona, ya sea con gobierno federal, estatal o municipal o con cualquier gobierno que a nosotros se nos acercara créame que le vamos a dar la bienvenida porque va a ser en beneficio para mucha gente que todos necesitamos, de verdad. (Padilla, 2017).

En relación a las encuestas realizadas a los ciudadanos del municipio de Amecameca, el 68.3% de ellos, le dio una calificación de regular al Ayuntamiento en la mejora de la calidad de vida y del bienestar de los usuarios y de los comerciantes, mientras que el 25.1% le otorgó una calificación deficiente:

Tabla 6. Mejora a la calidad de vida.

		Porcentaje válido
Válidos	EXCELENTE	.6
	BUENO	6.0
	REGULAR	68.3
	DEFICIENTE	25.1
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4. Mejora a la calidad de vida.



Fuente: Elaboración propia

La calificación “regular” es baja en relación al concepto de calidad, ya que la calidad demanda excelencia, por lo que, debería de ser una calificación “excelente”. Los ciudadanos como los comerciantes perciben las deficiencias que conlleva la mala calidad de este servicio y su falta de eficacia y de eficiencia.

El artículo 21, señala las atribuciones del Jefe de Mercados y Tianguis, en su fracción II, establece la elaboración de programas de mantenimiento del mercado público, para brindar un servicio eficaz y en las condiciones adecuadas a la ciudadanía, pero no se lleva a cabo en la realidad, pues en lo que va de la presente administración no se le ha dado mantenimiento por parte de las autoridades municipales, solo respecto del servicio de la recolección de basura y se ha hecho de manera desordenada y poco periódica. Hecho que se evidencia con lo expuesto tanto por comerciantes como por los funcionarios públicos:

El comerciante José Víctor Padilla Domínguez expuso que “...de las primeras necesidades que tenemos... es el mantenimiento del servicio de basura estamos pésimos... en basura es el peor que ha sido esta administración.” (Padilla, 2017).

El comerciante, Miguel Pacheco Hernández, a este respecto expresó:

...desde un principio se quiso caminar con los presidentes pasados y con este también... vamos a poner mitad y mitad, tu pones la mitad de arriba, nosotros la mitad de abajo, vamos a pintar, na más nos dice que sí, que nos va a dar la pintura que nosotros paguemos la mano de obra, pero nunca hemos visto nada... nunca se arrima el señor presidente, vamos a darle más belleza, vamos a darle otra iniciativa, porque nunca, siempre que se le va a buscar no está, se fue a Toluca, entonces ahorita no, no hay. Siempre ha sido casi siempre lo mismo en las administraciones.

...el mantenimiento... nosotros mismos se lo damos... Al techado se le estaba dando mantenimiento casi cada año, ahorita no se ha hecho nada, ya tiene como dos años que no se le da mantenimiento y a la pintura menos. (Pacheco, 2017).

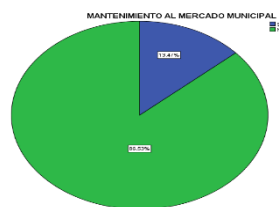
Por otra parte, se obtuvo, mediante la encuesta realizada a la ciudadanía, que el 86.5% de ella considera que el Ayuntamiento no brinda el mantenimiento adecuado al servicio público de mercados:

Tabla 7. Mantenimiento al mercado municipal.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	13.5
	NO	86.5
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5. Mantenimiento al mercado municipal.



Fuente: Elaboración propia

Es importante resaltar, que la mayoría de los ciudadanos no perciben el mantenimiento en las instalaciones al servicio público de mercados, principalmente el mercado de la cabecera municipal, el Mercado Juárez, lo cual es importante, debido a que es el mercado del propio municipio y se encuentra ubicado en la cabecera municipal, quien es la que recibe la mayor afluencia de turismo, por lo que debe ser un lugar agradable, en donde uno halle el gusto para estar ahí y de esta manera incrementar la demanda en éste servicio imprescindible para la economía local, que en su mayoría se dedica al comercio.

En el Plan de Desarrollo Municipal de Amecameca, Estado de México, 2016-2018, menciona que dicho municipio tiene:

...un Producto Interno Bruto (PIB) de \$233.5 millones en el año 2008, la economía del Municipio es la tercera más grande de la región I, siendo las actividades más importantes la prestación de servicios turísticos y servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles. En el año 2015, la entidad contaba con 50,904 habitantes y una fuerza laboral de 20,361 personas, convirtiéndola en la tercera entidad más poblada de la región desde la perspectiva demográfica. (Plan Desarrollo Municipal, 2016-2018: 86).

En el Plan de Desarrollo Municipal de Amecameca, Estado de México, 2016-2018, sobre la economía regional menciona que:

...La mayor participación en la economía regional la tiene Amecameca con el 55.9% de las unidades económicas (2,585). El municipio de Amecameca tiene la tercera participación más destacada en la economía regional, dado que en su territorio se asienta poco más de la mitad de los establecimientos registrados en la región.” (Plan de Desarrollo Municipal, 2016: 88).

El citado Plan de Desarrollo Municipal, manifiesta que la principal actividad que se desarrolla en Amecameca es la que corresponde al sector terciario, el de servicios:

...la principal actividad o donde se especializa el Municipio es la de servicios, comunales, sociales y personales con 3.5 de índice de especialización; después continúa la actividad de comercio, restaurantes y hoteles con un índice de 1.7, al igual que la actividad de construcción, de esta manera, se intuye que Amecameca se dedica especialmente a las actividades primarias y a las relacionadas con el sector terciario, debido principalmente a que el Municipio es eminentemente turístico con un enfoque rural, denotando un constante abandono de las áreas de agricultura y ganadería. (Plan de Desarrollo Municipal, 2016: 88 y 89).

Para enfatizar lo citado con anterioridad, en el Estado de México, las actividades económicas, se encuentran agrupadas en tres sectores, las cuales se exponen en la siguiente tabla, que muestra los porcentajes del Producto Interno Bruto estatal de cada uno de estos sectores:

Tabla 8. Producto Interno Bruto estatal de cada uno de estos sectores.

SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	Porcentaje al PIB estatal (año 2014)
Actividades primarias	1.28
Actividades secundarias	32.45
Actividades terciarias	66.27
TOTAL	100

Fuente: Página en línea “Cuéntame” del INEGI 2014

Dicha tabla muestra la importancia del sector terciario en el Estado de México y por ende en la mayoría de los municipios que los integran.

Según datos estadísticos contenidos en la Plataforma Electoral Municipal 2016-2018, realizada por el Partido Revolucionario Institucional del Estado de México, para el municipio de Amecameca, en el 2012 dicho municipio tuvo un Producto Interno Bruto de 1,460.73 (millones de pesos conforme al Índice de Precios del Consumidor de 2003), lo que representó para el Estado de México, el 0.16%. En referencia a las unidades económicas, en 2012 el municipio registraba 1,933 establecimientos, en Amecameca destacaba el sector terciario pues el comercio al por menor representaba el 51% de las unidades económicas, otros servicios excepto gubernamentales representaban el 13.14%, la manufactura concentraba al 8.07%, mientras que aquellos dedicados a la agricultura y cría de animales eran apenas el 0.05%. (PRIEDOMEX, 2016-2018: 26 y 27)

En la actualidad, según el Plan de Desarrollo Municipal de Amecameca 2016-2018, las actividades económicas realizadas en el municipio de Amecameca son de dos tipos: industrial y de servicios. El sector industrial tiene 177 industrias, de las cuales 171 son microindustrias y 6 pequeñas industrias; el sector de servicios, cuenta con 2,211 unidades económicas en el sector de servicios, de las cuales 2,122 son micro empresas, 74 pequeñas empresas, 9 medianas empresas y 6 grandes empresas, según datos del IGECM, Dirección de Estadística con información del INEGI, Directorio Estadística Nacional de Unidades Económicas, 2015. (Plan de Desarrollo Municipal, 2016-2018: 88).

De lo anterior, se puede señalar que el sector terciario es un bastión importante en la economía de municipal de Amecameca, debido al constante incremento de los

establecimientos comerciales, en el 2012 el municipio registraba 1,933 establecimientos, en la actualidad cuenta con 2,211 unidades económicas, dicha actividad ascendió 278 unidades económicas o establecimientos comerciales, lo que indica la importancia del sector terciario en este municipio.

Para enfatizar el comentario anterior, en el 2010, el sector terciario acaparaba al 66.68% de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada, el sector secundario acaparaba al 17.99% de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada y el sector primario concentraba al 14.24% de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada (PRIEDOMEX: 30), estos datos muestran la importancia del sector terciario, ya que demuestran que este sector es parte fundamental en la economía del municipio de Amecameca, Estado de México, debido a que acapara aproximadamente al 66.68% de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada.

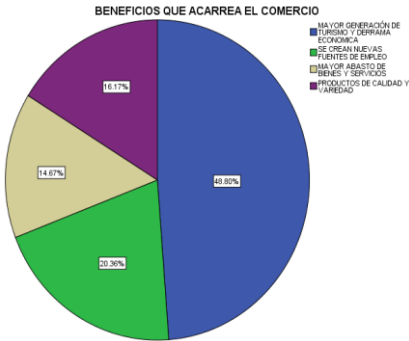
Es por ello que, en la encuesta realizada a los habitantes de Amecameca, el 48.8% de los encuestados opino que uno de los beneficios del comercio es la generación de turismo y derrama económica, como se ve en la siguiente tabla:

Tabla 9. Beneficios que acarrea el comercio.

		Porcentaje válido
Válidos	MAYOR GENERACIÓN DE TURISMO Y DERRAMA ECONOMICA	48.8
	SE CREAN NUEVAS FUENTES DE EMPLEO	20.4
	MAYOR ABASTO DE BIENES Y SERVICIOS	14.7
	PRODUCTOS DE CALIDAD Y VARIEDAD	16.2
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 6. Beneficios que acarrea el comercio.



Fuente: Elaboración propia.

Otro aspecto importante a considerar, dentro de la calidad del servicio público de mercados es la limpieza, concepto clave en dicho servicio público, al respecto, en las entrevistas realizadas se obtuvo que:

El Coordinador de Comercio, David Sánchez Constantino, Coordinador de comercio, expreso: "...del departamento de limpieza, nada más que debería de ser más ordenado, más periódico, con más prontitud para que no se genere mucha basura." (Sánchez A, 2017).

El Director de la DDFEyC, C.P. J. Jesús Sánchez Tirado, manifestó que es responsabilidad únicamente de los comerciantes, mantener limpio el mercado municipal, eximiendo la parte que le corresponde al Ayuntamiento en la eficacia de la recolección de basura, al comentar que: "...aquí no es responsabilidad de la administración es responsabilidad del comerciante quien debe de conservar en buen estado tanto la presentación y limpieza..." (Sánchez B, 2017).

El quinto regidor, C. José Manuel Vázquez Hernández, a este respecto, externó: "...el Bando Municipal dice que ellos mismos son los responsables de hacer la limpieza de su área de trabajo, tanto de los pasillos como de sus locales y únicamente el municipio les otorga el servicio de la recolección de basura, pero ellos mismos son responsables." (Vázquez, 2017).

En mi opinión, es necesaria la participación activa de los dos sujetos activos en el servicio público de mercados, los comerciantes y las autoridades municipales, ya que ambos sujetos son responsables de la limpieza del mercado, por una parte, las autoridades municipales como sujetos responsables en la eficiencia del servicio público de limpia y disposición de desechos sólidos y, por otra, los comerciantes, como sujetos responsables de la limpieza de los espacios que ocupan.

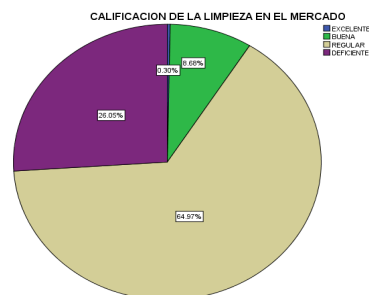
Lo anterior se refuerza con la opinión pública, manifestada en las encuestas realizadas a la ciudadanía, en donde se calificó de regular, con un porcentaje de 65%, la limpieza que existe en el mercado municipal de Amecameca:

Tabla 10. Calificación de la limpieza en el mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	EXCELENTE	.3
	BUENA	8.7
	REGULAR	65.0
	DEFICIENTE	26.0
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 7. Calificación de la limpieza en el mercado.



Fuente: Elaboración propia

Un aspecto importante a resaltar es la opinión de la ciudadanía respecto a la importancia de la limpieza en el servicio público de mercados, en donde es clara la importancia de ésta, ya que el 94.9% de los ciudadanos encuestados dijeron que si es importante la limpieza en dicho servicio:

Tabla 11. Importancia de la limpieza en el mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	94.9
	NO	5.1
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 8. Importancia de la limpieza en el mercado.



Fuente: Elaboración propia

En primera instancia, la responsabilidad de la limpieza en éste servicio, es de las autoridades municipales encargadas de la supervisión del mismo, lo cual se encuentra establecido en el Bando Municipal de Amecameca 2017, en el título Cuarto, llamado Servicios Públicos Municipales, artículo 128, el cual se versa “Por servicio público se entiende toda prestación concreta que tiende a satisfacer necesidades públicas de la comunidad y es realizada únicamente y exclusivamente por la administración municipal... y que principalmente son: ... II. Limpia y disposición de desechos sólidos...” con el apoyo de los comerciantes, pues éstos últimos, son responsables de la limpieza en su local, sea fijo, semifijo o ambulante, lo cual se encuentra establecido en el Reglamento de la DDFEyC, en su artículo 26,

fracción XXII, que a la letra dice: “ Mantener sus locales, planchas y puestos semifijos y establecimientos de áreas circundantes en buen estado de higiene y seguridad ...” pero no de la recolección de los residuos sólidos que se generan por causa de ésta actividad, lo cual es responsabilidad de las autoridades municipales encargadas del servicio público de limpia.

Otro aspecto importante a considerar, dentro de la calidad del servicio público de mercados es el mantenimiento a su infraestructura, concepto que también es clave en dicho servicio público, al respecto, en las entrevistas realizadas se obtuvo que:

En relación a este rubro, el Director de la DDFEyC, C.P. Jesús Sánchez Tirado, expresó: “...El mantenimiento general se da por obras públicas, se da por servicios públicos también, se da por protección civil, como le vuelvo a repetir es el encargado de verificar realmente las condiciones en que se encuentra el mercado, en cuanto a instalaciones y todo, servicios públicos se encarga del mantenimiento de la basura y de todo.” (Sánchez B, 2017).

Además de señalar que los sujetos obligados a dar mantenimiento a las instalaciones del mercado municipal únicamente son los comerciantes, con el visto bueno de la Dirección de Obras Públicas y Desarrollo Urbano, al expresar que: “Los comerciantes, aquí existe una Dirección de Obras Públicas y Desarrollo Urbano, eso es lo que ven en cuanto a la mejora, en cuanto a una modificación, reparación obras públicas es el que debe tener el conocimiento para hacer cualquier reparación o remodelación.” (Sánchez B, 2017).

El quinto regidor, José Manuel Vázquez Hernández, respecto al mantenimiento a la infraestructura, comentó:

La infraestructura del mercado municipal está deteriorada, efectivamente, este año acabamos de mandar un oficio a la Secretaria de Comercio y a Turismo para ver si nos pueden facilitar el mantenimiento ya que no contamos con el dinero suficiente ni recursos propios para darle mantenimiento al mercado, que tiene aproximadamente tres administraciones que no le hacen nada, entonces si Usted me pregunta ahorita eso, yo le diría que esta deficiente, que no debería estar así porque no le han dado mantenimiento. (Vázquez, 2017).

Por su parte, el experto Mtro. Ramiro Flores López, comentó acerca de los sujetos obligados a dar mantenimiento a las instalaciones del mercado municipal:

...el presidente municipal, en su carácter de ser el responsable de la administración pública, segundo el responsable que atiende esta comisión que sería el regidor como parte integrante del Ayuntamiento, tiene esa encomienda institucional que le faculta precisamente hacer estas atenciones... y tercero sería el director, que es el ejecutor... el regidor únicamente va hacer su función como autoridad política de supervisar, de indicar lo que se debe de aprobar en el seno del Ayuntamiento, para que esta decisión se aplique al pie de la letra a través del ejecutor que es el director, en este caso de tianguis y mercados y negocios establecidos... esos tres actores serían... de carácter administrativo... el cuarto, en cooperación o en coordinación, en este caso con los prestadores del servicio de comercio que son los particulares o los comerciantes. (Flores, 2017).

El experto hace mención acerca de la importancia de la coordinación entre los tres servidores públicos: el presidente municipal como cabeza de la administración municipal, el regidor comisionado en la prestación del servicio público de mercados y el director de dicho servicio público, en el caso de Amecameca, la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio y; como cuarto elemento los comerciantes, sujetos activos en dicho servicio.

En relación a éste indicador, el mantenimiento de las instalaciones del servicio público de mercados, el 86.5% de los encuestados opino, en base a su percepción, que el ayuntamiento no brinda el mantenimiento adecuado a este servicio público, como se aprecia en la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 12. Mantenimiento al mercado municipal.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	13.5
	NO	86.5
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 9. Mantenimiento al mercado municipal.



Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, primero, dentro de las obligaciones de las autoridades municipales está darle mantenimiento a las instalaciones del mercado, como se encuentra estipulado en el reglamento de la DDFEyC en su artículo 21, fracción II, que a la letra dice: Elaborar programas de mantenimiento del mercado público municipal a fin de brindar un servicio eficaz y en las condiciones adecuadas a la ciudadanía...” ya que es un inmueble propiedad del Ayuntamiento municipal. Segundo, es deber de las autoridades municipales buscar y bajar recursos a nivel estatal y federal, para preservar en buenas condiciones el bien inmueble, el mercado municipal, como se encuentra plasmado en el reglamento de la DDFEyC en su artículo 11, fracción IX, que a la letra dice: Gestionar ante las autoridades federales y estatales, recursos que permitan la inversión en infraestructura... en centros comerciales y de servicios...”.

La pregunta es, respecto del factor limpieza: ¿Sólo es responsabilidad de los comerciantes la limpieza del mercado?, entonces ¿Cuáles son las obligaciones de las autoridades del mercado en el servicio público de mercados? y, ¿Qué sucede en el aspecto de la gestión pública en relación al mantenimiento de la infraestructura del servicio público de mercados?

En primera instancia, la responsabilidad de la limpieza en éste servicio, es de las autoridades municipales encargadas de la supervisión del mismo, lo cual se encuentra establecido en el Bando Municipal de Amecameca 2017, en el título Cuarto, llamado Servicios Públicos Municipales, artículo 128, el cual se versa “Por servicio público se entiende toda prestación concreta que tiende a satisfacer necesidades públicas de la comunidad y es realizada únicamente y exclusivamente por la administración municipal... y que principalmente son: ... II. Limpia y disposición de desechos sólidos...” con el apoyo de los comerciantes, pues éstos últimos, son responsables de la limpieza en su local, sea fijo, semifijo o ambulante, lo cual se encuentra establecido en el Reglamento de la DDFEyC, en su artículo 26, fracción XXII, que a la letra dice: “ Mantener sus locales, planchas y puestos semifijos y establecimientos de áreas circundantes en buen estado de higiene y seguridad ...” pero no de la recolección de los residuos sólidos que se generan por

causa de ésta actividad, lo cual es responsabilidad de las autoridades municipales encargadas del servicio público de limpia.

Y segundo, dentro de las obligaciones de las autoridades está el darle mantenimiento a las instalaciones del mercado, como se encuentra estipulado en el reglamento de la DDFEyC en su artículo 21, fracción II, que a la letra dice: Elaborar programas de mantenimiento del mercado público municipal a fin de brindar un servicio eficaz y en las condiciones adecuadas a la ciudadanía...” ya que es un inmueble propiedad del Ayuntamiento municipal.

Tercero, es deber de las autoridades municipales buscar y bajar recursos a nivel estatal y federal, para preservar en buenas condiciones el bien inmueble, el mercado municipal, como se encuentra plasmado en el reglamento de la DDFEyC en su artículo 11, fracción IX, que a la letra dice: Gestionar ante las autoridades federales y estatales, recursos que permitan la inversión en infraestructura... en centros comerciales y de servicios...”.

El artículo 24, menciona los tipos de comerciantes y señala la práctica leal de comercio, que a la letra dice “...a efecto de fomentar la práctica leal de comercio, en el municipio los comerciantes podrán contar con una sola modalidad de venta la cual podrá ser: a) de Mayoreo, b) Medio Mayoreo y, c) Menudeo.” El señalado artículo es letra muerta dado que, en la práctica, hay un comercio desleal, lo cual se puede constatar al realizar compras en las abarroteras “El Zorro Abarrotero”, ubicada en la calle Adolfo López Mateos y en la abarrotera “DZ”, ubicada en la av. 20 de noviembre, ambas localizadas en la cabecera municipal del municipio de Amecameca, en donde se realizan las tres modalidades a que hace mención el citado artículo. Lo anterior vuelve a ser señalado en el artículo 27, fracción XXXIII.

El artículo 26, fracción XXIX establece que, los comerciantes deberán contar con una credencial con fotografía del titular, la cual será anual y su finalidad es otorgar certeza jurídica sobre la titularidad del comerciante. La fracción XII de éste mismo artículo -que en realidad debería de ser la XXX, debido a la secuencia de la numeración de las fracciones, que por obviedad es un error en la redacción- el cual

cita que los comerciantes deberán unificar los precios de venta al consumidor, cuya finalidad es fomentar la actividad comercial leal y libre de vicios.

Sobre la problemática de la unificación de los precios, el comerciante C. Miguel Pacheco Hernández señaló esto como una necesidad de los comerciantes: “En mi asociación cada dos meses tenemos reunión, las problemáticas vertidas son las mismas, nosotros batallamos mucho con los precios, el precio de la carne...” (Pacheco, 2017).

El artículo 27, en sus fracciones, establece las prohibiciones a los sujetos que se dedican a la actividad comercial, resaltando las siguientes: III) ejercer un giro comercial diferente al autorizado; X) ejercer ésta actividad en el primer cuadro de la cabecera municipal (así lo vuelve a enfatizar el artículo 90, el cual restringe el ejercicio del comercio ambulante, semifijo y de temporada dentro del primer cuadro del centro histórico); XI) colocar fuera de los establecimientos objetos que entorpezcan el libre tránsito de las personas; XX) dejar estructuras de puestos semifijos o ambulantes en la vía pública, fuera del horario establecido, XXIII) prohíbe el comercio fijo, semifijo y ambulante en el área que se encuentra frente de los arcos de la entrada del atrio de la parroquia de la Asunción y explanada del estacionamiento municipal, ya que se encuentra considerado como ruta de evacuación por parte de Protección Civil; XXVI) ofrecer sus productos fuera del área de su establecimiento; XXVIII) dejar basura una vez concluida su actividad comercial; XXXIII) realizar una venta desleal de productos, estableciendo sólo una modalidad de venta, ya sea al mayoreo, menudeo o medio mayoreo.

A continuación, se analizará cada una de las fracciones citadas en el párrafo que antecede, relacionándolas con los resultados de las entrevistas y las encuestas realizadas para el presente trabajo de investigación, según sea el caso.

La fracción III, “ejercer un giro comercial diferente al autorizado”, al respecto, el comerciante de puesto semifijo, C. José Víctor Padilla Domínguez, argumentó que no se respeta al giro comercial establecido debido a las necesidades económicas lo impiden, en su caso particular, expuso: “No... precisamente por eso porque no tenemos otras fuentes de ingreso y tenemos que buscarle... desgraciadamente no

hay ingresos y le tenemos que buscar ese es el motivo de nosotros, que nosotros no tenemos los giros así, por falta de ingresos a las necesidades que tenemos.” (Padilla, 2017).

Al respecto, sobre el acato a los giros comerciales, el comerciante C. Miguel Pacheco Hernández, expresó: “No, es un despapaye... hay giros que son de cremería y la cambian así tan fácil de pollería, hay carnicerías que ya quieren hacer juegos de videos y no, no, anda todo muy mal... las cremerías los vuelven puestos de cecina y de verdura los vuelven de cecina...” (Pacheco, 2017).

Por su parte, el servidor público, director de la DDFEyC, C. P. J. Jesús Sánchez Tirado, comentó:

No, no están en orden... así ya lo venimos encontrando, nosotros cuando entramos a esta administración pues, así como están ordenados, no hay una zona que digamos, esta persona vende comida, esta persona vende ropa, esa persona vende frutas y legumbres, no todo el tianguis y todo ha estado como desde el inicio, todos ahí como fueron obteniendo su espacio comercial, no hay un orden que digamos que este clasificado o zonificado. (Sánchez B, 2017).

Por lo cual, en palabras del servidor público, la reglamentación no se cumple.

El quinto regidor, el C. José Manuel Vázquez Hernández, encargado del servicio público de mercados, señaló:

No, no porque no hay un lugar donde efectivamente sea puras carnicerías, tortillerías o frutas y legumbres, no, esto depende pues más que nada... de los usos y costumbres, porque muchas veces los comerciantes dueños, heredan los mismos puestos a sus familiares y pues si antes vendían tortillas pues ahora van a vender carne o si antes vendían verdura ahora van a vender fruta, entonces lo único que se hace es hacerle al cambio de giro en su licencia. (Vázquez, 2017).

Respecto de esta fracción, con relación a la evidencia obtenida mediante las encuestas realizadas a la ciudadanía de Amecameca, Estado de México, se encontró que, el 53.3% de los ciudadanos encuestados consideran que no hay una adecuada zonificación de áreas por giro comercial en el servicio público de mercados, para ello se muestra el cuadro realizado para la presente investigación:

Tabla 13. Zonificación de áreas por giro comercial.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	46.7
	NO	53.3
Total		100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 10. Zonificación de áreas por giro comercial.



Fuente: Elaboración propia

Con los resultados encontrados se demuestra la falta de cumplimiento de la reglamentación en este servicio, por parte de todos los sujetos implicados en este servicio, autoridades municipales y comerciantes. Situación que se ha dado de manera paulatina, en las administraciones anteriores y en la actual.

La fracción X, establece como prohibición ejercer la actividad comercial en el primer cuadro de la cabecera municipal, así mismo lo vuelve a resaltar el artículo 90, el cual restringe el ejercicio del comercio ambulante, semifijo y de temporada dentro del primer cuadro del centro histórico. A este respecto, los entrevistados manifestaron:

El comerciante C. José Víctor Padilla, sobre esta cuestión señaló: “...que no nos metan comercio del diario, los ambulantes vienen nada más los domingos, trabajan miércoles, ferias estratégicas que deben de venir que saben que hay dinero...” (Padilla, 2017).

El comerciante, C. Miguel Pacheco Hernández comentó:

...este... trienio... está saturando de más comercio todo afuera y no hay estacionamiento... no hay nada de lo que nosotros queremos para que entre la gente hasta adentro.

...nosotros como prioridad, teníamos desde un principio y se lo hicimos saber al señor presidente ahora, que el jardín fuera en verdad un jardín, que tuviera algo en donde el turismo llegue y se siente y todo y siempre está lleno de puestos ya es un tianguis, de verdad, entonces decimos donde esta esa belleza que según ellos dicen que “Ameca con encanto”... si no hay nada de eso, ellos mismos lo provocan...

...lo único que nos hace estorbo es allá fuera saliendo, todo el tianguis que tenemos enfrente... (Pacheco, 2017).

Por su parte, el servidor público, C. José Manuel Vázquez Hernández, quinto regidor y encargado del servicio público de mercados, manifestó:

...la mejora de la imagen, pues esto se viene acarreado desde muchos años atrás... el primer requisito que pide el gobierno del Estado de México y la Secretaria de Turismo para ser un pueblo con encanto... es... que no haya comercio en el centro... no lo hemos podido regular... no lo hemos podido quitar en su totalidad porque bueno mucha gente tiene sus licencias de años atrás entonces como que ya es usos y costumbres... Para mejorar la imagen debemos tener los espacios... suficientes, porque ok no podemos negarles el derecho de ejercer el comercio, pero bueno los vamos a quitar, pero en donde los vamos a poner, porque una cosa es que está dentro de nuestras facultades el poder mover un comerciante, aunque tenga licencia, pero bueno ok tampoco le podemos negar el derecho de ejercer el comercio ahora a donde lo vamos a reubicar, ese sería necesitamos espacios efectivamente para el comercio. (Vázquez, 2017).

Se reitera que en el Municipio de Amecameca, Estado de México, se realiza dos veces por semana el tianguis, los días miércoles y domingos de cada mes, los cuales se llevan a cabo en el primer cuadro de la cabecera municipal, en la calle Abasolo (entre las calles Hidalgo y Morelos) que se encuentra a un costado del mercado municipal Juárez y las calles Adolfo López Mateos (hasta Reforma) y Reloj (entre las calles Reforma y Rosario), lo anterior trasgrede la reglamentación, precisamente en éste artículo, el cual establece como prohibición ejercer la actividad comercial en el primer cuadro de la cabecera municipal, por lo que, queda de manifiesto que tanto el artículo en comento, como la reglamentación municipal en esta materia no se respeta.

La fracción XI, establece la prohibición de colocar fuera de los establecimientos objetos que entorpezcan el libre tránsito de las personas, sobre esta cuestión, en las entrevistas se obtuvo:

La comerciante C. Angélica María Valencia Reyes, manifestó como una necesidad del mercado municipal Juárez: "...que todos estemos en regla o sea en orden, de

que se abran más los pasillos...” (Valencia, 2017), refiriéndose al libre tránsito de los peatones.

El director de la DDFEyC, C. Jesús Sánchez Tirado, señaló “...nosotros si le hacemos observaciones a la gente, por ejemplo, en el tianguis en los días de tianguis pues nosotros los inspectores van a checar que los pasillos pues que estén libres...” (Sánchez B, 2017).

La falta de orden, de consenso y de cooperación entre los servidores públicos y los comerciantes es clave en la ineficacia e ineficiencia del servicio público de mercados, en lo que refiere al respeto de los espacios, debido a que los comerciantes acaparan espacios no permitidos, y las autoridades encargadas de este servicio se ven en la necesidad de estar constantemente checando los espacios convenidos. Esto nos habla de una falta de respeto y de civilidad por parte de los comerciantes y las autoridades municipales al no acatar la reglamentación existente.

Es necesario, en el concepto calidad, que exista una eficiente coordinación dentro de este servicio público, a través del dialogo entre ambos participantes: los comerciantes y los servidores públicos, pero también a través de la aplicación de la reglamentación de este servicio, para de esta manera obtener la calidad en el mismo.

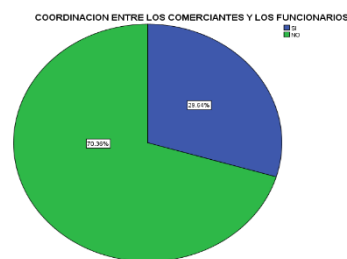
En relación al indicador coordinación, en las encuestas se obtuvo que el 70.4% de los participantes no perciben una coordinación adecuada entre los comerciantes y los servidores públicos, para ello se muestra la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 14. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	29.6
	NO	70.4
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 11. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.



Fuente: Elaboración propia

La Fracción XX, “dejar estructuras de puestos semifijos o ambulantes en la vía pública, fuera del horario establecido”, sobre este tema, los entrevistados manifestaron:

El comerciante C. José Víctor Padilla Domínguez, argumentó que “...no quieren que deje uno los puestos en los lugares en donde se ejerce, eso también nosotros incurrimos en una falta, porque quieren que nos llevemos ora sí que los puestos y si nos han llegado a sancionar porque si te encuentran en áreas más centradas hacia el primer cuadro ha habido sanciones supuestamente hasta de mil doscientos.” (Padilla, 2018).

El comerciante, C. Miguel Pacheco Hernández, expresó “... pues nosotros como comerciantes que estamos establecidos... este... trienio... está saturando de más comercio todo afuera... Esta administración ha traído más desorden que las anteriores... nosotros como prioridad, teníamos... que el jardín fuera en verdad un jardín... siempre está lleno de puestos ya es un tianguis, de verdad, entonces decimos donde esta esa belleza que según ellos dicen que “Ameca con encanto”. (Pacheco, 2017).

El quinto regidor, C. José Manuel Vázquez Hernández, al respecto expuso que:

...nosotros desde el primer momento que tomamos posesión, estamos haciendo lo pertinente en cuestión de la reglamentación para que todo este, como le dije reglamentado. Bueno aquí se empezó a modificar en el mes de febrero del 2016, se empezó a modificar porque las otras administraciones nos dejaron muchos comerciantes informales y cuando nosotros llegamos a ésta administración pues al

momento de querer quitarlos pues ya tenían tiempo y querían ejercer su derecho de colocarse a vender ahí por el tiempo que ya tenían, pero no contaban con un documento... no lo hemos podido quitar en su totalidad porque... mucha gente tiene sus licencias de años atrás entonces como que ya es usos y costumbres... (Vázquez, 2017).

De los tres comentarios vertidos con anterioridad, se concluye que en un principio se trató de aplicar el reglamento en cuestión, pero debido al solapamiento de la autoridades municipales, éste fue dejándose de ejercer o quizás se ejercía a discreción, dado que a través del método de observación he percatado que hay puestos semifijos e itinerantes que llevan mucho tiempo establecidos en el primer cuadro de la cabecera municipal, lo cual es contradictorio además de contravenir la reglamentación de éste servicio público.

La fracción XXIII, prohíbe el comercio fijo, semifijo y ambulante en el área que se encuentra frente de los arcos de la entrada del atrio de la parroquia de la Asunción y explanada del estacionamiento municipal, ya que se encuentra considerado como ruta de evacuación por parte de Protección Civil, en este sentido, los entrevistados expresaron:

La comerciante C. Angélica María Valencia Reyes, señaló que se tiene la necesidad de: "... que haya más orden... que... se acabe, lo que es el ambulante..." (Valencia, 2017).

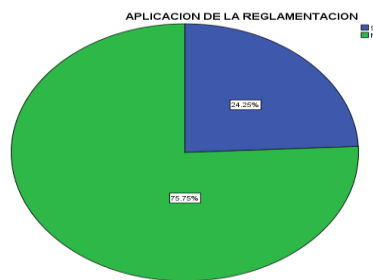
El comerciante C. Miguel Pacheco Hernández, expresó: "... las entradas, los pasillos... están amplios... si alguna emergencia o alguna cosa hay para poder salir rápido, lo único que nos hace estorbo es allá fuera saliendo, todo el tianguis que tenemos enfrente... de que sirve que haya los letreros "se prohíbe vendedores ambulantes" si las mismas autoridades no hacen nada." (Pacheco, 2017).

En relación a lo que el ciudadano percibe, se encontró en las encuestas realizadas, que el 75.7% de los encuestados no perciben la aplicación de algún tipo de reglamentación en el servicio público de mercados, lo cual se asienta en la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 15. Aplicación de la reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	24.3
	NO	75.7
Total		100.0

Gráfica 12. Aplicación de la reglamentación.



Fuente: Elaboración propia

Las evidencias obtenidas tanto por observación como por las entrevistas, comprueban la falta de cumplimiento de ésta fracción, ya que las tres terceras partes del estacionamiento están repletas de puestos semifijos e itinerantes y el resto por automóviles, ni siquiera la entrada a los arcos de la iglesia se respeta, ya que hay puestos itinerantes, evidenciando la falta de cumplimiento de la reglamentación municipal, la cual queda subrayada por los resultados obtenidos en la encuestas realizadas a la ciudadanía municipal.

Fuente Elaboración propia

La fracción XXVI, que versa sobre “ofrecer sus productos fuera del área de su establecimiento”, se encontró en las entrevistas que:

El comerciante C. Miguel Pacheco Hernández, señaló:

...en un principio cuando quisieron meter en orden a todos los de la cecina, porque todos se salen a vender afuera y ya casi le meten el taco al cliente en la boca, se les estaba acumulando una multa, no sé, creo de 30 días de salario, pero llegaban pagaban y otra vuelta siguen en las mismas, las autoridades pues no, no le digo que no hacen nada, todo no más le entramos con el cuerno y ya déjame trabajar... (Pacheco, 2017).

Además de este método utilizado, en la observación se aprecia que algunos comerciantes ofrecen sus productos fuera de su establecimiento, como en los giros de comida y cecina, y los que venden dulces artesanales, por lo que, esta fracción tampoco es respetada.

La fracción XXVIII, “dejar basura una vez concluida su actividad comercial”, los entrevistados argumentaron que:

La comerciante, C. Angélica María Valencia Reyes, comentó que "...la basura que venga el carro bien puntual para que no tengamos basura por donde quiera... compramos unos botes... y ellos otros botes, para que... todo el turismo, toda la gente deposite ahí su basura, pero ya no veo esos botes del municipio, quien sabe a donde los dejaron, porque ya no están esos botes..." (Valencia, 2017).

El comerciante, C. José Víctor Padilla Domínguez expresó "...de las primeras necesidades que tenemos, lo que es el mantenimiento de servicio de basura estamos pésimos... en basura es el peor que ha sido esta administración..." (Padilla, 2017).

El servidor público, David Sánchez Constantino, expuso a este respecto que "...pasa lo del departamento de limpieza, nada más que debería de ser más ordenado, más periódico, con más prontitud para que no se genere mucha basura." (Sánchez A, 2017).

El director de la DDFEyC, C. Jesús Sánchez Tirado, al respecto dijo:

...pero nosotros si le hacemos observaciones a la gente, por ejemplo en el tianguis en los días de tianguis pues nosotros los inspectores van a checar que... la basura la tienen que recoger pero a veces hay comerciantes que hacen caso omiso a estas indicaciones y dejan toda su basura, hay comerciantes que si cooperan con la administración y ellos mismos terminando a veces de vender, se llevan su basura, hay comerciantes que cuando les da tiempo lavan hasta su espacio en donde llevan a cabo su actividad. (Sánchez B, 2017).

El quinto regidor, encargado del servicio público de mercados, el C. José Manuel Vázquez, argumentó que:

...el bando municipal dice que ellos mismos son los responsables de hacer la limpieza de su área de trabajo, tanto de los pasillos como de sus locales y únicamente el municipio les otorga el servicio de la recolección de basura pero ellos mismos son responsables, tanto ellos como todos los ciudadanos de Amecameca, son los responsables... uno de los servicios más problemáticos es el área de la basura, de recolección de limpia, no tenemos dinero para comprar un recurso para comprar camiones y pagar más sueldos... (Vázquez, 2017).

El experto sobre este tema, Mtro. Ramiro Flores López, expuso:

...en la administración pública municipal hay un área de limpieza... coordinar bien las jornadas de atención al mercado y tratar de tener lo más limpio... porque... es la imagen no solamente para el mercado sino para el municipio... si llegamos y el piso está sucio, hay montones de basura, puestos abandonados, eso denota la falta de responsabilidad institucional por parte del municipio y por parte de las autoridades administrativas del mercado. (Flores, 2017).

De lo comentado por los comerciantes, servidores públicos y el experto, se concluye que también hace falta gestión en el servicio público de limpia, ya que no se tiene un servicio de calidad en este servicio y esa falta de calidad, afecta directamente la imagen del servicio público de mercados, al no recolectar la basura de manera periódica y eficiente. Sobre esta fracción, la falta de cumplimiento es de la administración municipal –punto tratado con mayor amplitud en la página 150 de este capítulo-.

La fracción XXXIII, “realizar una venta desleal de productos, estableciendo sólo una modalidad de venta, ya sea al mayoreo, menudeo o medio mayoreo” sobre este aspecto no se encontró evidencia en las entrevistas, pero si a través de la observación, ya que existen dos abarroteras en el municipio de Amecameca, y las dos realizan un comercio desleal, ya que venden sus productos al menudeo, a medio mayoreo y a mayoreo. A partir de tres piezas, el precio es menor que si se compra una sola pieza. Estas abarroteras se llaman “El Zorro Abarrotero”, que se ubica en calle Adolfo López Mateos, y la abarrotera “DZ”, ubicada en la av. 20 de noviembre.

El artículo 28 del Reglamento de la DDFEyC, versa sobre la reubicación comercial por razones de orden público al comercio itinerante, semifijo, de temporada y de tianguis. Y el derecho de los vecinos a oponerse a dicha instalación y solicitar su reubicación en dos casos: I) cuando haya un mercado público en un radio de 500 metros a la redonda y II) cuando haya afectación a la circulación y al libre acceso a su domicilio.

Dicho artículo es necesario que sea aplicado, de hecho que se haga efectiva toda la reglamentación existente, ya que debido a la falta de aplicación de la misma y a la nula gestión pública, hay una severa afectación al tránsito tanto peatonal como

vehicular, se carece de falta de orden en todos los aspectos, los pasillos no son respetados, estos se encuentran obstruidos por objetos materiales de la misma actividad comercial, hay puestos semifijos que obstruyen la calle Abasolo, entre la calle San Francisco y Reloj, todos los días del año.

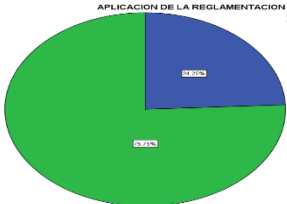
Respecto de la variable independiente “Reglamentación municipal”, en su indicador “aplicación” se obtuvo que, el 75.7% de los ciudadanos encuestados no perciben la aplicación de algún tipo de reglamentación en el servicio público de mercados, lo cual se puede apreciar en la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 16. Aplicación de la reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	24.3
	NO	75.7
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 13. Aplicación de la reglamentación.



Fuente: Elaboración propia

Sobre este mismo punto y para reforzar lo dicho en el párrafo anterior, respecto de la misma variable independiente “Reglamentación municipal”, e indicador “aplicación”, se obtuvo que el 86.8% de los ciudadanos encuestados consideraron que una adecuada aplicación de la reglamentación en el servicio público de mercados haría más eficiente este servicio, sin duda, refiriéndonos al deber ser de la administración pública municipal, lo cual se puede observar en la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 17. Adecuada aplicación de la Reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	86.8
	NO	13.2
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 14. Adecuada aplicación de la Reglamentación.



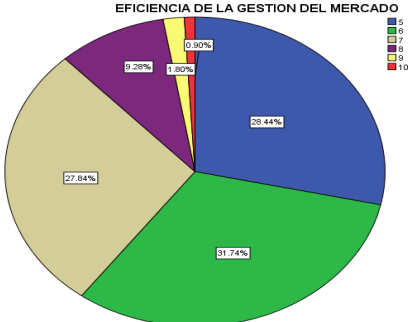
Fuente. Elaboración propia

En esta orden de ideas, respecto de la dimensión independiente “Gestión pública” respecto de su indicador “eficiencia”, se obtuvo, por parte de los ciudadanos encuestados, que el 31.7% de ellos cedió una calificación de 6 puntos, el 28.4% le otorgó 5 puntos y, el 27.8% le dio 7 puntos a la eficiencia con la cual se gestiona el servicio público de mercados, por parte de la administración pública municipal. Lo cual refleja el pésimo desempeño de las autoridades municipales encargadas de este rubro. Los porcentajes, sin duda alguna son bajos en la calificación al desempeño de la administración pública municipal, en lo refiere a esta dimensión, lo cual se exhibe en la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 18. Eficiencia de la gestión del mercado. Gráfica 15. Eficiencia de la gestión del mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	5	28.4
	6	31.7
	7	27.8
	8	9.3
	9	1.8
	10	.9
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

En suma, la falta de aplicación de la reglamentación municipal y la deficiencia en la gestión pública, inciden gravemente en la dimensión “Calidad del Servicio Público de Mercados en el Municipio de Amecameca, Estado de México, haciendo que ésta deficiente.

El título III “De las licencias, permisos, autorizaciones, renovaciones” comprende del artículo 32 al 74, de este título destaca: el capítulo VI “Licencias, permisos y autorizaciones” el cual abarca del artículo 32 al 47; el capítulo II “De las unidades económicas dedicadas a la venta y/o distribución de bebidas alcohólicas”, el cual comprende del artículo 48 al 60. De este capítulo destaca el artículo 58, el cual establece la información que deberá contener la autorización y/o permiso, licencia y credencial, siendo esta:

- I) La actividad comercial,
- II) El nombre del titular y su fotografía,

- III) El área en que el vendedor ambulante podrá ejercer su actividad comercial,
- IV) La designación del lugar autorizado para todo vendedor (ambulante, semifijo, de mercado, de temporada),
- V) El horario y los días en que se deberá desarrollar la actividad comercial,
- VI) La modalidad de venta y,
- VII) La fecha de vencimiento del permiso o autorización.

Aunque se encuentra estipulado en una norma de carácter administrativo, la misma no se ejecuta, ningún comerciante porta la credencial que establece este artículo.

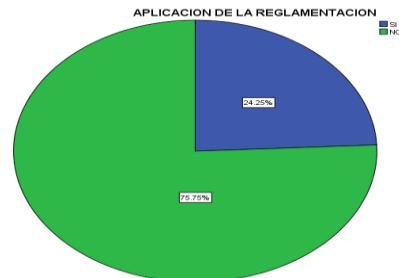
Lo anterior se empata con lo que la ciudadanía opinó acerca de su percepción sobre la aplicación de algún tipo de reglamentación en el servicio público de mercados, en donde se obtuvo que 75.7% no percibe algún tipo de reglamentación en este servicio público, exhibiéndose una tabla y gráfica que sustenta el dicho:

Tabla 19. Aplicación de la reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	24.3
	NO	75.7
Total		100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 16. Aplicación de la reglamentación.



Fuente: elaboración propia

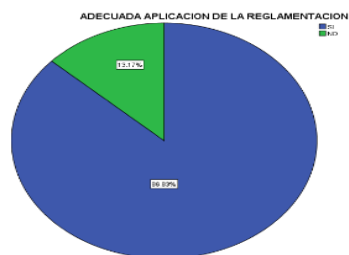
En la siguiente tabla se puede apreciar la opinión de los encuestados, al manifestar el 86.8% de ellos que, una adecuada aplicación de la reglamentación en el servicio público de mercados haría más eficiente este servicio:

Tabla 20. Adecuada aplicación de la reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	86.8
	NO	13.2
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 17. Adecuada aplicación de la reglamentación.



Fuente: Elaboración propia

El capítulo III “De la renovación”, el cual comprende del artículo 61 al 71 del Reglamento de la DDFEyC, en donde destaca el artículo 64, el cual manifiesta que “El uso de las concesiones de los espacios para giro comercial a que tenga derecho el locatario, no crea derechos reales (el locatario es solo un poseionario)” haciendo énfasis en que las concesiones de los espacios para giro comercial no crea derechos reales sobre el bien inmueble, no quedando claro de que bien inmueble se trata, si de los ubicados dentro del mercado municipal o si versa sobre los locales de tipo particular, lo que denota cierta opacidad en dicha disposición normativa de tipo administrativo.

Respecto a este artículo, los servidores y funcionarios públicos, así como a los comerciantes entrevistados mencionaron sobre el tipo de régimen jurídico en el que se encuentra el mercado Municipal de Amecameca, lo siguiente:

Tabla 21. Régimen jurídico en el que se encuentra el mercado Municipal de Amecameca.

Ítem	Servidor público	Funcionario público	Comerciante	Experto
Es administrado directamente por el Ayuntamiento	X	XX	XXX	
Es concesionado a los locatarios				X
No contesto			X	
Total	1	2	4	1

Fuente: Elaboración propia

Del cuadro anterior podemos afirmar que hay un desconocimiento acerca del tema tipo de régimen jurídico del mercado municipal, solo el experto expresó la respuesta

correcta. Lo cual nos indica el desconocimiento que hay acerca de la reglamentación municipal del servicio público de mercados.

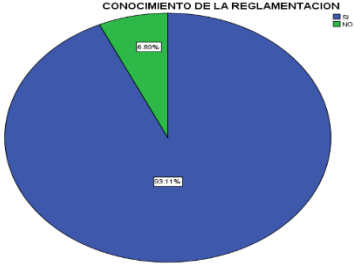
En lo que respecta a los encuestados, el 93.1% manifestó que, es importante el conocimiento de la reglamentación entorno al servicio público de mercados. Para ello, se anexa la tabla y gráfica que lo ratifica:

Tabla 22. Conocimiento de la reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	93.1
	NO	6.9
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 18. Conocimiento de la reglamentación.



Fuente: Elaboración propia

En la dimensión de la reglamentación municipal, en su indicador “conocimiento” es fundamental tanto en la administración pública, como en la efectividad de la norma jurídica y en la eficiencia de la gestión pública, sin el cual los esfuerzos se quedan truncos.

El título IV “De las restricciones al ejercicio de actividades comerciales” su artículo 90 restringe el ejercicio del comercio ambulante, semifijo y de temporada dentro del primer cuadro del centro histórico, lo cual también se encuentra establecido en el artículo 27 fracción X. Aun que dicho artículo es repetitivo, está de más, pues no es ejecutada dicha disposición, lo anterior ya fue mencionado con anterioridad.

En este apartado es menester saber lo que las personas entrevistadas comentaron al respecto.

El funcionario público, David Sánchez, coordinador de comercio por el SUTEYM, argumentó que es importante “mantener en orden a los comerciantes ambulantes”, lo cual tendría solución si realmente se aplicará la reglamentación correspondiente, sin el miedo a la pérdida de votos para el trienio siguiente, sin miedo a las posibles manifestaciones que habría por la puesta en práctica de la reglamentación que

corresponda, en este caso la del servicio público de mercados, no sin antes dialogar y hacer de su conocimiento la necesidad de poner orden en este servicio y las ventajas que esto traería, por ello es importante la elaboración adecuada, el conocimiento y la ejecución de la reglamentación municipal así como la existencia de la autoridad en la administración pública, quien está legalmente facultada para implementar las acciones necesarias que la misma ley le atribuye.

De esta manera, se hila la reglamentación con el orden, la gestión pública con la mejora de las condiciones de los servicios públicos, la calidad de los servicios públicos con la mejora en la calidad de vida de los habitantes del municipio, en este sentido, el servicio público de mercados, ya que al optimar cada una de las partes, se prospera el todo.

3.2 La calidad en el servicio público de mercados en Amecameca, Estado de México

La calidad en el servicio público de mercados representa un factor determinante para satisfacer las necesidades básicas y elementales de los sujetos que de este servicio público se benefician: los propios comerciantes al mejorar su calidad de vida y al poder ampliar sus percepciones económicas en el desarrollo de esta actividad, los ciudadanos al recurrir a un lugar público, como es al mercado o al tianguis municipal para abastecerse de los productos de la canasta básica, con un servicio público de calidad y con un trato digno por parte de los prestadores de este servicio, así como el ayuntamiento al poder captar mayor ingresos recaudatorios y ampliar las expectativas del turismo, al encontrarse con un servicio público de mercados de calidad.

Por lo que, en el desarrollo del presente trabajo, es relevante comprender el concepto de calidad, dado que en la época actual es trascendental contar con servicios públicos de calidad en la administración pública, ya que el valor creado por el Estado se realiza a través de servicios, leyes, regulaciones y otras acciones, pero

sobre todo a través de transacciones individuales con los ciudadanos, garantizando sus derechos, satisfaciendo sus demandas y, prestándoles servicios de calidad.

Contreras define a la calidad del siguiente modo:

... la calidad puede entenderse como una filosofía de gestión centrada en las expectativas del cliente, a quien se provee de servicios o productos de calidad como resultado de un continuo mejoramiento de los procesos organizacionales. Éstos involucran la participación, el trabajo en equipo, la autocrítica y el reforzamiento de la identificación de los miembros de la organización con las tareas que desarrollan, pues considerar a los individuos como eje fundamental para desarrollar las actividades permite alcanzar mejores niveles de productividad.

En el ámbito público, la calidad debe vincularse con buenos resultados, con procesos transparentes, con responsabilidades compartidas, con productividad, con trabajo en equipo, con mejoramiento en el desempeño y servicio al usuario.

La calidad en la gestión pública se identifica con la excelencia en el servicio e implica un cambio en las relaciones humanas, en la mentalidad y en la escala de valores. (Contreras, 2014: 11).

La calidad se centra en la satisfacción del usuario y en buscar el mejoramiento continuo y dar a cada quien una responsabilidad. (Contreras, 2014: 12).

Por otra su parte, Díaz comenta que “en la Carta Iberoamericana del 2008 se define el concepto de la calidad en la gestión pública como una cultura transformadora que impulsa a la administración pública a su mejora permanente para satisfacer progresivamente las necesidades y expectativas de la ciudadanía, al servicio público, con justicia, equidad, objetividad y eficiencia en el uso de los recursos públicos.” (Díaz, 2008: 7).

Por lo tanto, se entiende por calidad, a la cultura transformadora que impulsa a la administración pública a su mejora permanente para satisfacer progresivamente las necesidades y expectativas de la ciudadanía, al servicio público, con justicia, equidad, objetividad y eficiencia en el uso de los recursos públicos, es decir, es la excelencia en la prestación del servicio, ya que esta se centra en las expectativas del cliente a través del cambio en las relaciones humanas, en la mentalidad y en la escala de valores, mejorando continuamente los procesos organizacionales con la

finalidad de sobrepasar las expectativas de los usuarios de los servicios, ya que ésta se centra en ellos.

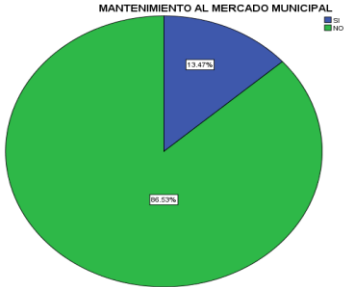
Para justificar la variable dependiente, que se tiene en la elaboración del presente trabajo, “la calidad del servicio público de mercados en Amecameca”, se tomaron en cuenta los siguientes indicadores: mantenimiento, organización y coordinación, limpieza, higiene y salubridad, infraestructura, orden y por supuesto calidad, para la elaboración de los ítems correspondientes, tanto para la encuesta como para la entrevista, para conocer la forma en que la ciudadanía percibe la calidad en el servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México, en el periodo 2016-2018.

De las encuestas realizadas a la ciudadanía, se obtuvieron las siguientes estadísticas:

El 86.5% de los ciudadanos encuestados, manifestó que el ayuntamiento municipal de Amecameca no brinda el mantenimiento adecuado al servicio público de mercados, ver página 141 y 148 del presente capítulo. Dicho porcentaje es negativo en la dimensión de la variable independiente de la calidad del servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México. Lo anterior se demuestra con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la ciudadanía, mediante la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 23. Mantenimiento al mercado municipal. Gráfica 19. Mantenimiento al mercado municipal.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	13.5
	NO	86.5
Total		100.0



Fuente: Elaboración propia

Fuente: Elaboración propia

El 70.4% de los ciudadanos encuestados, expuso que no aprecian que exista una coordinación adecuada en el servicio público de mercados, entre los comerciantes y los servidores y funcionarios públicos, ver página 155 del presente capítulo. Dicho

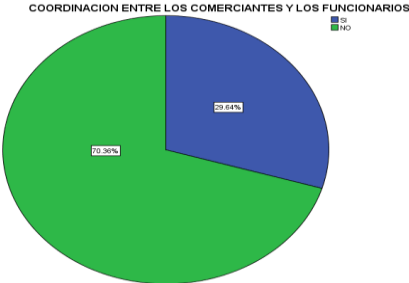
porcentaje es negativo en la dimensión de la variable independiente de la calidad del servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México. Se expone la siguiente tabla y gráfica, como evidencia de ello:

Tabla 24. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	29.6
	NO	70.4
Total		100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 20. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.



Fuente: Elaboración propia

El 94.9% de los ciudadanos encuestados, expresó que es importante la limpieza y la higiene en el servicio público de mercados, ver página 146 del presente capítulo. Dicho porcentaje es positivo en el concepto de calidad, puesto que resalta la importancia de la limpieza e higiene en el concepto de calidad, en el sentido de que la calidad es considerara, entre otras cosas, como la excelencia en la prestación de cualquier servicio, mejorando continuamente los procesos organizacionales con la finalidad de sobrepasar las expectativas de los usuarios de los servicios, ya que ésta se centra en ellos. Se exhibe tabla y gráfica al respecto:

Tabla 25. Importancia de la limpieza en el mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	94.9
	NO	5.1
Total		100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 21. Importancia de la limpieza en el mercado.



Fuente: Elaboración propia

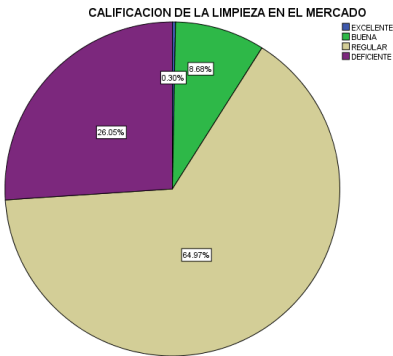
El 65% de los ciudadanos encuestados dieron una calificación de regular a la limpieza e higiene prevaleciente en el servicio público de mercados. Calificación baja para el concepto de calidad, la cual demanda excelencia o como mínimo la nota de buena. Se muestra tabla y gráfica como demostración del dicho:

Tabla 26. Calificación de la limpieza en el mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	EXCELENTE	.3
	BUENA	8.7
	REGULAR	65.0
	DEFICIENTE	26.0
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 22. Calificación de la limpieza en el mercado.



Fuente: Elaboración propia

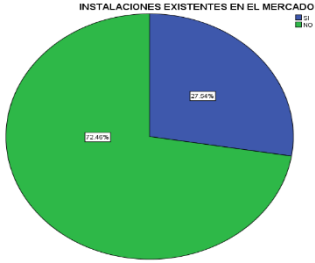
El 72.5% de los ciudadanos encuestados, señaló que las instalaciones existentes en el mercado municipal no son adecuadas para un funcionamiento satisfactorio en el servicio público de mercados, por lo que, la percepción de las instalaciones del mercado municipal es sumamente baja y el porcentaje de la ciudadanía que lo percibe muy alto. Situación que afecta a la calidad de este servicio. Se presenta la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 27. Instalaciones existentes en el mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	27.5
	NO	72.5
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 23. Instalaciones existentes en el mercado.



Fuente: Elaboración propia

El 53.3% de los ciudadanos encuestados, opinaron que no hay una adecuada zonificación de áreas por giros comerciales en el servicio público de mercados, ver

página 152 del presente capítulo. El porcentaje de percepción no es muy alto, pero deja en evidencia que los ciudadanos no perciben orden en la zonificación de los giros comerciales y/o distribución de los productos que se comercian en dicha institución económica, social y cultural. Se aporta la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 28. Zonificación de áreas por giro comercial.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	46.7
	NO	53.3
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

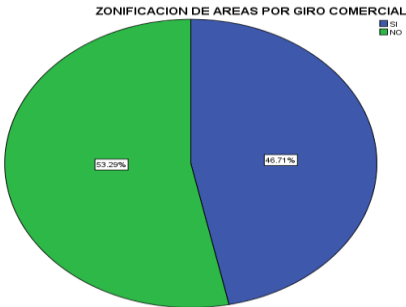
El 69.8% de los ciudadanos encuestados, calificó como regular la calidad del servicio público de mercados. Dicha calificación es negativa para el concepto de calidad, en el sentido de que la calidad es considerada, entre otras cosas, como la excelencia en la prestación de cualquier servicio, mejorando continuamente los procesos organizacionales con la finalidad de superar las expectativas de los usuarios de los servicios, ya que ésta se centra en ellos, por lo que dicha calificación es baja, dado que la calidad, como ya se mencionó apuesta a la excelencia. Se presenta tabla y gráfica, para su cotejo:

Tabla 29. Calidad del servicio público de mercados.

		Porcentaje válido
Válidos	EXCELENTE	1.8
	BUENA	9.6
	REGULAR	69.8
	DEFICIENTE	18.9
	Total	100.0

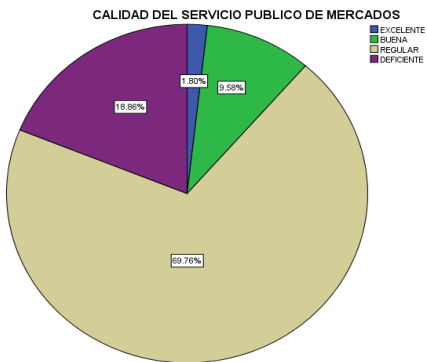
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 24. Zonificación de áreas por giro comercial.



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 25. Calidad del servicio público de mercados.



Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, de los resultados arrojados en las encuestas, se evidencia la falta de calidad en el servicio público de mercados, la cual se manifiesta en el sentir de los usuarios de este servicio público, a través de la percepción que ellos tienen acerca de este servicio público, en cuestiones de coordinación, orden, mantenimiento, infraestructura, limpieza e higiene, zonificación de giros comerciales, entre otros.

Por otra parte, de las entrevistas realizadas a los comerciantes, servidores y funcionarios públicos, se obtuvieron las siguientes apreciaciones en la dimensión de calidad, respecto de la variable dependiente “La calidad del servicio público de mercados”:

Respecto a las necesidades más urgentes del servicio público de mercados, cuatro de los entrevistados mencionaron que es el mantenimiento a la infraestructura, mientras que, para los tres restantes lo fue el mantener en orden a los comerciantes ambulantes.

En relación a las necesidades más urgentes a satisfacer en la mejora de la imagen de la imagen y en la publicidad comercial del mercado municipal de Amecameca, los entrevistados mencionaron lo siguiente:

Tanto para Antonio como para Miguel Pacheco, la necesidad más urgente a satisfacer en la mejora de la imagen del mercado municipal es su mantenimiento, es decir, su presentación, para Angélica es el orden, el libre tránsito de los peatones, la basura recolección de basura y el mantener en orden a los comerciantes ambulantes. Para José Víctor, es el mejoramiento de la infraestructura, su presentación, pues su perspectiva del municipio de Amecameca va más allá de lo regional o nacional, es internacional, pues para éste comerciante no solo es importante mantener en buenas condiciones el mercado, el tianguis, el zócalo, sino todo el municipio, al manifestar “Ameca es una ventana del mundo que nosotros la habíamos de tener al máximo, a la máxima capacidad y en las mejores condiciones”, pero menciona que no se puede por los mismos comerciantes, por lo cual, dice: “desgraciadamente no se puede por el motivo de que Amecameca, no hay otra cosa más que puros comerciantes.” (Pacheco, 2017).

En relación al indicador orden y organización, dentro de la dimensión de calidad, el problema de la saturación del comercio, también es expresado por Miguel Pacheco, comerciante del mercado Juárez, quien externa “Pues la verdad, que ha estado muy mal organizado... de verdad que está saturando de más comercio todo afuera y no hay estacionamiento... no hay nada de lo que nosotros queremos para que entre la gente hasta adentro... lo único que nos hace estorbo es allá fuera saliendo, todo el tianguis que tenemos enfrente.” (Pacheco, 2017), lo que representa un factor importante, el orden en este servicio, motivo más para rescatar y fortalecer el servicio público de mercados mediante la reglamentación y la gestión municipal, ya que solo a través de estos medios, y por supuesto del consenso, de la colaboración y de la participación ciudadana, se lograría.

El comerciante José Víctor, a este respecto, enunció que se necesita “todo”, por lo que las necesidades más urgentes a satisfacer en la mejora de la imagen del mercado municipal van más allá del servicio público de mercados, pues su visión, es una visión integral, ya que, no solo habla de las carencias en dicho servicio público, sino en todo el municipio de Amecameca, por ello, considero conveniente citar lo expresado por este comerciante:

...Todo exactamente a un cien por ciento, todo se necesita, se necesita el jardín municipal, se necesitan mercados, se necesitan calles, se necesita a la parte de nosotros de aquí de Abasolo, todo, todo se necesita. Darle una imagen al mercado, darles mantenimiento a los arcos, pintarlo en su momento, ver pasillos, platicar con los comerciantes de adentro que se le dé una mejor calidad de recibimiento al turismo que de eso vivimos, es decir, todo, de todo... (Padilla, 2017).

Lo anterior, lo comenta en relación a que el municipio de Amecameca es un lugar turístico y emblemático, no solo por su belleza natural, sino también por su riqueza cultural e histórica, es por ello que, en opinión de José Víctor, Amecameca necesita de “todo”.

Es importante en el servicio público de mercados, el orden, el establecimiento, el respeto y la aplicación de su reglamentación, así como la mejora y el mantenimiento de su infraestructura, es un todo, las partes conforman el todo y el todo está

conformado por partes y, cada una juega un papel importante dentro del sistema, es por ello que dichos conceptos se van entrelazando al momento de externar las preocupaciones que cada sujeto tiene dentro de su contexto social.

Es claro que, tanto la saturación del comercio como la falta de gestión en la mejora de la presentación y embellecimiento del municipio de Amecameca, principalmente en la cabecera municipal, agrava la situación para los comerciantes, pues para ellos es muy importante la presentación del servicio público de mercados, elemento indispensable para atraer y conservar el turismo que llega a este municipio.

Por su parte, el funcionario público, David Sánchez, coordinador de comercio por el SUTEMY, argumentó que la necesidad más urgente a satisfacer en la mejora de la imagen del mercado municipal es la seguridad y su limpieza. Respecto de la limpieza comentó que ésta debería de ser “...más ordenada, más periódica, con más prontitud...” también manifestó que es importante “mantener en orden a los comerciantes ambulantes”, lo cual tendría solución si realmente se aplicará la reglamentación correspondiente, sin el miedo a la pérdida de votos para el trienio siguiente, sin miedo a las posibles manifestaciones que habría por la puesta en práctica de la reglamentación que corresponda, en este caso la del servicio público de mercados, no sin antes dialogar y hacer de su conocimiento a la población sobre la cual va a recaer, por ello es importante la existencia de la autoridad pública, la cual se encuentra facultada para implementar las acciones necesarias que la misma ley le atribuye.

El funcionario público Jesús Sánchez, Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio externó que una de las necesidades más urgentes del mercado, es el mantenimiento a la infraestructura. Dicho funcionario público, mencionó y destacó la importancia de la autoridad –relativo al indicador organización y coordinación, en la dimensión de la calidad– respecto a la relación que existe entre los comerciantes y las autoridades municipales “...siempre van a buscar que la autoridad tome cartas en el asunto... pero entre ellos nunca se van a poder poner de acuerdo, porque siempre debe de existir la intervención de la autoridad para que todo este regulado y sea respetado...” (Sánchez B, 2017), lo cual es totalmente cierto, debido a que las

colectividades necesitan de un guía, de un orientador, que los encamine en la consecución de sus fines, por ello que existe la autoridad, quien tiene el poder de mando y de dirección para conseguir los altos fines del Estado.

Para el quinto regidor, José Manuel Vázquez, una de las necesidades más urgentes a satisfacer en el servicio público de mercados, es mejorar la imagen del municipio, a través del ordenamiento del servicio público de mercados, es decir, del comercio que existe en la cabecera municipal, principalmente en el que se realiza en el centro, en su expresión "...la mejora de la imagen, pues esto se viene acarreado desde muchos años atrás, el municipio de Amecameca... es un pueblo con encanto..." (Vázquez, 2017).

Por lo que, en mi opinión, el municipio de Amecameca debería de ser un "pueblo mágico", dada sus condiciones geográficas, naturales y culturales, pero se queda corto en la calidad de los servicios públicos que ofrece a su población y al turismo, lo anterior es la causa de que no sea considerado por la federación como pueblo mágico. Para lograrlo, es necesario que la administración municipal comience a trabajar en la aplicación, en el conocimiento de la reglamentación municipal, en la gestión pública y en la propia administración municipal, para de esta manera, poder satisfacer los requisitos que se requieren para ser un "pueblo mágico", dadas las características ya posee.

De esta manera, se hila la reglamentación con el orden, la gestión pública con la mejora de las condiciones de los servicios públicos, la calidad de los servicios públicos con la mejora en la calidad de vida de los habitantes del municipio, en este sentido, el servicio público de mercados. Al mejorar cada una de las partes, se mejora el todo.

Respecto de la infraestructura que guarda el servicio público de mercados, David Sánchez comentó que "...mi punto de vista sería pues hacer otro mercado porque ahí es insuficiente, ya están muy atascados ahí los puestos, sería hacer un nuevo mercado. La infraestructura ya es muy vieja, ya para arreglarla pues, sería mejor construir una nueva." (Sánchez A, 2017). Su argumentación va más allá de solucionar mediante paliativos, el problema de su infraestructura, ya que en la

actualidad la infraestructura es insuficiente por la cantidad de establecimientos semifijos y ambulantes que hay todos los días, lo que corrobora la falta de gestión pública en este servicio.

De igual manera, para el funcionario público, Jesús Sánchez Tirado, es importante la construcción de un nuevo mercado, con la capacidad suficiente para albergar a los comerciantes de los establecimientos semifijos, así como la necesidad de la construcción de un estacionamiento para albergar los vehículos de los turistas, al respecto mencionó “Pues el mercado municipal ya es necesario, pues revisar o elaborar o construir un nuevo mercado... tal vez un espacio pues de dos pisos para quitarle esa imagen... hace mucha falta y es muy necesario que aquí en el centro se contara con un estacionamiento... la verdad aquí se ve afectado el comerciante porque no hay estacionamientos cerca...” (Sánchez B, 2017).

Lo anterior se debe a dos factores primordialmente: el municipio de Amecameca, Estado de México, ha crecido en su densidad demográfica, al tener una población de 48,421 habitantes (Plataforma Electoral Municipal, 2016: 5), según cifras del Censo de Población 2010 y del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social y, al incremento de su actividad económica. En consecuencia, el servicio público de mercados, también ha incrementado y su capacidad ha sido rebasada.

Amecameca es considerado como un municipio urbano que pertenece a la Zona Metropolitana del Valle de México (Plataforma Electoral Municipal, 2016: 5). Según el diagnóstico económico realizado al municipio en cuestión, por el Partido Revolucionario Institucional en el 2016:

“...en 2012 el municipio tuvo un Producto Interno Bruto de 1,460.73 (millones de pesos conforme al Índice de Precios del Consumidor de 2003), lo que representó para la entidad el 0.16%. En referencia a las unidades económicas, en 2012 el municipio registraba 1,933 establecimientos, en Amecameca destacaba el sector terciario pues el comercio al por menor representaba el 51% de las unidades económicas, otros servicios excepto gubernamentales representaban el 13.14%, la manufactura concentraba al 8.07%, mientras que aquellos dedicados a la agricultura y cría de animales eran apenas el 0.05%.” (Plataforma Electoral Municipal, 2016: 26 y 27).

Dichas cifras destacan la importancia del sector terciario, referido al comercio, ya que la población de este municipio se dedica principalmente a la actividad comercial, representando el 51% de la misma.

Por otra parte, la página consultada en línea, Todos los Municipios de México (2018), establece que el "...municipio de Amecameca en el Estado de México se considera en crecimiento..."

Dicha página establece la importancia de la actividad comercial en el municipio en cita, al señalar que:

...el comercio es una de las actividades que más ha avanzado con el tiempo y hace poco se estableció el crecimiento de los servicios turísticos debido a que el gobierno ha impulsado y apoyado este aspecto mediante la promoción turística del municipio, haciendo que más personas tengan el interés de viajar a este destino para conocer todo lo que forma parte de él, lo cual ha hecho que se dé la apertura de más servicios que sean capaces de satisfacer las necesidades de la población y de los viajeros... (Todos los Municipios de México, 2018).

También destaca la relevancia del comercio y la actividad comercial, en el Municipio de Amecameca, al mencionar que:

...la población económicamente activa (PEA) es de aproximadamente 30% y la mayoría de la población se centra en el sector terciario porque ahí se registra el 46% de la ocupación. ...Es relevante señalar que en Amecameca continúa creciendo el comercio y ahora es considerado como una actividad económica primordial en el municipio, debido a todas las tiendas, comercios, industrias y empresas que se han abierto, permitiendo dar trabajo a cientos de habitantes, lo que, en términos de cifras de acuerdo al INEGI, representa más de 90 giros diferentes que se concentran en las calles más importantes de la cabecera municipal. (Todos los Municipios de México, 2018).

La página en comento, también expresa la relevancia del mercado municipal y del comercio de artesanías como parte de la cultura e identidad de la población amecamequense, como parte de la actividad comercial, perteneciente al sector terciario:

En Amecameca se encuentra un mercado grande que permite cubrir las principales necesidades de la población, también cuenta con un pequeño mercado de artesanías y dulces, más un tianguis que se

pone dos días a la semana. Todas esas zonas son claves para la movilización del dinero en el municipio y como puede ver, todos se centran en el comercio mediante el intercambio de productos y servicios que permiten satisfacer las demandas de todos. (Todos los Municipios de México, 2018).

La página en cuestión también hace una breve reseña sobre el sector secundario (industria) y el terciario (comercio), referente a lo acontecido entre la década de 1990 a la actualidad:

...Cuando se dio la crisis económica en la década de 1990, los problemas que existían en el país se agravaron, haciendo que en zonas como Amecameca comenzaran a desaparecer las actividades industriales, debido a que algunas fábricas perdieron dinero y eso hizo que se recortara personal. Esto afectó a la industria harinera, a la fábrica de zapatos Sandak, a una fábrica productora de alimentos para aves, fábrica de inyectado de plásticos, así como a algunos talleres maquiladores de ropa y calzado, entre otras pequeñas fábricas. En el año 2000 todas esas fábricas desaparecieron casi en su totalidad debido a que la economía del municipio se estancó, lo que provocó que la producción industrial dejara de ser importante en esta región del Estado de México y en otras partes del país. Los que se quedaron sin trabajo, tuvieron que volver a buscar algo en donde poder trabajar, pero tuvieron que hacerlo fuera de Amecameca porque esta zona estuvo económicamente dañada durante mucho tiempo. Pasaron los años y las cosas mejoraron porque se dieron algunas inversiones de extranjeros y otros a nivel nacional, lo que permitió que se establecieran varias cadenas comerciales que han logrado ser de las mejores que han existido en la región y en México porque abrieron varias sucursales con el paso de los años, debido a la gran demanda en su utilización y algunas de ellas son Elektra, Bodega de Remates, Singer y Coppel... (Todos los Municipios de México, 2018).

Lo citado, es interesante ya que muestra el proceso de cambio de la economía del municipio, del sector secundario al terciario, quedando ya establecido en los párrafos que anteceden la importancia de la actividad comercial en el Municipio de Amecameca, es decir, del sector terciario.

Al mismo tiempo, resalta la importancia tanto del zócalo como de la Cabecera Municipal, al apuntar que "...el centro del municipio de Amecameca es uno de los más importantes en la historia económica de este lugar, porque es uno de los sitios

de comunicación idónea que existen en la actualidad y esto es entre las diferentes zonas, secciones, colonias y barrios de la cabecera municipal, así como también es un punto clave para las comunidades aledañas, en donde se moviliza grandemente la economía...” (Todos los Municipios de México, 2018).

Refiriéndose a la trascendencia del centro de la cabecera Municipal, pues es precisamente ahí en donde se lleva a cabo la actividad comercial de manera masiva y preferente, tanto por los amecamequenses, por los pobladores de municipios vecinos, así como por los turistas, nacionales o extranjeros.

Para realizar un correcto desenvolvimiento de la actividad comercial en el municipio, se requiere también la mejora de su imagen, como ya se mencionó en párrafos anteriores, al manifestar que es importante la construcción de un nuevo mercado, con la capacidad suficiente para albergar a los comerciantes de los establecimientos semifijos, ello se refuerza con lo mencionado por el quinto regidor, José Vázquez “... Para mejorar la imagen debemos tener los espacios suficientes...” y la cuestión es, en sus propias palabras, “...los vamos a quitar pero en donde los vamos a poner... necesitamos espacios... para el comercio.” (Vázquez, 2017), refiriéndose a la reubicación de los comerciantes ya establecidos en puesto fijos o semifijos y situar a los itinerantes en un espacio adecuado. Lo que cual indica su falta de gestión y labor política, para obtener los ingresos suficientes para solucionar dicho problema público.

Además de considerar el regidor, C. José Manuel Vázquez, que “La infraestructura del mercado municipal está deteriorada...” lo cual es el mismo sentir que expresaron los comerciantes, los funcionarios públicos y el servidor público, entrevistados, la infraestructura del mercado municipal ya es insuficiente. Lo que evidencia la necesidad de la creación de uno nuevo, con la capacidad de albergar al total de los comerciantes ya existentes, así como un estacionamiento.

Tanto el quinto regidor, C. José Vázquez, como el Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, Jesús Sánchez, manifestaron la visión que también

declararon los comerciantes José Víctor y Miguel Pacheco, en el sentido de cambiarle la imagen actual que tiene el mercado municipal.

En el sentir del Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio “es necesario un nuevo proyecto para cambiarle la imagen al mercado y más que nada al municipio de Amecameca en función al comercio, que eso sería el nuevo proyecto elaborar un nuevo mercado, nuevas instalaciones en la explanada y eso sería lo detonante, eso originaria que aquí como dice el dicho se derramara pues la economía aquí en el municipio que tanta falta le hace.” (Sánchez B, 2017), exponiendo un objetivo característico del sector terciario, aumentar la derrama económica para beneficio del municipio, concepto que incluye tanto a los comerciantes, a los ciudadanos como al propio Ayuntamiento, generando ingresos para estos tres sujetos.

Además de lo anteriormente expresado por los sujetos entrevistados, los comerciantes, opinaron que en el servicio público de mercados no hay orden, el cual es necesario en toda actividad humana, principalmente en las de tipo colectivo, en este caso, en las cuestiones administrativas públicas. La falta de orden genera el caos y el tratar de maquillarlo o encubrirlo no lo resuelve, la comunidad es quien indudablemente lo percibió y expreso en las encuestas realizadas para este trabajo de investigación. Respecto al indicador de orden, dentro de la dimensión de calidad, el director de la DDFEyC, C.P. Jesús Sánchez Tirado, manifestó:

...nosotros hemos dialogado, hemos tenido pláticas con diferentes sectores de comerciantes, pero pláticas constructivas, no destructivas, en llegar a un acuerdo para un mejor funcionamiento y no afectar su actividad comercial de cualquier tipo de comerciante, siempre hemos llegado a estar bien, eso demuestra que hasta ahorita, nosotros en la dirección hasta la fecha nunca hemos provocado a la dirección un plantón, un reclamo de los comerciantes hacia el presidente municipal, porque hemos sabido hasta la fecha, saber dialogar... (Sánchez B, 2017).

Saber dialogar no implica omitir las obligaciones de un funcionario público, como la aplicación correcta de la reglamentación correspondiente en el servicio público, su falta de cumplimiento e implementación, también es falta de ética pública, de

responsabilidad, de profesionalización, de eficiencia y de eficacia, lo cual incide de manera negativa en la calidad de la prestación de cualquier servicio.

Respecto a la dimensión de calidad, que debe primar en el servicio público de mercados, destaca el comentario que realizó el C. David Sánchez, coordinador de comercio por parte del SUTEYM, quien consideró que el Ayuntamiento se beneficia del servicio público de mercados, al ofrecer un servicio de calidad, lo cual es cierto en el sentido del enfoque de la nueva gestión pública, pero que en la práctica no es llevado a cabo, pues las evidencias demuestran que en Amecameca, Estado de México, el concepto de calidad en este servicio no existe, entendiendo por calidad a la "...cultura transformadora que impulsa a la administración pública a su mejora permanente para satisfacer progresivamente las necesidades y expectativas de la ciudadanía, al servicio público, con justicia, equidad, objetividad y eficiencia en el uso de los recursos públicos." (Díaz, 2008: 7).

Es evidente que la calidad del servicio público de mercados se manifiesta en la cantidad de clientes potenciales que puede captar un servicio, en este caso de tipo público, y la consecuencia como tal es el incremento en los recursos económicos que se pueden obtener y aprovechar en la mejora continua del mismo, esto es parte de la gerencia pública y va de la mano del respeto y apego a la ley, en este caso la reglamentación del servicio público de mercados.

3.3 La relevancia de la Reglamentación en el Servicio Público de Mercados, en el municipio de Amecameca, Estado de México

Dado que tanto la reglamentación como la gestión pública, son dos elementos independientes en la presente investigación y que de su eficiencia y eficacia, entre otras, deriva la calidad del servicio público de mercados.

En la teoría y en la práctica, la reglamentación municipal en la administración pública, es de vital importancia, dada la relevancia que tiene el orden jurídico dentro

de la institución estatal, estando nuestra Federación mexicana dentro del marco de un Estado de Derecho Constitucional.

Dentro de la jerarquización de las normas jurídicas se encuentran los reglamentos, que son la base y la estructura de la administración pública municipal. En ellos se establecen las reglas del actuar del municipio como nivel de gobierno. Por lo cual, dichas reglas deben de estar plasmadas en un reglamento, lo cual conlleva a que haya una buena calidad e implementación en los servicios públicos que presta el municipio, dado que en estos se establecen los derechos y las obligaciones tanto para el prestador del servicio público, como para los funcionarios y servidores que en él participan, así como de los destinatarios, que en este caso es la sociedad.

Como ya se ha dicho en anteriores apartados, la administración municipal debe contar con el apoyo de la gestión pública, lo cual garantiza la realización de uno de los elementos constitutivos del Estado: la realización del Bien Público Temporal, cuya finalidad, entre otras cosas, es el beneficio de la población, en relación a su tercer elemento: la necesidad de ayuda, de aliento y eventualmente de suplencia de las actividades privadas, que consiste en la ayuda del Estado para el desarrollo de determinados intereses particulares.

Por lo cual, los reglamentos municipales incompletos, obsoletos, fraccionados (ya que estos deberían reglamentarse en su conjunto), el desconocimiento por parte de los beneficiarios de la reglamentación existente, la presencia de malas prácticas normativas como: la copia de reglamentos de un ayuntamiento a otro; la ausencia de una reglamentación oportuna, entre otras, son causa de la ineficiencia de la reglamentación de la gestión pública en las municipalidades, dado que la reglamentación sirve para brindar servicios públicos de calidad, que sean eficientes y eficaces, que satisfagan las necesidades de la población, así como la forma en que estos deben ser prestados.

La reglamentación incompleta de este servicio resultó expuesta en varios aspectos, principalmente en lo que refiere al artículo 11, fracción II, Capítulo II “De la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio”, del Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, periodo 2016-2018, que a la letra dice:

Artículo 11.- El Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio en ejercicio de sus funciones tendrá las siguientes atribuciones:

II. Integración del Consejo consultivo de Desarrollo Económico; (Reglamentación, 2016-2018).

Pero no se exponen los requerimientos, características y formas de creación, quedando corto esta fracción, de suma importancia para la participación ciudadana, en especial la de los comerciantes, quien son los sujetos activos en la prestación de este servicio público.

Para justificar esta variable independiente, la reglamentación municipal, se tomaron en cuenta los siguientes indicadores: existencia, claridad, actualización, completa, coherente, que esté de acuerdo con el contexto social y su conocimiento, en la elaboración de los ítems correspondientes, tanto para la encuesta como para la entrevista, y de esta manera conocer la forma en que la ciudadanía percibe la reglamentación municipal en el servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México, en el periodo 2016-2018.

Por medio de las encuestas realizadas a la ciudadanía, se obtuvieron los siguientes resultados, respecto de la variable independiente de la reglamentación municipal, a saber:

El 75.7% de la población encuestada, no percibe la aplicación de la reglamentación en el servicio público de mercados, por parte de los funcionarios encargados de este servicio.

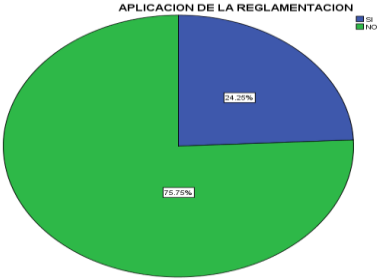
La no aplicación de la reglamentación del servicio público de mercados, se observa de manera palpable, en el desorden que hay en este servicio público, en cuanto a: la falta de organización, distribución y ausencia de zonificación por giros comerciales; la invasión y obstrucción de pasillos por parte de los comerciantes de puestos fijos, semifijos e itinerantes; la falta de higiene en los puestos semifijos e itinerantes que se ubican en los alrededores de las instalaciones del mercado municipal; la falta de reubicación de los puestos semifijos e itinerantes que se encuentran alrededor del mercado municipal, aunado al caos y desorden que de los

bicitaxi, camiones y automóviles que se estacionan en los alrededores del mercado municipal. Se muestra tabla y gráfica:

Tabla 30. Aplicación de la reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	24.3
	NO	75.7
	Total	100.0

Gráfica 26. Aplicación de la reglamentación.



Fuente: Elaboración propia

Fuente: elaboración propia

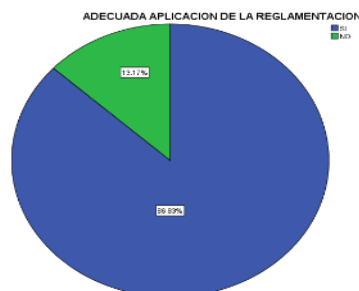
El 86.8% de la población encuestada, consideró que una adecuada aplicación de la reglamentación en el servicio público de mercados haría más eficiente este servicio. Una de las funciones de la ley, es regular la conducta de los individuos en sociedad y su finalidad es obtener orden, paz y armonía en las relaciones sociales, de esta manera queda claro que para los ciudadanos es importante no sola la existencia o el conocimiento de la ley, sino también su aplicación, para la mejora de la calidad de vida de los habitantes de un territorio o de una porción de él, como el caso del municipio, en donde la administración pública tiene que prestar y ordenar los servicios públicos para beneficio de sus habitantes, y en cada uno de ellos debe estar regulado por un reglamento para su buen funcionamiento, de manera eficaz, eficiente y con calidad, como lo enmarca el enfoque de la gestión pública. Por lo cual, es inevitable desligar el acatamiento de la ley con el orden, pues es el objetivo primordial de la ley: el orden dentro de una sociedad. Es por ello que, la población deduce y relaciona que, el orden y la ley van de la mano, que son dos conceptos concatenados, lo cual es cierto, pero lo es más, cuando se toma conciencia de la importancia de acatar la ley, dado que la población espera la obtención un bien mayor, un servicio público de calidad. Se muestra tabla y gráfica:

Tabla 31. Adecuada aplicación de la reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	86.8
	NO	13.2
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 27. Adecuada aplicación de la reglamentación.



Fuente: Elaboración propia

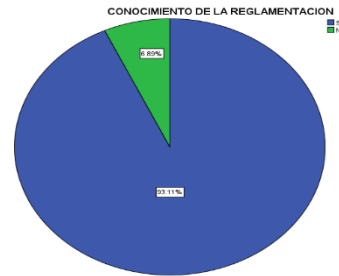
El 93.1% de los encuestados, consideraron que es importante el conocimiento de la reglamentación de este servicio público. Por lo cual, es indispensable que los ciudadanos conozcan la reglamentación de su municipio, no solo del servicio público de mercados, sino de todos aquellos servicios que presta el ente público municipal, el cual también es un derecho fundamental de todo ciudadano, el estar informado de lo que acontece a su alrededor, pues el conocimiento de la reglamentación municipal, hará que la ciudadanía tome conciencia del ¿Por qué? es importante el acatamiento de la ley, lo cual conlleva a ordenar, organizar y por lo tanto a mejorar la calidad y la excelencia de éstos, dado que, la excelencia no solo proviene del trabajo de los servidores y funcionarios públicos, sino también de la participación de los ciudadanos en el cuidado de los servicios públicos que el municipio presta a la sociedad local, de lo anterior deriva la importancia del conocimiento de la reglamentación. Se exhibe tabla y gráfica que narra la situación al respecto:

Tabla 32. Conocimiento de la reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	93.1
	NO	6.9
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 28. Conocimiento de la reglamentación.



Fuente: Elaboración propia

El 80.8% de los encuestados, manifestaron que el Ayuntamiento Municipal no ha promovido la difusión de la reglamentación del servicio público de mercados. De esta forma es evidente el poco interés que muestran los servidores y funcionarios públicos en dar a conocer la reglamentación del servicio público de mercados y de toda aquella reglamentación pertinente a la administración pública local, pues generalmente dan por hecho la difusión al pegar el Bando de Policía y Buen Gobierno en los lugares públicos ya conocidos y no hacerla extensiva mediante otros medios, como el voceo, los medios electrónicos o los medios impresos.

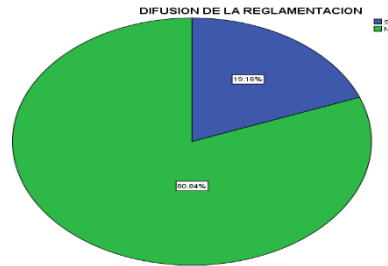
La difusión de la reglamentación es importante, pues ello conlleva a su conocimiento y en consecuencia a su acatamiento, dado que, sin difusión es imposible conocer algo, al menos que haya un interés previo por conocer, en donde los interesados buscarían los medios para llegar a ese conocimiento. De ahí la importancia de que el ayuntamiento de a conocer por diversos medios las leyes locales y, en consecuencia, del conocimiento realizado, la ciudadanía acataría los mismos, para la obtención del bien público temporal de sus componentes. Se presenta tabla y gráfica:

Tabla 33. Difusión de la reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	19.2
	NO	80.8
Total		100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 29. Difusión de la reglamentación.



Fuente: Elaboración propia

Respecto al conocimiento de la reglamentación por parte de los funcionarios públicos, se encontró que estos desconocen las sanciones que contempla la reglamentación existente, pues en palabras del C. P. Jesús Sánchez, Director de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, "...para no entrar en detalles pues porque sería mucho tiempo y le diría cualquier persona que quisiera saber definitivamente pues el bando municipal está publicado y ahí podrían checar cuales son las sanciones en cuanto a la reglamentación de aquí." (Sánchez B, 2017), excusó el tiempo que se tardaría en citar algún ejemplo. El C. David Sánchez, coordinador de comercio por parte de SUTEYM, tampoco contesto con claridad este cuestionamiento, argumento que: "...el director es el que la pone." (Sánchez A, 2017), por lo cual, no se puede ofertar un servicio de calidad si las autoridades encargadas del mismo desconocen los procedimientos y herramientas útiles, de las cuales disponen.

La presencia de malas prácticas normativas como la copia de reglamentos de un ayuntamiento a otro se manifestó en la reglamentación del servicio público de mercados, en el Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, periodo 2016-2018, en el Título XI "De las responsabilidades de los Servidores Públicos", en su artículo 122, fracción XXIII y XXIV, que respectivamente expresan:

XXIII. Llevar a cabo el proceso de desinfección del agua para uso, consumo y aprovechamiento humano, en los términos de la Norma Oficial Mexicana;

XXIV. Operar eficazmente y con la debida diligencia los mecanismos para la regulación del flujo de agua para el suministro a los usuarios de dicho servicio público, evitando en todo momento la simulación de escases de dicho líquido; (Reglamento, 2016).

Dichas disposiciones versan sobre el servicio público de agua potable y alcantarillado, por lo cual, no son aplicables y no tienen nada que ver con el servicio público de mercados, lo cual corrobora la copia de reglamentos de municipio a municipio.

Lo correcto y adecuado, debería ser que las reglamentaciones municipales se realicen y se construyan en relación a los requerimientos de cada municipio, contemplando las características espaciales, temporales, demográficas, sociales, culturales y económicas, porque cada municipio es distinto e irrepetible. Al realizar esto se apostaría a la mejora de todos los servicios públicos, ofertados por las administraciones municipales, y con ello se mejoraría de la calidad de vida de los habitantes y comerciantes, así como la administración pública local.

Es por ello que se necesitan reglas claras y precisas para el correcto funcionamiento, no solo en el servicio público de mercados, sino de todos los servicios públicos municipales, mediante la reglamentación y la gestión municipal.

Respecto a las entrevistas realizadas a comerciantes, servidores y funcionarios públicos, tenemos que:

Los comerciantes, opinaron que en el servicio público de mercados no hay orden, el orden es necesario no solo dentro de la administración pública, sino en la vida cotidiana y en todas las actividades que el hombre realiza, dado que el orden es necesario en toda actividad humana, porque permite un adecuado funcionamiento de las mismas, principalmente en las de tipo colectivo, en este caso, en las cuestiones administrativas públicas. La falta de orden genera caos y es la comunidad quien indudablemente lo percibe. En este rubro, Jesús Sánchez manifestó:

...nosotros hemos dialogado, hemos tenido pláticas con diferentes sectores de comerciantes, pero pláticas constructivas, no destructivas, en llegar a un acuerdo para un mejor funcionamiento y no afectar su actividad comercial de cualquier tipo de comerciante, siempre hemos llegado a estar bien, eso demuestra que hasta ahorita, nosotros en la dirección hasta la fecha nunca hemos provocado a la dirección un plantón, un reclamo de los comerciantes hacia el presidente municipal, porque hemos sabido hasta la fecha, saber dialogar... (Sánchez B, 2017).

Por lo que, saber dialogar no implica omitir las obligaciones que se tienen como servidor o funcionario público, como la aplicación correcta de la reglamentación correspondiente en el servicio público de mercados, su falta de cumplimiento e implementación también es falta de ética pública, de responsabilidad, de profesionalización, de eficiencia y de eficacia, lo cual incide de manera negativa en la calidad de la prestación de cualquier servicio.

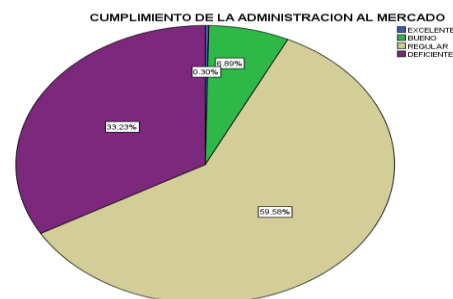
Al respecto, es importante señalar los porcentajes que se obtuvieron en las encuestas realizadas a la comunidad amecamequense, sobre la percepción del grado de cumplimiento en la administración del servicio público de mercados, en concreto en el mercado municipal. El 59.6% de los encuestados opinó que el cumplimiento en la administración del mercado es regular, mientras que el 33.2% opinó que es deficiente. Las dos cifras anteriores evidencian la carencia del trabajo por parte de las autoridades municipales, ya que es la comunidad municipal, repito, quien percibe la realización correcta o incorrecta del trabajo de los servidores y funcionarios públicos. Se muestra tabla y gráfica:

Tabla 34. Cumplimiento de la administración al mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	EXCELENTE	.3
	BUENO	6.9
	REGULAR	59.6
	DEFICIENTE	33.2
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 30. Cumplimiento de la administración al mercado.



Fuente: Elaboración propia

Por lo cual, el cumplimiento en la administración del mercado municipal es bajo, respecto a la dimensión dependiente “calidad” en el servicio público de mercados, por parte de la administración municipal. Debido a la falta de una correcta reglamentación y gestión pública, así como por la falta de aplicación de la reglamentación existente para el servicio público de mercados.

3.4. La importancia de la gestión pública en el servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México

La gestión pública, a groso modo, es la acción y la consecuencia de dirigir algo, mediante la realización de ciertas diligencias para hacer posible la construcción de una operación o proyecto, a través de: objetivos, estrategias, planeaciones, valores, estructuras, ejecución de proyectos, alternativas, toma de decisiones, resolución de problemas, capacidad de respuesta, eficiencia y eficacia, con la finalidad de llevar a cabo de la mejor manera, la administración de los recursos públicos, tanto materiales, como humanos, para la mejora en la calidad de la prestación de servicios públicos a la población.

En otras palabras y en estricto sentido, la gestión pública, es el uso eficiente de los recursos y el manejo transparente de los mismos, pero sustancialmente es enfocar el uso de estos recursos en la satisfacción de las necesidades más urgentes de las comunidades, como los son los servicios públicos, bajo la condición de que se pueda apreciar el efecto del trabajo municipal en el mejoramiento de las condiciones de bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y, de ésta manera, ejecutar el bien público temporal de sus componentes, la sociedad municipal y, en consecuencia de la sociedad estatal.

Hoy en día, el referente en la administración pública es la prestación de los servicios públicos a los ciudadanos, como manera real de legitimarla, para resaltar en la realidad la importancia del bien público temporal, como elemento constitutivo del Estado y fin teleológico del mismo, siendo este la finalidad del poder público.

Bresser, argumenta que:

Hoy las nuevas tendencias en la prestación de servicios públicos, busca a ser el paso de los esquemas de privatización a los esquemas de socialización o transferencia de activos al tercer sector. Lo cual puede generar mayores niveles de participación directa de la ciudadanía en los asuntos públicos, así como mayores niveles de eficiencia y optimización de los recursos, fruto en gran medida de la puesta en práctica de mecanismos de control y rendición de cuentas constantes. (Bresser, 1998: 63-74).

Es evidente la apertura de algunos servicios públicos al sector privado para generar mayor eficiencia y eficacia de los recursos existentes, así como el aumento de la participación ciudadana en los asuntos públicos, es la importancia que se le ha debido dando a la Gestión Pública, en materia de servicios públicos.

En este orden de ideas, Ranson y Stewart, comentan que la especificidad del sector público, en cuanto a la gestión pública, se manifiesta en al menos dos ámbitos:

- 1) La necesidad de articular la competencia entre objetivos alternativos que incorpora el proceso político, y
- 2) La necesidad de gestionar la interdependencia y la cooperación organizativa para el logro de los objetivos públicos. (Brugué y Subirats, 1996: 16).

Soria, define a la gestión pública como “el conjunto de acciones mediante las cuales las entidades tienden al logro de sus fines, objetivos y metas. Debe ser llevada a cabo por los servidores y funcionarios públicos, lo que significa que deben contar con la capacitación y conocimientos necesarios para el desempeño de sus funciones. Uno de sus instrumentos imprescindibles para identificar, fortalecer y mejorar estas capacidades es el plan de Desarrollo de Capacidades.” (Soria, 2007:61).

Lo anterior corrobora la importancia de la competencia, no solo en los objetivos alternativos, sino también de la competencia laboral que todo servidor y funcionario público debe poseer, para alcanzar de manera óptima los planes y proyectos planteados, así como vislumbrar los objetivos alternativos para la solución de los problemas existentes, subrayando la cooperación que debe haber en toda administración pública, para alcanzar dichas metas y objetivos planteados.

Es por ello que, la administración pública se compone de múltiples organizaciones y estructuras con objetivos particulares. Una organización pública siempre se encuentra rodeada de una red de organizaciones especializadas, cada una defendiendo su sub-objetivo pero, también, comparte los grandes valores y los objetivos generales del sector público.

En este sentido y, en conclusión, la gestión pública facilita la expresión de voluntades, la cooperación, la competencia, la mejora de la calidad de vida de la población, el consenso para la resolución de los problemas existentes, la toma de decisiones, el manejo eficiente y transparente de los recursos, alternativas de solución, el mejoramiento de la calidad de vida de la población y la prestación adecuada de los servicios públicos, entre otros.

Por otra parte, existen dos conceptos importantes dentro de la administración y de la gestión pública: la eficacia y la eficiencia. La primera apunta hacia los fines y la segunda hacia los medios. La eficacia, conduce a la realización de las actividades que lleven al logro de los objetivos, es decir, es hacer las cosas correctas; la eficiencia, lleva a la obtención de resultados haciendo uso de la menor cantidad de recursos, es decir, es hacer bien las cosas. La Comisión de Ética y Transparencia Institucional, CETI por sus siglas, establece que, la eficiencia hace referencia a los recursos empleados y los resultados obtenidos, es una capacidad o cualidad muy apreciada por empresas u organizaciones debido a que en la práctica todo lo que éstas hacen tiene como propósito alcanzar metas u objetivos, con recursos (humanos, financieros, tecnológicos, físicos, de conocimientos, etc.) limitados y (en muchos casos) en situaciones complejas y muy competitivas. Por lo que, para el CETI, la eficiencia viene a ser la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un determinado fin. En pocas palabras, la eficiencia es el nivel de logro en la realización de objetivos por parte de un organismo con el menor coste de recursos financieros, humanos y tiempo, mientras que, la eficacia es la capacidad para lograr el efecto que se desea o se espera, es decir, que cumple perfectamente con su cometido. (Comisión, 2008). A groso modo, la eficacia es el cumplimiento de los objetivos planteados y la eficiencia es la optimización de los recursos para

producir bienes y servicios en el menor tiempo posible, dentro de una organización sea ésta pública o privada.

Para justificar la variable independiente, que se tiene en la elaboración del presente trabajo, gestión pública, se tomaron en cuenta los siguientes indicadores: eficacia, eficiencia, transparencia en la utilización de los recursos para satisfacer las necesidades más urgentes de la comunidad, la apreciación del efecto del trabajo municipal en el mejoramiento de las condiciones y de la calidad de vida de las personas, para la elaboración de los ítems correspondientes tanto para la encuesta como para la entrevista, para conocer la forma en que la ciudadanía percibe la reglamentación municipal en el servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México, en el periodo 2016-2018.

Por lo que, en relación al rubro del enfoque de la gestión pública, la cual se caracteriza entre otros aspectos por la eficacia y la eficiencia, Rodríguez y García, en “Eficacia y Eficiencia, premisas indispensables para la Competitividad”, sobre la primera mencionan que ésta consiste en “trabajar por objetivos, sistema de dirección dirigido a lograr una adecuada coordinación de personas, recursos y mecanismos para obtener resultados relevantes sobre la base de la amplia y efectiva participación...” (Rodríguez, 2012: 5), haciendo referencia indirectamente a la gestión pública y, sobre la segunda, la eficiencia, argumentan que, ésta “...es, por tanto, el objetivo central de la Política Económica pues constituye una de las mayores potencialidades con que cuenta el país. Hacer un mejor uso de los recursos, elevar la productividad del trabajo, alcanzar mejores resultados con menos costos tendrán un efecto positivo en el balance financiero...” (Rodríguez, 2012: 6), ya que estos dos conceptos, no pueden desligarse dentro del marco de la Gestión Pública.

Rodríguez y García, en el citado artículo, comentan dentro del concepto eficacia, que “Las acciones que se lleven a cabo atacarán los obstáculos que requieren solución para alcanzar la competitividad, entre los que se encuentran: Mal estado de las instalaciones e inadecuadas condiciones de trabajo; Deficiencias en la contabilidad y la Planificación financiera; Alcanzar la certificación de la calidad;

Dificultad para incorporar la tecnología más apropiada y; Bajos volúmenes de producción.” (Rodríguez, 2012: 7).

Rodríguez y García, citando el diamante de la competitividad de Porter, en donde se presentan las cuatro variables que deben cumplirse para alcanzar una posición competitiva mundial:

1. Condición de los factores: Recursos naturales (físicos), recursos humanos, recursos de capital, infraestructura física, infraestructura administrativa, infraestructura científica y tecnológica, etc.
2. Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas: La creación de destrezas competitivas requiere un ambiente que motive la innovación. Una competencia local vigorosa e intensa es una de las presiones más efectivas para que una empresa mejore continuamente.
3. La condición de la demanda: Las empresas más competitivas invariablemente cuentan con una demanda local que se encuentra entre las más desarrolladas y exigentes del mundo.
4. Industrias relacionadas y de apoyo: Tomando en consideración la presencia de proveedores locales capaces y de compañías en las áreas relacionadas, grupos en lugar de industrias aisladas. (Rodríguez, 2012: 9).

Tal es la importancia de la eficiencia y de la competencia dentro de una organización, sea esta pública o privada.

En relación con el cumplimiento de la administración en el mercado, en las encuestas, se obtuvieron los siguientes resultados:

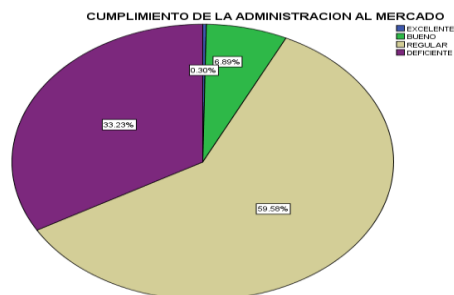
El 59.6% de los ciudadanos encuestados, consideró el grado de cumplimiento de la administración del servicio público de mercados es regular y un 33.2% consideró que es deficiente, dichos porcentajes inciden de manera negativa en la eficacia y en la eficiencia que postula el enfoque de la gestión pública, pues éstos se encuentran en una escala de valor baja. Se muestra tabla y gráfica para tal efecto:

Tabla 35. Cumplimiento de la administración al mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	EXCELENTE	.3
	BUENO	6.9
	REGULAR	59.6
	DEFICIENTE	33.2
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 31. Cumplimiento de la administración al mercado.



Fuente: Elaboración propia

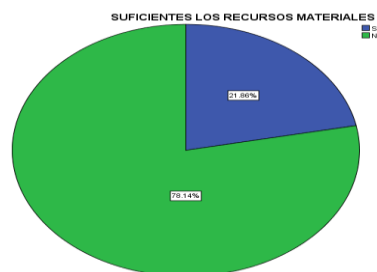
El 78.1% de los ciudadanos encuestados, opinó que no son suficientes los recursos materiales que dispone el Ayuntamiento para el servicio público de mercados, al igual que el ítem anterior, indica que la percepción de la ciudadanía en cuanto a la disponibilidad de recursos materiales es ineficiente e ineficaz. Se muestra tabla y grafica al respecto:

Tabla 36. Suficientes los recursos materiales.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	21.9
	NO	78.1
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 32. Suficientes los recursos materiales.



Fuente: Elaboración propia

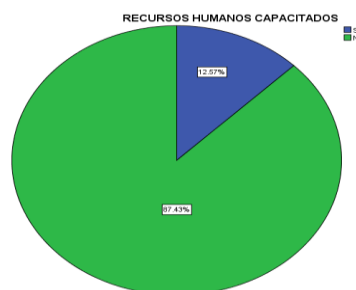
El 87.4% de los ciudadanos encuestados, mencionó que los recursos humanos que dispone el Ayuntamiento para el servicio público de mercados, no se encuentran capacitados para el desarrollo de su función, al igual que los ítems anteriores, dicho porcentaje indica que la percepción de la ciudadanía en cuanto a la capacitación de los recursos humanos es ineficiente e ineficaz. Se exhibe tabla y gráfica al respecto:

Tabla 37. Recursos humanos capacitados.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	12.6
	NO	87.4
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 33. Recursos humanos capacitados.



Fuente: Elaboración propia

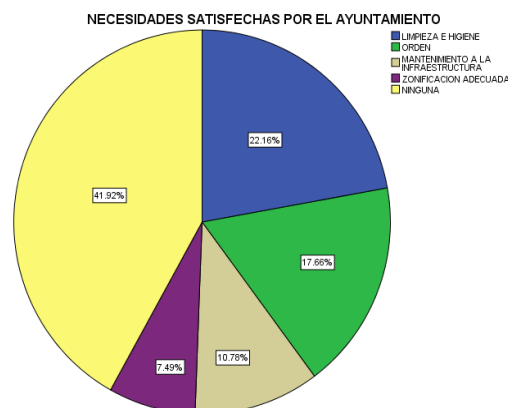
El 41.9% de los ciudadanos encuestados, señaló que el Ayuntamiento y la administración municipal no satisfacen ninguna necesidad en el servicio público de mercados, porcentaje muy elevado que vuelve a remarcar la ineficacia y la eficiencia en la administración pública, indicando de manera relevante, la falta de gestión pública en dicho servicio. Se presenta tabla y grafica al respecto:

Tabla 38. Necesidades satisfechas por el ayuntamiento.

		Porcentaje válido
Válidos	LIMPIEZA E HIGIENE	22.2
	ORDEN	17.7
	MANTENIMIENTO A LA INFRAESTRUCTURA	10.8
	ZONIFICACION ADECUADA	7.5
	NINGUNA	41.9
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 34. Necesidades satisfechas por el ayuntamiento.



Fuente: Elaboración propia

El 68.3% de los ciudadanos encuestados, calificó como regular al Ayuntamiento Municipal en la mejora de la calidad de vida y del bienestar de los usuarios y de los comerciantes, como resultado de este servicio público, mientras que el 25.1% manifestó que es deficiente. Ambos porcentajes vuelven a recalcar la falta de gestión pública en dicho servicio, dado que dichos porcentajes, sobre estos indicadores, son elevados y negativos en cuestión de gestión pública.

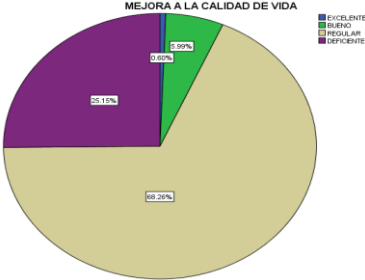
Rodríguez y García, citan a Adam Smith en “Eficacia y Eficiencia, premisas indispensables para la Competitividad”, quién argumento en 1776, en su libro “La Riqueza de las Naciones” que “La principal Meta económica de una nación es elevar en forma constante y creciente el nivel de vida de su población.” (Rodríguez, 2012: 3), premisa importante en la Teoría del Estado, en lo refiere al elemento del Bien Público, satisfacer las necesidades de la población para realizar el bien común de sus componentes. Cuestión que no encaja con la realidad del Municipio de Amecameca, en particular en el servicio público de mercados, en donde las encuestas al respecto exhiben como regular la mejora de la calidad de vida y del bienestar de los usuarios y de los comerciantes. Se exterioriza tabla y grafica al respecto:

Tabla 39. Mejora a la calidad de vida.

		Porcentaje válido
Válidos	EXCELENTE	.6
	BUENO	6.0
	REGULAR	68.3
	DEFICIENTE	25.1
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 35. Mejora a la calidad de vida.



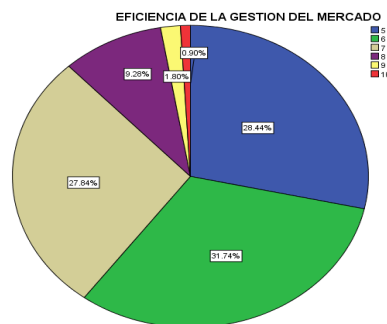
Fuente: Elaboración propia

El 31.7% de los ciudadanos encuestados, calificó con un seis, a la eficacia con la cual se gestiona el servicio público de mercados, por parte de la administración municipal, el 28.4%, le atribuyó un cinco de calificación, mientras que el 27.8% le concedió un siete. Las calificaciones anteriores son bajas, no entran en el rubro de una calificación regular, situación que afecta directamente a la eficacia y a la eficiencia sobre las cuales versa la gestión pública, que deberían de incidir de manera positiva en la administración municipal. Se exhibe gráfica y tabla:

Tabla 40. Eficiencia de la gestión del mercado. Gráfica 36. Eficiencia de la gestión del mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	5	28.4
	6	31.7
	7	27.8
	8	9.3
	9	1.8
	10	.9
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

En lo que corresponde al enfoque de la gestión pública, la cual se basa en los resultados que se tiene en la prestación de todo servicio público, como la implementación de políticas públicas, de los planes y de las planeaciones realizadas por parte de las autoridades encargadas de los servicios públicos, dichos resultados no se proyectan en el servicio público de mercados, del municipio de Amecameca, lo cual se manifiesta en las declaraciones de los servidores y funcionarios públicos encargados del servicio público de mercados, al cuestionarles sobre la forma en cómo se evalúan los resultados obtenidos en este servicio público, por ejemplo, el funcionario público David Sánchez, quien funge como Coordinador de Comercio, dijo desconocer la forma en cómo se evalúan los resultados obtenidos en este servicio público, mientras que, el Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, Jesús Sánchez, comentó:

...le pido un informe a mi coordinador de comercio, cuáles son los trabajos que se han realizado para el mejoramiento, el mejor funcionamiento en cuanto al tianguis y al mercado a todo el negocio que está en la explanada, el coordinador de comercio me rinde un informe, yo le solicito mediante un oficio y él me tiene que informar que es lo que se ha llevado a cabo, inspecciones, verificaciones, todo lo hacemos por oficio y todo eso lo recibo yo por parte del coordinador de comercio. (Sánchez B, 2017).

El informe que solicita el Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, no debería de ser el único medio a través del cual se evalúen los resultados, las acciones, el cumplimiento de metas y de objetivos que se deben de llevar a cabo para la mejora de éste servicio, debiera haber otro tipo de parámetros cuantitativos

y cualitativos para la medición de los resultados en el servicio público de mercados. En la entrevista realizada al quinto regidor, José Manuel Vázquez Hernández, quien es el regidor encargado de la supervisión del Servicio Público de Mercados, éste argumentó: "...existen unas bitácoras donde nosotros podemos saber quiénes ya pagaron, quienes no han pagado, cuantos, existe un censo, un padrón en todo el comercio formal e informal." Lo anterior se trata de un seguimiento, de un control, para saber quiénes han cumplido con las obligaciones del pago de permisos, licencias, etc., de igual manera no es el medio idóneo para evaluar los resultados obtenidos para la mejora de este servicio.

Otro argumento, que más bien parece una excusa y pretexto es la "falta de recursos públicos" con la que cuenta el municipio de Amecameca, al cuestionarle al quinto regidor, José Manuel Vázquez Hernández, que si percibía el trabajo de la administración municipal en la calidad del servicio público de mercados, dijo "Bueno pudiera haber deficiencias, pero no es cuestión de que no se quiera trabajar, no se cuenta con los recursos y esto que quiere decir, que todos los servicios que debe prestar un municipio pues no hay dinero etiquetado del gobierno del Estado o del Gobierno Federal para poder hacerlo..." (Vázquez, 2017) evidencia de la deficiencia de la gestión pública, falta de compromiso, visión y de relaciones intergubernamentales para fortalecer y buscar recursos económicos para la mejora de los servicios públicos que oferta el ayuntamiento.

Respecto a la dimensión de la gestión pública, como variable independiente, la cual va ligada a la variable dependiente "La calidad del servicio público de mercados", se menciona en este apartado al indicador infraestructura, dentro de la dimensión de calidad, que guarda el servicio público de mercados, el cual va ligado con la Gestión Pública, en razón a lo que comentó el funcionario público, David Sánchez, Coordinador de Comercio: "...mi punto de vista sería pues hacer otro mercado porque es insuficiente, ya están muy atascados ahí los puestos, sería hacer un nuevo mercado. La infraestructura ya es muy vieja, ya para arreglarla pues, sería mejor construir una nueva." (Sánchez A, 2017).

Dicho funcionario comenta la necesidad de la construcción de un mercado nuevo, pues el actual es insuficiente para albergar a los comerciantes que se encuentran en su periferia, ya que, en la actualidad su infraestructura es insuficiente por la cantidad de establecimientos semifijos y ambulantes que hay todos los días.

Lo anterior se sustenta con lo que mencionó el quinto regidor, José Manuel Vázquez Hernández "... Para mejorar la imagen debemos tener los espacios suficientes..." y la cuestión sería, en sus propias palabras, "...los vamos a quitar pero en donde los vamos a poner... necesitamos espacios... para el comercio." (Vázquez, 2017), refiriéndose a la reubicación de los comerciantes ya establecidos en puesto fijos o semifijos y situar a los itinerantes en un espacio adecuado.

Ello demuestra la falta de gestión y de labor política, para obtener recursos materiales y económicos suficientes para la construcción de un nuevo mercado público, cuya capacidad sea suficiente para resolver los problemas ya citados.

En cuanto a lo que se ha hecho en materia de gestión pública, para mejorar la infraestructura del mercado municipal, el quinto regidor, C. José Manuel Vázquez, encargado de la supervisión del Servicio Público de Mercados, mencionó:

...este año acabamos de mandar un oficio a la Secretaria de Comercio y a Turismo para ver si nos pueden facilitar el mantenimiento ya que no contamos con el dinero suficiente ni recursos propios para darle mantenimiento al mercado, que tiene aproximadamente tres administraciones que no le hacen nada, entonces si Usted me pregunta ahorita eso, yo le diría que esta deficiente, que no debería estar así porque no le han dado mantenimiento. (Vázquez, 2017).

Se encontró deficiencia en la gestión pública, profesionalización, resultados, iniciativa y voluntad política para encontrar soluciones y resolver las problemáticas que afectan este servicio, como la búsqueda de recursos económicos, no solo a nivel federal, estatal e intergubernamental.

El comerciante, Miguel Pacheco, en relación a la saturación del comercio, principalmente en los días de tianguis, miércoles y domingo de cada semana, comenta la falta de apoyo y de gestión por parte del Ayuntamiento, para mantener

en buenas condiciones tanto el mercado, como el tianguis y el zócalo, jardín como él lo llama, al decir:

...nosotros como prioridad, teníamos desde un principio y se lo hicimos saber al señor presidente ahora, que el jardín fuera en verdad un jardín, que tuviera algo en donde el turismo llegue y se siente y todo y siempre está lleno de puestos ya es un tianguis, de verdad, entonces decimos donde esta esa belleza que según ellos dicen que “Ameca con encanto”... ellos mismos lo provocan... los que estamos establecidos yo le puedo asegurar que casi todos tenemos la mejor prioridad de que esto se ve a mejor... (Pacheco, 2017).

Lo que expresaron los comerciantes C. José Víctor Padilla Domínguez y C. Miguel Pacheco Hernández, sobre el desarrollo que hay en el sector terciario en el municipio de Amecameca, es decir, el comercio, la distribución de bienes y servicios, se corrobora con lo expresado en el Plan municipal de desarrollo urbano de Amecameca, lo que respecta al sector terciario:

Está representado por actividades como el comercio y servicios, que la población realiza dentro y fuera del Municipio; esta actividad es la más importante generadora de empleo. El comercio se concentra en la cabecera, especialmente en el mercado. Los días de tianguis son los lunes, miércoles y domingos, pero diario hay un notable movimiento comercial en tiendas de abarrotes con toda clase de productos, puestos fijos y semifijos en el interior y ambulantes en toda el área aledaña. (Secretaría, 2003: 32).

La mayor concentración a nivel municipal la presenta el sector terciario con un 54.96%, principalmente por las actividades comerciales y de servicios, originado básicamente por el mercado, tianguis y el turismo; después le sigue el sector secundario con un 24.26%, caracterizado por las industrias existentes y en menor porcentaje el sector primario con un 17.03%, que dadas sus características, tiende a disminuir. (Secretaría, 2003: 36).

Se rectifica que, en el Municipio de Amecameca, Estado de México, los días de tianguis se realizan los miércoles y domingos de cada mes y no los días lunes, como hace mención el citado Plan de Desarrollo Urbano de Amecameca, 2003, en su página 32.

El municipio comienza nuevamente a renacer la actividad turística. Se ofrecen a los visitantes diferentes actividades ecoturísticas en sitios como: el parque nacional Izta-Popo, Paso de Cortés, el albergue “Tlamacas”, el parque ecoturístico “Apatlaco”, entre otros, en donde se aprecia la belleza y majestuosidad los dos volcanes: Popocatepetl e Iztaccíhuatl, así como

también la visita a una amplia gama de parajes naturales y parques ecoturísticos, en donde se pueden realizar diversas actividades como: campismo, montañismo, alpinismo y excursionismo.

En el municipio se tienen como principales problemas laborales: el desempleo, la inestabilidad laboral, la falta de capacitación, los bajos salarios y la falta de apoyo al sector turístico, ya que de captar apoyos tanto a nivel local, estatal como federal, sería la principal fuente de ingresos de los habitantes de este municipio. “El índice de desempleo se ubica en un 2.6%.” (Secretaría, 2003: 36).

Para continuar con el desarrollo de la dimensión independiente, la Gestión Pública dentro del Servicio Público de Mercados, en opinión del comerciante C. José Víctor Padilla Domínguez, se necesita “todo”, las necesidades más urgentes a satisfacer en la mejora de la imagen del mercado municipal van más allá del servicio público de mercados. Por ello, considero conveniente citar lo que expreso este comerciante, pues su perspectiva, es un enfoque integral, de alguien que de cerca padece los aciertos y desatinos en la ejecución de la administración pública municipal:

Todo exactamente a un cien por ciento, todo se necesita, se necesita el jardín municipal, se necesitan mercados, se necesitan calles, se necesita a la parte de nosotros de aquí de Abasolo, todo, todo se necesita. Darle una imagen al mercado, darle mantenimiento a los arcos, pintarlo en su momento, ver pasillos, platicar con los comerciantes de adentro que se le dé una mejor calidad de recibimiento al turismo que de eso vivimos, es decir, todo, de todo. (Padilla, 2017).

Lo anterior en razón de que el municipio de Amecameca es un lugar turístico y emblemático, no solo por su belleza natural, sino también por su riqueza cultural e histórica, es por ello que, en opinión de José Víctor, Amecameca necesita de “todo”.

Es importante en el todo servicio público mercados, el orden, el respeto y la aplicación de su propia reglamentación, así como la mejora y el mantenimiento de su infraestructura, es un todo, en donde cada parte juega un papel importante dentro del sistema, es por ello que, dichos conceptos se van entrelazando al momento de externar las preocupaciones que cada sujeto tiene dentro de su contexto social.

Tanto la saturación del comercio en el servicio público de mercados, como la falta de una adecuada presentación de la cabecera municipal, mantienen una íntima relación como la falta de gestión pública, en relación a la mejora de su presentación y embellecimiento, no solo de la institución social del mercado y del tianguis, sino del municipio en sí, en especial la cabecera municipal, lo cual agrava la situación para el desarrollo adecuado del sector terciario, del comercio, pues con lo que ya se ha argumentado, tanto por los ciudadanos amecamequenses, por los servidores y funcionarios públicos y como por los comerciantes, se deduce que no solo es importante la presentación del servicio público de mercados, sino también de la cabecera municipal del Municipio de Amecameca, su presentación, portada, fachada, característica indispensable para atraer y conservar el turismo que llega a este municipio.

En relación a ésta variable dependiente se concluye que, la Gestión Pública es la acción y la consecuencia de dirigir algo, mediante la realización de ciertas diligencias para hacer posible la construcción de una operación o proyecto, a través de: objetivos, estrategias, planeaciones, valores, estructuras, ejecución de proyectos, alternativas, toma de decisiones, resolución de problemas, capacidad de respuesta, eficiencia y eficacia, con la finalidad de llevar a cabo de la mejor manera, la administración de los recursos públicos, tanto materiales, como humanos, para la mejora en la calidad de la prestación de servicios públicos a la población, en materia pública, por lo que, quienes están obligados a actuar en este sentido, indudablemente son los servidores y funcionarios públicos, a quienes se les ha asignado una función o tarea determinada dentro de la administración pública, en el caso del presente trabajo, ésta recae sobre el Quinto Regidor, el Director y el Coordinador de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio.

Tanto en las encuestas, que se realizaron a la ciudadanía local, como en las entrevistas que se realizaron tanto a comerciantes, como a servidores y funcionarios públicos, pude percatarme de la falta de acciones y, por lo tanto, de consecuencias positivas en el servicio público de mercados. Concluimos en éste apartado, que en materia de Gestión Pública, en el municipio de Amecameca, Estado de México, en

particular, en el servicio público de mercados, no se lleva a cabo el desempeño y desarrollo adecuado de ésta disciplina, que se enfoca en la correcta administración de los recursos del Estado a fin de satisfacer las necesidades de la ciudadanía e impulsar en consecuencia el desarrollo del Estado, mediante una coordinación integral entre organización, planeación, control y dirección sobre el accionar en el funcionamiento de los servicios públicos. Por lo que, en este rubro, falta mucho quehacer político y público para el desarrollo óptimo de esta especialidad.

3.5. La importancia del desempeño de los servidores públicos, responsables del servicio público de mercados, como factores determinantes de la calidad del mismo, en el municipio de Amecameca, Estado de México

Dentro de una sociedad estatal es trascendental y necesario, para el buen funcionamiento de la misma, tener el mismo enfoque o la misma dirección de saber a dónde se quiere llegar, lo anterior es básico para que haya sintonía y armonía y se avance hacia el desarrollo y progreso de la colectividad política. En este aspecto, inciden dentro de la dimensión dependiente de la calidad del servicio de mercados los indicadores de organización y coordinación. En relación a la dimensión independiente: reglamentación municipal, se encuentran las dimensiones de conocimiento y difusión; en relación a la dimensión independiente, Gestión Pública, tenemos como dimensiones ejes a la eficacia y la eficiencia, así como la figura del servidor y del funcionario público, que bajo su cargo estarían los siguientes indicadores: capacitación y obligaciones y como usuarios y beneficiarios de éste servicio se encuentran los indicadores de derechos y obligaciones de los sujetos activos en ésta actividad, los comerciantes y la ciudadanía.

A continuación se hablará de los resultados más destacados que se obtuvieron tanto en las encuestas como en las entrevistas que se realizaron para recabar información del presente trabajo de investigación, ya que estos se han desahogado en los subcapítulos que anteceden, debido a la relación tan estrecha que existe entre las

dimensiones dependiente, “La calidad del servicio público de mercados” e independientes, “Reglamentación municipal”, “Gestión Pública”, “Autoridades municipales” (Servidores y funcionarios públicos), “comerciantes” y “ciudadanos”.

Las encuestas fueron aplicadas a la ciudadanía local. Las entrevistas fueron realizadas a cuatro comerciantes, un servidor público, dos funcionarios públicos y a un experto sobre el tema.

Dentro de la dimensión dependiente “la calidad del servicio público de mercados” se hallan los indicadores de organización y coordinación, lo cual ya fue mencionado en el capítulo 3.2, se descubriéndose que el 53.3% de los ciudadanos encuestados no perciben una adecuada zonificación de los giros comerciales en el mercado municipal, confróntese página 173 del capítulo 3.2.

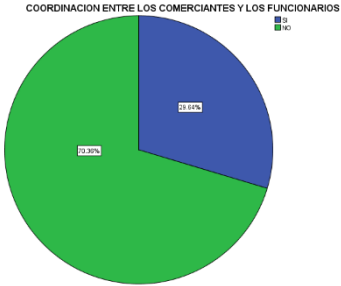
Respecto de la coordinación entre las autoridades públicas y los comerciantes, los ciudadanos no la perciben, puesto que en las encuestas se encontró que más del 70% de ellos no la observan en este servicio público, como se muestra en la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 41. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	29.6
	NO	70.4
Total		100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 37. Coordinación entre los comerciantes y los funcionarios.



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que la ciudadanía no aprecia que haya coordinación entre las autoridades encargadas del servicio público de mercados, el 70.4 % de la población encuestada no lo percibe. Lo cual representa un alto porcentaje que, sin duda alguna, disminuye la calidad del servicio público de mercados, en la localidad de Amecameca, Estado de México.

En las entrevistas realizadas tanto a los comerciantes como a los servidores y funcionarios públicos, en relación a los indicadores de organización y coordinación, se obtuvo lo siguiente:

En relación a la organización, el comerciante C. Miguel Pacheco Hernández expresó:

Pues la verdad, que ha estado muy mal organizado..., pues nosotros como comerciantes que estamos establecidos y todo, este sexenio, trienio que esta hoy en regla, de verdad que está saturando de más comercio todo afuera y no hay estacionamiento..., no hay nada de lo que nosotros queremos para que entre la gente pase hasta adentro... Esta administración ha traído más desorden que las anteriores... nunca se arrima el señor presidente, vamos a darle más belleza, vamos a darle otra iniciativa, porque nunca, siempre que se le va a buscar no está, se fue a Toluca, entonces ahorita no, no hay. Siempre ha sido casi siempre lo mismo en las administraciones... se le va a ver, pero nunca esta, siempre no más alguien, manda llamar al inspector, que al de mercados, que al de reglamentos... vamos a ir a ver y ahí se queda todo... (Pacheco, 2017).

Lo anterior se contrapone con lo expresado por el Director de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, el C.P. Jesús Sánchez Tirado, al señalar:

Pues nosotros como administración, y desde que se tomó posesión, siempre el presidente municipal, siempre tuvo a bien a decirnos y aún lo sigue diciendo, que “la administración está para servir a la comunidad mas no servirse de ella”, nosotros hemos dialogado, hemos tenido pláticas con diferentes sectores de comerciantes, pero platicas constructivas, no destructivas, en llegar a un acuerdo para un mejor funcionamiento y no afectar su actividad comercial de cualquier tipo de comerciante, siempre hemos llegado a estar bien, eso demuestra que hasta ahorita, nosotros en la dirección hasta la fecha nunca hemos provocado a la dirección un plantón, un reclamo de los comerciantes hacia el presidente municipal, porque hemos sabido hasta la fecha, saber dialogar... (Sánchez B, 2017).

Lo anterior corrobora la mala organización y la deficiente comunicación que existe en el servicio público de mercados en el Municipio de Amecameca, entre los sujetos implicados en la prestación de este servicio, lo cual lo convierte en deficiente y de mala calidad.

Respecto a la coordinación, el comerciante C. José Víctor Padilla Domínguez manifestó:

...lo que necesita Ameca pues un giro al cien aunque nosotros pagáramos, yo siempre les he comentado, si en un ayuntamiento que llegara y pudiéramos acarrear mejores compromisos políticos y en verdad nos quisieran ayudar aunque nos endrogáramos cinco o seis años con ellos y nosotros actualizaríamos esto, porque de verdad estamos muertos, Ameca no existe en el mapa, no existe en comercio, no existe en nada, de verdad, de verdad le digo y da tristeza que nadie tome en cuenta, a lo mejor yo soy uno, pero si a mí me dijeran - sabes que tu obligación es que me vas a pintar tu puesto y me lo vas a poner así-, créamelo que con mucho sacrificio porque no hay otra fuente de ingresos, más que la que nosotros tenemos, pero yo estoy en la mejor disposición de trabajar con cualquier persona, ya sea con gobierno federal, estatal o municipal o con cualquier gobierno que a nosotros se nos acercara créame que le vamos a dar la bienvenida porque va a ser en beneficio para mucha gente que todos necesitamos, de verdad. (Padilla, 2017).

Lo anteriormente expuesto por el comerciante, manifiesta la mala coordinación que existe en el servicio público de mercados en el Municipio de Amecameca, entre los sujetos implicados en la prestación de este servicio.

A este respecto, por parte de las autoridades municipales, en las entrevistas se destaca:

En el indicador organización, el funcionario público C.P. Jesús Sánchez Tirado, respecto a la zonificación de los giros comerciales, en dónde es importante la organización de éste sector económico, declaró “No, no están en orden... no hay una zona que digamos, esta persona vende comida, esta persona vende ropa, esa persona vende frutas y legumbres, no todo el tianguis y todo ha estado como desde el inicio, todos ahí como fueron obteniendo su espacio comercial, no hay un orden que digamos que este clasificado o zonificado.” (Sánchez B, 2017).

Lo anterior también lo corroboró el quinto regidor, encargado del servicio público de mercados, C. José Manuel Vázquez Hernández, quien dijo: “No, no porque no hay un lugar donde efectivamente sea puras carnicerías, tortillerías o frutas y legumbres, no, esto depende pues más que nada... de los usos y costumbres, porque muchas

veces los comerciantes dueños, heredan los mismos puestos a sus familiares y pues si antes vendían tortillas pues ahora van a vender carne o si antes vendían verdura ahora van a vender fruta, entonces lo único que se hace es hacerles al cambio de giro en su licencia.” (Vázquez, 2017).

Lo comentado tanto por el funcionario como por el servidor público, indican la mala organización que existe dentro de este servicio público, la cual, efectivamente no es de tiempo reciente, sino de anteriores administraciones. La mala organización se ha desorbitado y ahora pareciera, que la organización respecto de este indicador, que es imposible de solucionar, debido a la ineficiencia e ineficacia de las autoridades municipales para poner en orden dicho servicio.

En el indicador coordinación, el funcionario público, C.P. Jesús Sánchez Tirado, argumento:

...pero si es remodelación no hay específicamente pues alguna fecha, algún tiempo que digan pues cada mes o cada dos meses va a pasar obras públicas a remodelación, no! aquí si alguien quiere alguna remodelación lo hace personalmente la persona que tiene la accesoria de acuerdo a sus necesidades y nada más informa a comercio y a obras públicas. El mantenimiento general se da por obras públicas, se da por servicios públicos también, se da por protección civil, como le vuelvo a repetir es el encargado de verificar realmente las condiciones en que se encuentra el mercado, en cuanto a instalaciones y todo, servicios públicos se encarga del mantenimiento de la basura y de todo. (Sánchez B, 2017).

Lo señalado por el funcionario público, advierte la falta de coordinación, no solo entre las autoridades municipales y los comerciantes, sino también entre los funcionarios y servidores públicos, ya que la administración pública debe trabajar en conjunto, de manera coordinada, como lo establece la Gestión Pública, dado que los servicios públicos no se excluyen entre sí, por lo cual, es importante la coordinación en la administración pública y entre los sujetos que participan dentro de cada uno de los servicios públicos.

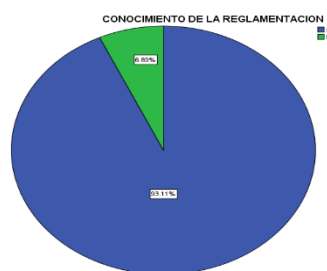
En relación a la dimensión independiente, reglamentación municipal, se encuentran las dimensiones de conocimiento y difusión.

En las encuestas aplicadas a la población local se encontró, respecto del conocimiento la reglamentación que, el 93.1% de las personas encuestadas consideraron que es importante el conocimiento de la reglamentación en el servicio público de mercados. Los ciudadanos están conscientes de la importancia de las normas jurídicas dentro de la administración pública y por ello deben estar informados y conocerlas, lo anterior se puede observar en la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 42. Conocimiento de la reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	93.1
	NO	6.9
Total		100.0

Gráfica 38. Conocimiento de la reglamentación.



Fuente: Elaboración propia

Fuente: Elaboración propia

En las entrevistas que se realizaron a los comerciantes sobre el conocimiento de la reglamentación del servicio público de mercados, sobresalen los comentarios del comerciante C. Antonio Covarrubias Escorza, quien comentó "...si porque nos ayuda a nivel unión y así es importante porque así tenemos acceso a derechos." (Covarrubias, 2017).

El comerciante C. José Víctor Padilla Domínguez, manifestó que:

Sí, es necesario y debe de ser. Tengo el bando, trato de leer algo del bando, pero de nada nos sirve a nosotros leer el bando y exigir algo que ellos escribieron porque cuando nosotros exigimos algo que ellos escribieron... empiezan las trabas de que no... que no podemos, aunque ellos lo hayan hecho... (Padilla, 2012).

Lo anterior deja ver que la reglamentación no se cumple en la manera en que ha sido publicada, puesto que dicho comerciante se queja de la falta de su cumplimiento cuando ellos solicitan el derecho que se encuentra establecido en el reglamento administrativo.

En las entrevistas que se realizaron a los servidores y funcionarios públicos y al experto, sobre el conocimiento de la reglamentación del servicio público de mercados, sobresalen los comentarios de:

El director de la DDFEyC, el funcionario público Jesús Sánchez Tirado, quien expresó que “Si es necesario que lo conozcan, porque cualquier ciudadano que quiera iniciar un negocio establecido, fijo, semifijo, ambulante, sepa cuál es la reglamentación y más bien o mejor dicho se darían cuenta cuáles son sus derechos y cuáles son sus obligaciones al formar parte de los comerciantes...” (Sánchez B, 2017). Por su parte, el experto, Mtro. Ramiro Flores López, manifestó que “...es lo óptimo, para saber sus derechos y también saber sus obligaciones... para que haya una correcta convivencia entre comerciante y gobernante, debe de estar enterado del reglamento e incluso se debe de instituir como una obligación pues para que evitemos irregularidades en la prestación del servicio de comercio. (Flores, 2017).

Tal es la importancia del conocimiento de la reglamentación, que el experto Mtro. Ramiro Flores, consideró como obligación el conocimiento de ésta por parte de los sujetos activos (comerciantes y autoridades municipales) y pasivos (los ciudadanos) en el servicio público de mercados, así como su difusión a cargo de las autoridades municipales, lo cual es imprescindible para el correcto funcionamiento de este servicio.

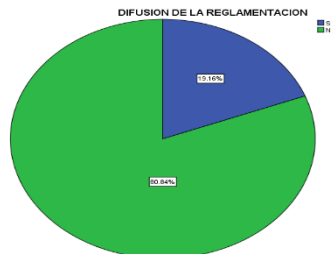
Respecto de la dimensión, difusión de la reglamentación, se encontró en las encuestas que el 80.8 % de la población encuestada opinó que el Ayuntamiento no promovió la difusión de la reglamentación del servicio público de mercados, lo anterior indica la falta de trabajo administrativo en dicho servicio, máxime que la población consideró que el conocimiento de ésta es importante para el buen funcionamiento de este servicio público. Lo anterior se demuestra con la siguiente gráfica y tabla al respecto:

Tabla 43. Difusión de la reglamentación.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	19.2
	NO	80.8
Total		100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 39. Difusión de la reglamentación.



Fuente: Elaboración propia

En las entrevistas que se realizaron sobre la difusión de la reglamentación del servicio público de mercados, se encontró que: cuatro entrevistados mencionaron que la difusión de la reglamentación es a través de medios impresos, entre ellos un comerciante, un servidor y un funcionario público y el experto; tres comerciantes manifestaron que no se hace difusión de la reglamentación de éste servicio por ningún medio y, un funcionario público expreso que la difusión se realiza a través de medios electrónicos, para ello se muestra la siguiente tabla:

Tabla 44. entrevistas que se realizaron sobre la difusión de la reglamentación del servicio público de mercados.

Entrevistado	Difusión por medios electrónicos	Difusión por medios impresos	Ninguno, no se hace difusión
Comerciante		X	XXX
Funcionario y servidor público	X	XX	
Experto		X	
Total	1	4	3

Fuente: Elaboración propia

Cabe señalar que uno de los comerciantes entrevistados, el Sr. José Víctor Padilla Domínguez se contradice respecto a este tema, sobre la difusión de la reglamentación en este servicio público, ya que en el ítem número once de la entrevista menciona que no se difunde la reglamentación de este servicio, y en el número doce expresa lo contrario:

¿Considera importante que los comerciantes y la ciudadanía conozca la reglamentación del servicio público de mercados? Sí, es necesario y debe de ser. Tengo el bando, trato de leer algo del bando pero de nada nos sirve a nosotros leer el bando y exigir algo que ellos escribieron porque cuando nosotros exigimos algo que ellos escribieron, ellos se rigen y empiezan las trabas... aunque ellos lo hayan hecho... (Padilla, 2017).

Considero que hace falta tanto el conocimiento como la difusión de la reglamentación del servicio público de mercados por parte de los comerciantes, así como de los servidores y funcionarios públicos, para que cada uno de los sujetos implicados en dicho servicio público conozca sus derechos y obligaciones, para tener un servicio público de calidad.

En relación a la dimensión independiente, Gestión Pública, tenemos como dimensiones ejes a la eficacia y la eficiencia, así como la figura del servidor y del funcionario público, que bajo su cargo estarían los siguientes indicadores: capacitación y obligaciones.

El funcionario público C. David Sánchez Constantino, quien funge como coordinador de comercio por el sindicato SUTEYM, sobre la dimensión independiente, Gestión Pública en relación a las dimensiones eficacia y eficiencia, manifestó no tener idea de cómo se evalúan los resultados obtenidos en el servicio público de mercados: “No, ahí si no tengo idea.” (Sánchez A, 2017).

Por su parte, el funcionario público, C.P. J. Jesús Sánchez Tirado, director de la DDFE y C, sobre este rubro manifestó:

...pido un informe a mi coordinador de comercio, cuales son los trabajos que se han realizado para el mejoramiento, el mejor funcionamiento en cuanto al tianguis y al mercado, a todo el negocio que está en la explanada, el coordinador de comercio me rinde un informe, yo le solicito mediante un oficio y él me tiene que informar que es lo que se ha llevado a cabo, inspecciones, verificaciones, todo lo hacemos por oficio y todo eso lo recibo yo por parte del coordinador de comercio. (Sánchez B, 2017).

El servidor público C. José Manuel Vázquez Hernández, quinto regidor y supervisor de la Dirección de Comercio y Fomento Económico, sobre este aspecto dijo:

“...existe unas bitácoras donde nosotros podemos saber quiénes ya pagaron, quienes no han pagado, cuantos, existe un censo, un padrón en todo el comercio formal e informal.” (Vázquez, 2017).

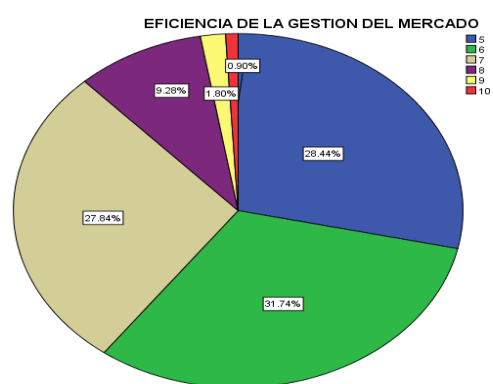
En relación a lo expresado por los tres servidores públicos, se puede determinar que no realizan un trabajo de eficaz y eficiente en el servicio público de mercados, lo que es percibido por los comerciantes y la ciudadanía.

Respecto al sentir de la ciudadanía, se encontró que el 31.7% de los encuestados adjudicó un 6 de calificación a la eficiencia con la cual se gestiona el servicio público de mercados, por parte de la administración pública municipal, mientras que el 28.4% le otorgó un cinco de calificación y el 27.8% le dio un 7 de calificación, lo que representa calificaciones bajas para estimar la eficiencia del servicio público de mercados, lo cual se empalma con lo expresado por los servidores públicos, en relación a la deficiencia con la que es manejada la prestación de este servicio público por parte de la administración pública, calificaciones que afectan la calidad de éste servicio público, pues se advierte la ausencia de una Gestión Pública adecuada. Lo anterior se comprueba con la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 45. Eficiencia de la gestión del mercado. Gráfica 40. Eficiencia de la gestión del mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	5	28.4
	6	31.7
	7	27.8
	8	9.3
	9	1.8
	10	.9
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

También sobre la eficiencia, se recabó en las encuestas que el 78.1 % de la población encuestada opinó que no son suficientes los recursos materiales con los que se dispone para la prestación del servicio público de mercados, porcentaje alto

y negativo que incide de manera directa en la dimensión dependiente, en la calidad de este servicio público. Para ello se muestra la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 46. Suficientes los recursos materiales.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	21.9
	NO	78.1
Total		100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 41. Suficientes los recursos materiales.



Fuente: Elaboración propia

Estos resultados, sin duda alguna reflejan la falta de una adecuada Gestión Pública. Sin duda alguna se debe trabajar en la praxis en este enfoque para elevar la calidad en este servicio.

Sobre este punto, se descubrió en las entrevistas que, los servidores y funcionarios públicos no actúan con eficiencia, como lo establece el enfoque de la Gestión Pública, ya que la eficiencia, como ya se ha definido con anterioridad, se refiere a grosso modo a alcanzar las metas planteadas con los menos recursos posibles. En palabras del quinto regidor C. José Manuel Vázquez Hernández:

La infraestructura del mercado municipal está deteriorada, efectivamente, este año acabamos de mandar un oficio a la Secretaria de Comercio y a Turismo para ver si nos pueden facilitar el mantenimiento ya que no contamos con el dinero suficiente ni recursos propios para darle mantenimiento al mercado, que tiene aproximadamente tres administraciones que no le hacen nada, entonces si Usted me pregunta ahorita eso, yo le diría que esta deficiente, que no debería estar así porque no le han dado mantenimiento. (Vázquez, 2017).

Con lo dicho por el servidor público queda expuesto la falta de conocimientos y de acciones para mejorar la calidad del mismo. Si bien es cierto que la administración municipal podría carecer de los recursos materiales necesarios para darle mantenimiento continuo al servicio público de mercados, no es excusa para no buscar o solicitar dichos recursos en diferentes instituciones, ya sean de carácter público o privado, como se establece en las relaciones intergubernamentales.

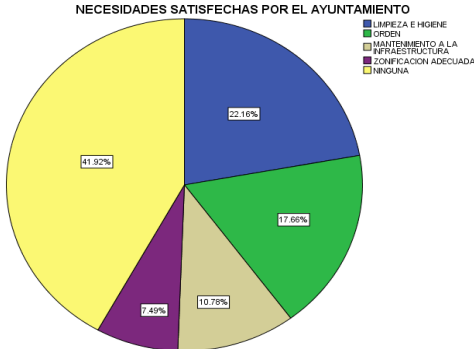
Sobre el indicador eficacia se enfatiza que el 41.9% de los encuestados opino que el Ayuntamiento y la administración municipal no satisfacen ninguna necesidad en el servicio público de mercados, mientras que el 22.2% opino que se satisface la necesidad de limpieza e higiene.

Tabla 47. Necesidades satisfechas por el ayuntamiento.

		Porcentaje válido
Válidos	LIMPIEZA E HIGIENE	22.2
	ORDEN	17.7
	MANTENIMIENTO A LA INFRAESTRUCTURA	10.8
	ZONIFICACION ADECUADA	7.5
	NINGUNA	41.9
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 42. Necesidades satisfechas por el ayuntamiento.



Fuente: Elaboración propia

El porcentaje más alto lo tuvo el 41.9% de la población, que refiere a que no se satisface ninguna necesidad en el este servicio público, lo cual es de consideración, ya que la percepción de la población local es negativa en cuanto a la calidad de este servicio y en consecuencia se califica como mala la Gestión Pública, por parte de los servidores y funcionarios públicos.

En relación a las entrevistas, sobre el tema de la eficacia, que grosso modo se refiere al cumplimiento de los objetivos planeados, se encontró con lo expuesto por el quinto regidor C. José Manuel Vázquez Hernández:

Bueno, la mejora de la imagen, pues esto se viene acarreado desde muchos años atrás, el municipio de Amecameca, el pueblo de Amecameca, como le quiera llamar es el un pueblo con encanto y el primer requisito que pide el gobierno del Estado de México y la Secretaria de Turismo para ser un pueblo con encanto, pues efectivamente es ese, que no haya comercio en el centro... no lo hemos podido quitar en su totalidad porque bueno mucha gente tiene sus licencias de años atrás entones como que ya es usos y costumbres, pero más sin en cambio pues si lo que queremos nosotros es irnos y dejar reglamentado todo. Para mejorar la imagen debemos tener los espacios, tener los espacios suficientes, porque ok no podemos negarles el derecho de ejercer el comercio, pero bueno los vamos a quitar pero en donde los vamos a poner, porque una cosa

es que esta dentro de nuestras facultades el poder mover un comerciante, aunque tenga licencia, pero bueno ok tampoco le podemos negar el derecho de ejercer el comercio ahora a donde lo vamos a reubicar, ese sería necesitamos espacios efectivamente para el comercio. (Vázquez, 2017).

Lo expuesto por el servidor público es grave, en cuanto a la observancia y aplicación de la reglamentación, aunado a la falta de eficiencia en la Gestión Pública, ya que ni se aplica la reglamentación en éste servicio público, ni se crean los suficientes espacios para reubicar a los comerciantes que han rebasado los límites establecidos por la propia reglamentación municipal de éste servicio, por lo que, estamos hablando de un inexistente Estado de Derecho en el municipio de Amecameca, debido a que no se cumple con la reglamentación existente y además de que se otorgan licencias y permisos sin contar con los espacios requeridos para realizar la actividad comercial en un lugar que cumpla con las medidas sanitarias necesarias para que ésta se realice de una forma ordenada, segura y con higiene.

Sobre la dimensión independiente Gestión Pública, en los indicadores: capacitación y obligaciones de los servidores y de funcionarios públicos, se encontró que:

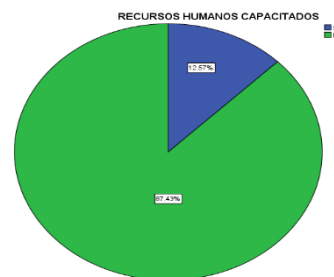
En las encuestas aplicadas a la población se halló que el 87.4% de las personas encuestadas opinaron que los recursos humanos con los que dispone el Ayuntamiento y la Administración municipal en el servicio público de mercados, no cuentan con la capacitación adecuada. Lo anterior se hace constar en la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 48. Recursos humanos capacitados.

		Porcentaje válido
Válidos	SI	12.6
	NO	87.4
Total		100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 43. Recursos humanos capacitados.



Fuente: Elaboración propia

Dicho porcentaje es muy alto, e incide de una manera negativa sobre la calidad del este servicio.

En relación a los usuarios y beneficiarios de este servicio se encuentran los indicadores de derechos y obligaciones de los sujetos activos en esta actividad, los comerciantes y la ciudadanía.

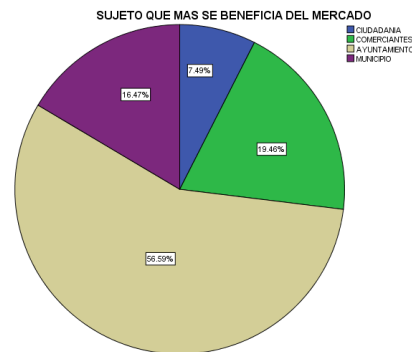
En la encuesta realizada a la ciudadanía, el 56.6% de los encuestados, opinó que es el Ayuntamiento, como persona moral, quien se beneficiada de la realización de esta actividad, quedando en segundo lugar los comerciantes, con un 19.5%, lo anterior se corrobora con la siguiente gráfica y tabla al respecto:

Tabla 49. Sujeto que más se beneficia del mercado.

		Porcentaje válido
Válidos	CIUDADANIA	7.5
	COMERCIANTE	19.5
	AYUNTAMIENTO	56.6
	MUNICIPIO	16.5
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 44. Sujeto que más se beneficia del mercado.



Fuente: Elaboración propia

Quien debe salir beneficiado en la realización de esta actividad es el municipio, en su conjunto, ya que el municipio comprende tanto al Ayuntamiento, ciudadanos y comerciantes, quienes de manera equitativa deberían verse beneficiados con la realización de esta actividad económica. Por lo que, los porcentajes obtenidos en la encuesta demuestran la ineficacia e ineficiencia en la realización del quehacer administrativo municipal, debido a que la población percibe que el único beneficiario es el ayuntamiento por las cuotas e impuestos que éste recibe a través de la actividad comercial, no habiendo bien público temporal en la realización de este servicio público.

Por otro lado, en las entrevistas realizadas a los comerciantes y a los servidores y funcionarios públicos, destaca lo que el C. José Víctor Padilla Domínguez manifestó:

No tenemos buena comunicación con el actual ayuntamiento... en las otras administraciones se ha llegado a dialogar a lo mejor... un poquito... y un poco de intentar ingresar lo que ellos siempre necesitan... nada más que esto no se ha prestado porque nosotros no podemos ingresar el monstruo de dinero que ellos quieren, ellos quieren demasiado dinero... nosotros estamos dispuestos a trabajar, yo personal les digo vamos a trabajar y tratar de ingresar dinero a la presidencia para que nos dejen trabajar solos, que no nos metan comercio del diario pero no se puede porque nosotros no tenemos la capacidad de dinero que... tienen los ambulantes... ellos vienen nada más los domingos... miércoles, ferias estratégica... que saben que hay dinero... vienen pagan y se llevan las ganancias... los del municipio... necesitan el ingreso que en su momento dicen que se necesita para mantenimiento de Amecameca, no sé dónde este ese mantenimiento, no existe, entonces ellos manifiestan que necesitan ingresos por eso hacen lo que hacen, llegan las ferias, las venden completas y perjudiquen a quien perjudiquen. (Padilla, 2017).

Lo anterior coincide con lo manifestado por los ciudadanos en las encuestas, dado que, el mayor beneficiario por la actividad comercial es el Ayuntamiento, al dejar desprotegido a los comerciantes locales, propietarios de puestos fijos y semifijos quienes sufren los estragos de la venta de espacios en días claves, como ferias y días festivos, mencionando que lo único que le importa a la administración municipal local es la obtención de ingresos por la venta de espacios.

Respecto a la importancia de la recaudación de ingresos para el Ayuntamiento, en éste servicio, el regidor encargado de éste servicio público, el C. José Manuel Vázquez Hernández, manifestó que, "...para captar más dinero tenemos que tener reglamentado todo el comercio..." (Vázquez, 2017), refiriéndose solo de los beneficios económicos que arrojaría ésta actividad, no haciendo referencia a los beneficios hacia el municipio, sino sólo a una parte de éste, el Ayuntamiento Municipal, como ya se comentó en párrafos anteriores. Más adelante manifestó que "...queremos hacer cosas para que ellos estén mejor... (Vázquez, 2017) refiriéndose a los comerciantes, pero no menciona el ¿cómo?, olvidándose de los beneficios que habría para la población municipal.

El Director de la DDFEyC, el C.P. Jesús Sánchez Tirado, hizo mención sobre la importancia de la mejora de la infraestructura del mercado municipal al mencionar que "...es necesario un nuevo proyecto para cambiarle la imagen al mercado y más que nada al municipio de Amecameca en función al comercio, que eso sería el nuevo proyecto, elaborar un nuevo mercado, nuevas instalaciones en la explanada y eso sería lo detonante, eso originaria que aquí como dice el dicho se derramara pues la economía aquí en el municipio que tanta falta le hace.." (Sánchez B, 2017) comentario que va más allá de lo expresado en palabras del quinto regidor, encargado de dicho servicio, ya que el beneficio sería para el municipio en su totalidad, incluyendo a los sujetos implicados en la prestación de este servicio público, ayuntamiento, comerciantes y a los sujetos pasivos del mismo, la ciudadanía municipal.

De igual forma el Mtro. Ramiro Flores López, el experto, menciona la mejora de la imagen para la obtención de mayores beneficios, destacando los del erario público, al decir que:

... la imagen más que nada... la imagen institucional... importante como municipio turístico... de eso depende que atraiga o que deje de venir más turismo y que deje más dividendos y que se conviertan en un ingreso importante para el erario público municipal, entonces esto debe requerir de una atención muy específica, especial, pues para crear la mejor imagen... siempre enfocada a captar el... turismo, que es una actividad importante en el caso del municipio de Amecameca.

... es la imagen no solamente para el mercado sino para el municipio, si el mercado está en muy buenas condiciones, una buena infraestructura, el turismo se lleva una buena imagen y va a regresar y el usuario también..." (Flores, 2017).

Pero considero que se queda corto, al desestimar los beneficios que obtendría la ciudadanía y los comerciantes en este servicio público, dado que la importancia de la prestación de los servicios públicos está enfocada directamente al bien público temporal de la población e indirectamente a la institución pública.

A continuación, se analizarán los indicadores de derechos y obligaciones de los sujetos activos en esta actividad, los comerciantes y la ciudadanía.

Respecto de los primeros, los comerciantes, en la encuesta realizada, en relación a si los comerciantes exigen y hacen valer sus derechos ante el área encargada del servicio público de mercados:

La C. Angélica María Valencia Reyes, menciona que sí los hacen valer, pero que no les hacen caso, “Sí, pero de que nos sirve si no nos hacen caso” (Valencia, 2017).

El C. José Víctor Padilla Domínguez, señaló, “Intentamos pero no los podemos hacer valer, no se pueden hacer valer porque ellos son los que mandan y a nosotros nos atacan, algunos dicen: “es que no pagan, es que ustedes deben de pagar más, es que ustedes no se deben de salir de sus lugares...No tenemos buena comunicación con el actual ayuntamiento, nada, nada, nada, en las otras administraciones se ha llegado a dialogar a lo mejor con un poquito de disponibilidad de nosotros...” (Padilla, 2017).

El C. Miguel Pacheco Hernández, manifestó, “Sí la hacen valer, pero desgraciadamente no más nos dan puras promesas “si lo vamos a hacer”, nos dicen que sí, que vamos a trabajar y no lo hacen...” (Pacheco, 2017).

Por su parte los servidores y funcionarios públicos manifestaron en la encuesta realizada, en relación a si los comerciantes exigen y hacen valer sus derechos ante el área encargada del servicio público de mercados:

El C.P J. Jesús Sánchez Tirado, director de la DDFEyC quien comentó “Sí, el comerciante en todos los aspectos, en sus diferentes formas hace valer y respetar sus derechos, en todo momento, cuando se sienten pues afectados, ofendidos en su derecho, siempre hacen valer ese derecho.” (Sánchez B, 2017).

Mientras que el quinto regidor, C. José Manuel Vázquez Hernández, encargado de la prestación de este servicio público, señaló:

Bueno, sus derechos es respetarles su lugar y sus obligaciones es pagar sus lugares, sus licencias y como le digo pues esto es un mal que viene arrastrándose desde hace muchos años, que la gente está acostumbrada muchas veces a poner sus negocios informales y cuando se les quiere reglamentar pues es donde tenemos problemas

nosotros, que es lo que queremos, pues para captar más dinero tenemos que tener reglamentado todo el comercio, pues para captar más dinero... (Vázquez, 2017).

A través de su respuesta, se evidencia que la administración 2016-2018 acotó y redujo los derechos y obligaciones a dos puntos, esencialmente, el respetar los lugares asignados a los comerciantes y el pago de la cuota por ese derecho. Por otra parte, los comerciantes no solo tienen derecho a que se les respete sus lugares, sino a obtener la prestación de un servicio público de calidad a través de indicadores que tengan relación con éste concepto, como: el orden, la organización, la limpieza e higiene, la seguridad, el mantenimiento, la eficacia, la eficiencia, etc., todo ello para mejorar las condiciones y la calidad de vida de las personas en su conjunto, es decir, mediante la realización del bien público temporal, por medio de la administración municipal.

Dejando en claro que, el único interés, por parte de la administración municipal, es la captación de mayores recursos económicos a través de la reglamentación para poner en orden al comercio informal, para captar mayores ingresos al erario público, pero no para elevar la calidad de este servicio, y que sea la población en general y el municipio, los beneficiados por la prestación de éste servicio público.

Por su parte el experto, Mtro. en C.P y S. Ramiro Flores López, sobre los derechos que hacen valer los comerciantes, manifestó:

... depende... de su necesidad y... del área... la mesa directiva del mercado... es surgida dentro de los comerciantes, primero como todo comité quiere poner orden pero si sale ese enfrentamiento por alguna renuencia de no querer actualizar su infraestructura, de no querer mejorar, se rehúsan por la costumbre y por la tradición en la que han venido ejerciendo su comercio... creo que aquí depende mucho de la visión, pero sobretodo de la concientización hacia el comerciante... por qué hacer cambios, por qué actualizar, por qué modernizarse, por qué innovar, por qué reformar el servicio, no va a beneficiar no solamente al usuario sino a ellos también como comerciantes, incluso se puede reflejar en la medición de sus ingresos a través de sus ventas, porque obviamente si se está haciendo eso es porque la mesa directiva ya hizo una valoración o hasta algún estudio y lo están proponiendo y pues es válido discutirlo entre los integrantes que forman parte de este comercio para decir si es loable o no. (Flores, 2017).

De lo expresado por el experto, sobresale el hecho de la concientización sobre el comerciante, es decir, de la persuasión que deben realizar tanto los servidores y funcionarios públicos como parte de su trabajo público y del perfil que éstos deben de poseer en relación a que deben convertirse en profesionales para realizar adecuadamente su labor pública, porque administrar no es imponer, sino buscar soluciones y alternativas pertinentes, para el enriquecimiento del trabajo público en beneficio de la sociedad y del municipio, basadas en el diálogo y en el consenso, ya que esto fomenta la unión y la cohesión del grupo social del que se trate, en éste caso, autoridades municipales y los mercantes.

Se concluye que, no existió una buena comunicación en la administración pública municipal 2016-2018, entre los sujetos activos en la realización del servicio público de mercados, es decir, entre los comerciantes y las autoridades municipales encargadas de la prestación de éste servicio público, además de que la administración en comento no trato de consensar con los comerciantes para llegar a acuerdos sobre la resolución de los problemas que aquejan a éste servicio público, como la delincuencia, la recolección de basura, el mantenimiento a la infraestructura del bien inmueble, la zonificación de giros comerciales, la regularización del comercio informal, etc.

Respecto de los segundos, la ciudadanía, en la entrevista realizada tanto a comerciantes, servidores y funcionarios públicos, en relación a las obligaciones consideradas como fundamentales que deben de cumplir los ciudadanos en este servicio público, se halló:

Cuatro de los encuestados opino que una de las obligaciones fundamentales que debe cumplir la ciudadanía es la de colocar la basura en su lugar, mientras que en segundo lugar permaneció la obligación de avisar al Ayuntamiento sobre cualquier irregularidad que se suscite en el servicio público de mercados, lo cual se demuestra con el siguiente cuadro comparativo:

Tabla 50. cuadro comparativo sobre obligaciones fundamentales.

	Servidor público	Funcionario público	Comerciante	Experto	Total
a) Preservar en buen estado la infraestructura existente.				X	1
b) Colocar la basura en su lugar.	X		XXX		4
c) Avisar al ayuntamiento sobre cualquier irregularidad que se suscite en el servicio público de mercados		XX	X		3
d) Otro. Especifique:					0
Total					8

Fuente: Elaboración propia

Tanto los comerciantes, como los funcionarios y servidores públicos, deben cumplir con sus obligaciones en el servicio público de mercados, para brindar un servicio de calidad tanto a los ciudadanos como a los turistas. Si cada uno hace lo que le corresponde se cambiaría completamente la imagen de dicho servicio público, para ello sería pertinente contar con suficientes recursos materiales y humanos, así como capacitar al personal de este servicio, también es importante persuadir adecuadamente a los comerciantes, mediante un dialogo decoroso, respetuoso y responsable, sobre los beneficios que traería consigo el cumplir ambas partes con sus obligaciones, acatando y llevando a la practica el cumplimiento de la ley.

3.5.1 Importancia del desempeño de las autoridades encargadas del servicio público de mercados, como factor determinante en la calidad del mismo

Para darle rigurosidad a la presente investigación se utilizó como técnica de investigación a la entrevista, como técnica flexible. Para ello, se entrevistó a:

Un servidor público, el C. José Manuel Vázquez Hernández, quinto regidor, encargado supervisar del servicio público de mercados, a través de la Dirección de Comercio, Fomento Económico y Comercio.

Dos funcionarios públicos, al C.P. J. Jesús Sánchez Tirado, Director de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio; y al C. David Sánchez Constantino,

Coordinador de comercio por el Sindicato Único de Trabajadores, de los poderes y Municipios e Instituciones Descentralizadas del Estado de México (SUTEYM).

Para justificar la variable independiente, que se tiene en la elaboración del presente trabajo, “autoridades: servidor y funcionario público”, se tomaron en cuenta los siguientes indicadores: nivel de estudios, profesión, cargo, función que desempeña y capacitación, para la elaboración de los ítems correspondientes tanto para la encuesta como para la entrevista, para conocer la forma en que la ciudadanía percibe la reglamentación municipal en el servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México, en el periodo 2016-2018.

Se entiende por autoridad a “la potestad legalmente conferida y recibida para ejercer una función pública, para dictar al efecto resoluciones cuya obediencia es indeclinable bajo la amenaza de una sanción y la posibilidad legal de su ejecución forzosa en caso necesario. Se denomina también autoridad a la persona u organismo que ejerce dicha potestad.” (De Pina, 2010: 117).

Se concibe como servidor público “... a los representantes de elección popular... en general, a toda persona que desempeñe un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza en la administración pública...” (De Pina, 2010: 454).

Se entiende por funcionario público a la persona que, por disposición inmediata de la ley, por elección popular o por nombramiento de autoridad competente, participa en el ejercicio de una función pública.” (De Pina, 2010: 296)

En relación al ítem: ¿De qué manera se beneficia el Ayuntamiento en el servicio público de mercados? El servidor y los dos funcionarios públicos entrevistados señalaron respectivamente que:

El C. José Manuel Vázquez Hernández, quinto regidor, encargado supervisar del servicio público de mercados, a través de la Dirección de Comercio, Fomento Económico y Comercio señaló que “...De los impuestos o cuotas obtenidos en el cobro del suelo” (Vázquez, 2019), es decir, de los impuestos que se generan al realizar esta actividad.

El C.P. J. Jesús Sánchez Tirado, Director de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, menciona que “Del turismo que se genera en los días de plaza” (Sánchez B, 2017), es decir, en los días de tianguis;

El C. David Sánchez Constantino, Coordinador de comercio por el Sindicato Único de Trabajadores, de los poderes y Municipios e Instituciones Descentralizadas del Estado de México (SUTEYM), manifestó que “Con el ofrecimiento de un servicio de calidad” (Sánchez A, 2017).

De lo anterior, se infiere, que la visión de cada uno de estos funcionarios y servidores públicos es diferente:

Para el quinto regidor, quien es el encargado de este servicio público, percibe a este servicio como una manera de obtener un beneficio económico solo hacia el Ayuntamiento;

El segundo funcionario público, aprecia a éste servicio como una manera de atraer al turismo, en el sentido de que éste sector deja dividendos a los comerciantes y en consecuencia al municipio, beneficiando indirectamente al Ayuntamiento y a la población municipal, ya que los comerciantes al obtener ganancias por la realización de ésta actividad, pagarán las cuotas e impuestos correspondientes para continuar ejecutando ésta actividad y de ésta manera el Ayuntamiento, al obtener ingresos podrá mejorar la calidad de vida de la población, mediante la mejora a los servicios públicos que tiene a su cargo, establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 115, que a la letra dice:

III. Los Municipios tendrán a su cargo las funciones y servicios públicos siguientes: a) Agua potable, drenaje, alcantarillado, tratamiento y disposición de sus aguas residuales; b) Alumbrado público. c) Limpia, recolección, traslado, tratamiento y disposición final de residuos; d) Mercados y centrales de abasto. e) Panteones. f) Rastro. g) Calles, parques y jardines y su equipamiento; h) Seguridad pública, en los términos del artículo 21 de esta Constitución, policía preventiva municipal y tránsito; e i) Los demás que las Legislaturas locales determinen según las condiciones territoriales y socioeconómicas de los Municipios, así como su capacidad administrativa y financiera.

Mientras que, el tercer funcionario público vislumbra a este servicio como un servicio público de “calidad”, lo que representa que en primera instancia se debiera mejorar la calidad de éste y, por ende, se atraería al turismo y en consecuencia habría mayores ganancias para las partes en cuestión: comerciantes, Ayuntamiento, población, es decir, hacia el Municipio.

De lo anterior, podemos apreciar la falta de visión y prospectiva que existe en algunas autoridades municipales, ya que la importancia de los servicios públicos no debe radicar en los impuestos, sino también en ofertar servicios de calidad y, de esta manera, incrementar la recaudación de tributaciones para beneficio de todos los sujetos inmersos en el servicio público de mercados y de esta manera satisfacer las necesidades de carácter general de la población municipal.

Por otra parte, en relación de la reglamentación, el servidor y los funcionarios públicos señalaron que:

Para el C. David Sánchez, funcionario público del Ayuntamiento de Amecameca, quien funge como Coordinador de comercio por parte del SUTEYM, es importante que en la reglamentación de este servicio público haya más atención y coordinación, hecho que coincide y corrobora el sentir y las argumentaciones de los comerciantes.

Para el servidor público, C. José Manuel Vázquez Hernández, quinto regidor y encargado de supervisar el servicio público de mercados, del ayuntamiento municipal 2016-2018, del municipio de Amecameca, Estado de México, la mayor preocupación en este sentido es formalizar el comercio informal, señalando “esta administración 2016-2018, está haciendo todo lo posible para que todos los comerciantes informales sean formales... las otras administraciones nos dejaron muchos comerciantes informales...”

El C. David Sánchez, coordinador de comercio por parte del sindicato SUTEYM y Jesús Sánchez Tirado, Director de Desarrollo Fomento Económico y Comercio manifestaron que la reglamentación del servicio público de mercados debería tener como característica primordial, el manejar medidas estratégicas para fomentar la mejora de este servicio así como la unión y participación del gremio comercial, lo

cual no se encuentra contemplado en la reglamentación existente de este servicio, el artículo 11, fracción II, del Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, 2016-2018, manifiesta la integración del Consejo Consultivo de Desarrollo Económico, pero no establece la manera en cómo se debería de realizar. Mientras que, para el quinto regidor, José Manuel Vázquez, la característica primordial que debería ser considerada en la reglamentación municipal del servicio público de mercados, es que ésta sea clara y completa.

El Contador Público, Jesús Sánchez Tirado, Director de Desarrollo Fomento Económico y Comercio, explico que no hay un reglamento del servicio público de mercados, sino un reglamento de comercio, en sus palabras "...No hay un reglamento del servicio público de mercados, sino un reglamento de comercio es lo que existe aquí en la oficina, que nos ayuda para aplicar mejor. Toda la regularización cuanto se refiere a tianguis, mercados de puestos establecidos, fijos semifijos, todo se regula bajo el bando municipal y bajo el reglamento de comercio." (Sánchez B, 2017). Tampoco encontramos como tal una Dirección del servicio público de mercados, sino una Dirección de Desarrollo Fomento Económico y Comercio, de la cuál dicho funcionario público es responsable.

La reglamentación municipal existente, para el servicio público de mercados, no establece medidas estratégicas para fomentar y lograr el consenso entre los sujetos participantes en este servicio, así como para mejorarlo, aun así el Director de Desarrollo Fomento Económico y Comercio, considera que si están establecidas, y argumenta "...el reglamento de comercio... todo es con la finalidad de ayudar al comerciante... todo ésta elaborado para que exista un orden, no es con el afán de ponerle obstáculos en el camino a cualquier comerciante, sino que ésta todo dirigido para que tanto el comerciante como la administración pues trabajen de la mano...". (Sánchez B, 2017).

También encontramos, respecto al conocimiento de la reglamentación por parte de los funcionarios públicos, que desconocen las sanciones que contempla la reglamentación existente, pues en palabras del C. P. Jesús Sánchez "...para no entrar en detalles pues porque sería mucho tiempo y le diría cualquier persona que

quisiera saber definitivamente pues el bando municipal está publicado y ahí podrían checar cuales son las sanciones en cuanto a la reglamentación de aquí.” (Sánchez B, 2017), poniendo como excusa el tiempo que se tardaría en citar algún ejemplo. En este rubro, el C. David Sánchez, coordinador de comercio por parte del SUTEYM, tampoco contesto correctamente este cuestionamiento, argumentó diciendo que “...el director es el que la pone.” Por lo cual, no se puede ofertar un servicio de calidad si las autoridades encargadas del mismo desconocen los procedimientos y herramientas útiles, de las cuales disponen.

En relación a las necesidades más urgentes a satisfacer en la mejora de la imagen del mercado municipal de Amecameca, Estado de México, los comerciantes manifestaron:

El funcionario público, David Sánchez, coordinador de comercio por el SUTEYM, argumentó que es la seguridad del mercado y su limpieza, la cual en su opinión debería de ser “...más ordenada, más periódica, con más prontitud...” también manifestó que es el de “mantener en orden a los comerciantes ambulantes”, lo cual tendría solución si realmente se aplicará la reglamentación correspondiente, sin el miedo a la pérdida de votos para el trienio siguiente, sin miedo a las posibles manifestaciones que habría por la puesta en práctica de la reglamentación que corresponda, en este caso la del servicio público de mercados, no sin antes dialogar y hacer de su conocimiento los beneficios de su implementación, es por ello que es importante la autoridad pública, la cual se encuentra facultada para implementar las acciones necesarias que la misma ley le atribuye.

En relación a esta cuestión, el funcionario C.P. Jesús Sánchez, mencionó la relación que existe entre los comerciantes y las autoridades municipales “...siempre van a buscar que la autoridad tome cartas en el asunto... pero entre ellos nunca se van a poder poner de acuerdo, porque siempre debe de existir la intervención de la autoridad para que todo este regulado y sea respetado...” (Sánchez B, 2017).

Para el C. P. Jesús Sánchez, Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, una de las necesidades más urgentes del mercado, es el mantenimiento

a la infraestructura. Mientras que para el quinto regidor, José Manuel Vázquez, una de las necesidades más urgentes a satisfacer en el servicio público de mercados, es la de mejorar la imagen del municipio, a través del ordenamiento del servicio público de mercados, es decir, del comercio que existe en la cabecera municipal, principalmente en el que se realiza en el centro, en su expresión "...la mejora de la imagen, pues esto se viene acarreado desde muchos años atrás, el municipio de Amecameca... es un pueblo con encanto y el primer requisito que pide el gobierno del Estado de México y la Secretaria de Turismo para ser un pueblo con encanto, pues efectivamente es ese, que no haya comercio en el centro...", el municipio de Amecameca debería de ser un "pueblo mágico", dada sus condiciones geográficas, naturales y culturales, pero se queda corto en la calidad de los servicios públicos que ofrece a la su población y al turismo, pues ello es lo que dificulta que sea considerado por la federación como pueblo mágico.

De esta manera, se hila la reglamentación con el orden, la gestión pública con la mejora de las condiciones de los servicios públicos, la calidad de los servicios públicos con la mejora en la calidad de vida de los habitantes del municipio.

Respecto al indicador infraestructura, dentro de la dimensión de calidad que guarda el servicio público de mercados, el funcionario público, David Sánchez, comentó que: "...mi punto de vista sería pues hacer otro mercado porque ahí es insuficiente, ya están muy atascados ahí los puestos, sería hacer un nuevo mercado. La infraestructura ya es muy vieja, ya para arreglarla pues, sería mejor construir una nueva." (Sánchez A, 2017). Su argumentación va más allá de solucionar mediante paliativos, el problema de su infraestructura, ya que en la actualidad la infraestructura es insuficiente por la cantidad de establecimientos semifijos y ambulantes que hay todos los días, lo que corrobora la falta de gestión pública en este servicio.

El C. P. Jesús Sánchez Tirado, manifestó el mismo sentir que el coordinador de comercio, al considerar que el municipio de Amecameca, necesita ya un mercado nuevo, con la capacidad suficiente para albergar a los comerciantes de los establecimientos semifijos, así como la necesidad de la construcción de un

estacionamiento para albergar los vehículos de los turistas, al respecto mencionó “Pues el mercado municipal ya es necesario, pues revisar o elaborar o construir un nuevo mercado... tal vez un espacio pues de dos pisos para quitarle esa imagen... hace mucha falta y es muy necesario que aquí en el centro se contara con un estacionamiento... la verdad aquí se ve afectado el comerciante porque no hay estacionamientos cerca...” (Sánchez B, 2017), debido a que, el municipio de Amecameca, Estado de México, ha crecido en su densidad demográfica, al tener una población de 48,421 habitantes, según cifras del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, en consecuencia el servicio público de mercados también ha incrementado, su capacidad ha sido rebasada.

Lo anterior se corroboró con lo dicho por el C. José Vázquez “... Para mejorar la imagen debemos tener los espacios suficientes...” y la cuestión sería, en sus propias palabras, “...los vamos a quitar, pero en donde los vamos a poner... necesitamos espacios... para el comercio.” (Vázquez, 2017), refiriéndose a la reubicación de los comerciantes ya establecidos en puesto fijos o semifijos y situar a los itinerantes en un espacio adecuado.

En cuanto a lo que se ha hecho, en materia de gestión pública, para mejorar la infraestructura del mercado municipal, por parte del quinto regidor, C. José Manuel Vázquez, servidor público encargado de la supervisión del servicio público de mercados, en sus propias palabras es “...este año acabamos de mandar un oficio a la Secretaria de Comercio y a Turismo para ver si nos pueden facilitar el mantenimiento ya que no contamos con el dinero suficiente ni recursos propios para darle mantenimiento al mercado, que tiene aproximadamente tres administraciones que no le hacen nada, entonces si Usted me pregunta ahorita eso, yo le diría que esta deficiente, que no debería estar así porque no le han dado mantenimiento.” (Vázquez, 2017). Lo que refleja la falta de profesionalización, de resultados, de iniciativa, de voluntad política y de gestión pública para encontrar soluciones y resolver las problemáticas que afectan este servicio, como la búsqueda de recursos económicos, no solo a nivel federal y estatal, sino hacia todas las esferas ya sean públicas o privadas, nacionales o en su caso, internacionales.

Además de considerar el propio regidor, C. José Manuel Vázquez, que “La infraestructura del mercado municipal está deteriorada...” lo cual es el mismo sentir que expresaron los comerciantes, los funcionarios públicos y el servidor público, entrevistados, la infraestructura del mercado municipal ya es insuficiente. Lo que evidencia la necesidad de la creación de uno nuevo, con la capacidad de albergar al total de los comerciantes ya existentes, así como un estacionamiento.

Tanto el quinto regidor, C. José Vázquez, como el Director de Desarrollo Fomento Económico y Comercio, C. P. Jesús Sánchez, manifestaron la visión que también declararon los comerciantes, C. José Víctor y C. Miguel Pacheco, en el sentido de cambiarle la imagen actual que tiene el mercado municipal. El Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio expresó: “es necesario un nuevo proyecto para cambiarle la imagen al mercado y más que nada al municipio de Amecameca en función al comercio, que eso sería el nuevo proyecto elaborar un nuevo mercado, nuevas instalaciones en la explanada y eso sería lo detonante, eso originaria que aquí como dice el dicho se derramara pues la economía aquí en el municipio que tanta falta le hace.” (Sánchez B, 2017), exponiendo un objetivo característico del sector terciario, aumentar la derrama económica para beneficio del municipio, concepto que incluye tanto a los comerciantes, a los ciudadanos como al propio Ayuntamiento, generando ingresos para estos tres sujetos.

En lo que correspondiente al enfoque de la gestión pública, la cual se basa en los resultados que se tiene en la prestación de todo servicio público, como la implementación de políticas públicas y de las planeaciones realizadas por parte de las autoridades encargadas de los servicios públicos, dichos resultados no se proyectan en el servicio público de mercados, del municipio de Amecameca, lo cual se manifiesta en las declaraciones de los servidores y funcionarios públicos encargados del servicio público de mercados, al cuestionarles sobre la forma en cómo se evalúan los resultados obtenidos en este servicio público, por ejemplo, David Sánchez dijo desconocer la forma en cómo se evalúan los resultados obtenidos en este servicio público, mientras que, el Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, Jesús Sánchez, comentó:

...le pido un informe a mi coordinador de comercio, cuales son los trabajos que se han realizado para el mejoramiento, el mejor funcionamiento en cuanto al tianguis y al mercado a todo el negocio que está en la explanada, el coordinador de comercio me rinde un informe, yo le solicito mediante un oficio y él me tiene que informar que es lo que se ha llevado a cabo, inspecciones, verificaciones, todo lo hacemos por oficio y todo eso lo recibo yo por parte del coordinador de comercio. (Sánchez B, 2017).

Este argumento, no avala la manera en que se evalúan los resultados, las acciones, el cumplimiento de metas y de objetivos que se deben de llevar a cabo para la mejora de este servicio. Lo mismo sucedió con lo que argumentó el quinto regidor: "...existen unas bitácoras donde nosotros podemos saber quiénes ya pagaron, quienes no han pagado, cuantos, existe un censo, un padrón en todo el comercio formal e informal." (Vázquez, 2017). Lo anterior se trata de un seguimiento, de un control, para saber quiénes han cumplido con las obligaciones del pago de permisos, licencias, etc., pero no es la forma adecuada con la que se puedan evaluar los resultados obtenidos para la mejora de este servicio.

Otro argumento, que más bien parece una excusa y pretexto es la "falta de recursos públicos" con la que cuenta el municipio de Amecameca, ya que cuando se le cuestionó a Vázquez, que si percibía el trabajo de la administración municipal en la calidad del servicio público de mercados, dijo "Bueno pudiera haber deficiencias, pero no es cuestión de que no se quiera trabajar, no se cuenta con los recursos y esto que quiere decir, que todos los servicios que debe prestar un municipio pues no hay dinero etiquetado del gobierno del estado o del gobierno federal para poder hacerlo..." (Vázquez, 2017) evidenciando la incapacidad de gestión pública, la falta de compromiso, visión, de relaciones intergubernamentales para fortalecer y buscar recursos económicos para la mejora de los servicios públicos que oferta el ayuntamiento.

Los comerciantes, opinaron que en el servicio público de mercados no hay orden, el orden es necesario en toda actividad humana, principalmente en las de tipo colectivo, en este caso, en las cuestiones administrativas públicas. La falta de orden

genera el caos y el tratar de maquillarlo o encubrirlo no lo hace mejor, la comunidad es quien indudablemente lo percibe. En este rubro, Jesús Sánchez manifestó:

...nosotros hemos dialogado, hemos tenido pláticas con diferentes sectores de comerciantes, pero pláticas constructivas, no destructivas, en llegar a un acuerdo para un mejor funcionamiento y no afectar su actividad comercial de cualquier tipo de comerciante, siempre hemos llegado a estar bien, eso demuestra que hasta ahorita, nosotros en la dirección hasta la fecha nunca hemos provocado a la dirección un plantón, un reclamo de los comerciantes hacia el presidente municipal, porque hemos sabido hasta la fecha, saber dialogar... (Sánchez B, 2017).

Saber dialogar no implica omitir las obligaciones que como funcionario público se tienen, como la aplicación correcta de la reglamentación correspondiente en el servicio público, su falta de cumplimiento e implementación también es falta de ética pública, de responsabilidad, de profesionalización, de eficiencia y de eficacia, lo cual incide de manera negativa en la calidad de la prestación de cualquier servicio.

En el rubro correspondiente a cómo se beneficia el ayuntamiento del servicio público de mercados, expresaron:

David Sánchez, coordinador de comercio por parte del SUTEYM considera que el Ayuntamiento se beneficia del servicio público de mercados, al ofrecer un servicio de calidad, lo cual es cierto en el sentido del enfoque de la nueva gestión pública, pero en la práctica se queda corto, pues las evidencias demuestran que, en Amecameca, Estado de México, el concepto de calidad en este servicio no existe. Entendiendo por calidad a la "...cultura transformadora que impulsa a la Administración Pública a su mejora permanente para satisfacer progresivamente las necesidades y expectativas de la ciudadanía, al servicio público, con justicia, equidad, objetividad y eficiencia en el uso de los recursos públicos." (Díaz, 2008: 7)

Mientras que, el C. P. Jesús Sánchez, Director de Desarrollo Fomento Económico y Comercio, considera que el Ayuntamiento se beneficia del servicio público de mercados, por el turismo que se genera en los días de plaza.

Es evidente que la calidad del servicio público de mercados se manifiesta en la cantidad de clientes potenciales que puede captar un servicio, en este caso de tipo

público, y la consecuencia como tal es el incremento en los recursos económicos que se pueden captar y aprovechar en la mejora continua del mismo, esto es parte de la gerencia pública y va de la mano del respeto y apego a la ley, en este caso la reglamentación del servicio público de mercados.

Mientras que, el quinto regidor, considera que el Ayuntamiento municipal se beneficia del servicio público de mercados de los impuestos, cuotas o licencias que obtiene por el cobro del suelo o de locales del mercado municipal, lo cual muestra la falta de visión, ya que el beneficio del servicio de mercados va más allá de los impuestos, licencias, permisos, el beneficio es integral, pues con la mejora de este servicio, automáticamente mejoraría el municipio en general.

En relación con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a la ciudadanía, se obtuvo que:

El 56.6% de los ciudadanos encuestados mencionaron que el Ayuntamiento es el sujeto que más se beneficia del servicio público de mercados, contra el 19.5% que señaló que, son los comerciantes y, un 16.5% dijo ser el municipio (concepto que incluye a toda la población, a los comerciantes y desde luego al ayuntamiento municipal) y apenas el 7.5% consideró que son los ciudadanos los sujetos que mayormente se benefician. Dicho resultado indica que la ciudadanía solo piensa que el Ayuntamiento municipal es el sujeto que mayormente se beneficia del servicio público de mercados, no así los ciudadanos ni los comerciantes. Tanto en la teoría como en la realidad, todos los sujetos inmersos en este servicio público debieran beneficiarse de este servicio público en las mismos porcentajes, pues es un servicio que atañe al total de la población.

3.5.2 Los comerciantes, como sujetos activos en la prestación del servicio público de mercados, factor determinante en la calidad del mismo

Para darle rigurosidad a la presente investigación se utilizó como técnica de investigación a la entrevista, como técnica flexible. En el presente rubro se entrevistó a los siguientes comerciantes:

Al C. Antonio Covarrubias Escorcia, Presidente de la Unión de Locatarios del Interior del Mercado Juárez, A. C.;

A la C. Angélica María Valencia Reyes, Presidenta de la Asociación de Comerciantes de la Región Volcanes;

Al C. Víctor Padilla Domínguez, Presidente de Honor y Justicia de la Asociación de Comerciantes de la Región Volcanes;

Al C. Miguel Pacheco Hernández, Presidente de la Unión de Tablajeros del Interior del Mercado Juárez, A. C.

Para justificar la variable independiente, que se tiene en la elaboración del presente trabajo, “comerciantes”, se tomaron en cuenta los siguientes indicadores: beneficiarios, beneficios, cuotas de recuperación, impuestos, derechos y obligaciones, para la elaboración de los ítems correspondientes tanto para la encuesta como para la entrevista, para conocer la forma en que la ciudadanía percibe la reglamentación municipal en el servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México, en el periodo 2016-2018.

Entendiendo por comerciante a la persona que tiene capacidad legal para ejercerlo y que hace de esa actividad su ocupación ordinaria, así como las personas que accidentalmente, con o sin establecimiento fijo, realicen operaciones de comercio.

El Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, 2016-2018, en su artículo tercero definen el término comerciante y distingue dos tipos:

Fracción XIV. Comerciante.- Toda persona física que ejerce el comercio y que hace de él su ocupación ordinaria.

Fracción XV. Comerciante ambulante.- Persona física o jurídica colectiva, que mediante permiso, licencia o autorización previa, desarrolla la actividad comercial en unidades móviles o bien cargando su mercancía para hacerla llegar a los consumidores, sin permanecer en un solo lugar.

Fracción XVI. Comerciante de temporada.- Persona física o jurídica colectiva, que mediante permiso, licencia o autorización previa, desarrolla la actividad comercial por un tiempo determinado.

Respecto de los comerciantes, en relación al tema de la reglamentación, se obtuvo la siguiente información:

A decir del comerciante, Antonio Covarrubias Escorza, la reglamentación es considerada importante para los comerciantes en razón a que les otorga derechos: “así tenemos acceso a derechos”. Covarrubias consideró que la reglamentación debe estar actualizada y ser coherente.

En la apreciación de la comerciante Angélica María Valencia Reyes, el respeto al reglamento no existe por parte del Ayuntamiento (servidores y funcionarios públicos), pues no percibe orden en el servicio público de mercados, principalmente en el comercio ambulante. Para ella la reglamentación es importante en el sentido de hacer valer sus derechos. En el sentir de Angélica, de José Víctor y de Miguel Pacheco, es decir, tres de los cuatro comerciantes entrevistados, opinaron que el reglamento debería de manejar medidas estratégicas para fomentar la mejora de este servicio, así como la unión y participación del gremio comercial. Para Miguel Pacheco, también es importante la aplicación de la reglamentación, por lo cual mencionó “...todo es nada, más promesas que se hicieron, nuevos reglamentos y no se aplican, de que sirve que lo hagan nuevo”. Su sentir es acorde a la razón, ya que la aplicación y el acatamiento de la ley es imprescindible en un Estado de Derecho, es decir, el apego a la ley, que todo Estado debe velar y practicar.

En opinión de José Víctor, hay falta de comunicación en relación a la aplicación de la reglamentación por parte de las autoridades municipales, es decir, un dialogo

entre las partes implicadas en este servicio público. Considera también que hay falta de acceso a la participación ciudadana en la realización a la reglamentación, si bien es cierto que la reglamentación de los servicios públicos municipales es una atribución y facultad propia del cabildo, también es cierto que el Estado Mexicano se encuentra en un enfoque de tipo gerencial, el cual se caracteriza por el consenso entre actores copartícipes y la participación de la ciudadanía, en este casos, los comerciantes, antes de serlo, son ciudadanos, los cuales deben de ser escuchados y tomados en cuenta en la decisiones públicas, por eso su sentir, al decir: “ellos actualizan lo que para ellos en su momento les conviene, porque no dan a saber en sus famosos cabildos, no permiten a nadie que entre, ellos hacen su reglamentación, ellos hacen sus leyes y ellos las rigen...” (Padilla, 2017), refiriéndose a las autoridades municipales del servicio público de mercados.

En relación a las necesidades más urgentes del mercado, los comerciantes manifestaron:

Tanto para el C. Antonio Covarrubias como para el C. Miguel Pacheco, la necesidad más urgente a satisfacer en la mejora de la imagen del mercado municipal es su mantenimiento, es decir, su presentación, para la C. Angélica es el orden, el libre tránsito de los peatones, la basura recolección de basura y el mantener en orden a los comerciantes ambulantes. Para el C. José Víctor, es el mejoramiento de la infraestructura, su presentación, pues su perspectiva del municipio de Amecameca va más allá de lo regional o nacional, es internacional, pues para éste comerciante no solo es importante mantener en buenas condiciones el mercado, el tianguis, el zócalo, sino todo el municipio, al manifestar “Ameca es una ventana del mundo que nosotros la habíamos de tener al máximo, a la máxima capacidad y en las mejores condiciones...” (Padilla, 2017), pero menciona que no se puede por los mismos comerciantes, por lo cual dice “...desgraciadamente no se puede por el motivo de que Amecameca, no hay otra cosa más que puros comerciantes.” (Padilla, 2017).

Este problema de la saturación del comercio también fue expresado por el C. Miguel Pacheco, comerciante del mercado Juárez, quien externó “Pues la verdad, que ha estado muy mal organizado... de verdad que está saturando de más comercio todo

afuera y no hay estacionamiento... no hay nada de lo que nosotros queremos para que entre la gente hasta adentro... lo único que nos hace estorbo es allá fuera saliendo, todo el tianguis que tenemos enfrente.” (Pacheco, 2017), lo que representa un factor importante, el orden en este servicio, motivo más para rescatar y fortalecer el servicio público de mercados mediante la reglamentación y la gestión municipal, ya que solo a través de estos medios, y por supuesto del consenso, de la colaboración y de la participación ciudadana, se lograría.

El C. Miguel Pacheco, en relación a la saturación del comercio, principalmente en los días de tianguis, miércoles y domingo de cada semana, comentó la falta de apoyo y de gestión por parte del Ayuntamiento, para mantener en buenas condiciones tanto el mercado, el tianguis, como el jardín municipal, al decir:

“nosotros como prioridad, teníamos desde un principio y se lo hicimos saber al señor presidente ahora, que el jardín fuera en verdad un jardín, que tuviera algo en donde el turismo llegue y se siente y todo y siempre está lleno de puestos ya es un tianguis, de verdad, entonces decimos donde esta esa belleza que según ellos dicen que “Ameca con encanto”... ellos mismos lo provocan... los que estamos establecidos yo le puedo asegurar que casi todos tenemos la mejor prioridad de que esto se ve a mejor...” (Pacheco, 2017).

Lo que expresa tanto el C. José Víctor como el C. Miguel Pacheco, es real, puesto que, en el municipio de Amecameca, se desarrolla más el sector terciario, es decir, al comercio, la distribución de bienes y servicios,

En este rubro, en opinión del C. José Víctor, se necesita “todo”, las necesidades más urgentes a satisfacer en la mejora de la imagen del mercado municipal van más allá del servicio público de mercados, considero conveniente citar lo que expreso este comerciante, pues su visión, repito, es una visión integral, prospectiva:

Todo exactamente a un cien por ciento, todo se necesita, se necesita el jardín municipal, se necesitan mercados, se necesitan calles, se necesita a la parte de nosotros de aquí de Abasolo, todo, todo se necesita. Darle una imagen al mercado, darle mantenimiento a los arcos, pintarlo en su momento, ver pasillos, platicar con los comerciantes de adentro que se le dé una mejor calidad de recibimiento al turismo que de eso vivimos, es decir, todo, de todo. (Padilla, 2017).

Lo anterior en razón de que el municipio de Amecameca es un lugar turístico y emblemático, no solo por su belleza natural, sino también por su riqueza cultural e histórica, es por ello que, en opinión de José Víctor, Amecameca necesita de “todo”.

Tanto la saturación del comercio como la falta de gestión en la mejora de la presentación y embellecimiento del municipio de Amecameca, principalmente en la cabecera municipal, agrava la situación para los comerciantes, pues para ellos es muy importante la presentación del servicio público de mercados, elemento indispensable para atraer y conservar el turismo que llega a este municipio.

En relación al aspecto de cómo se beneficia el ayuntamiento del servicio público de mercados, los comerciantes expresaron:

En opinión del C. Antonio y del C. Miguel Pacheco, el Ayuntamiento se beneficia del servicio público de mercados, en el cobro de los impuestos o cuotas obtenidas de los comerciantes por su actividad comercial, mientras que en la percepción de Angélica, el Ayuntamiento se beneficia de este servicio, al ofertar un servicio de calidad, lo que para nosotros trabaja el enfoque de la nueva gerencia pública, entendida la calidad en la gestión pública como “una cultura transformadora que impulsa a la Administración Pública a su mejora permanente para satisfacer progresivamente las necesidades y expectativas de la ciudadanía, al servicio público, con justicia, equidad, objetividad y eficiencia en el uso de los recursos públicos.” (Díaz, 2008: 7).

Para el comerciante, C. José Víctor, el Ayuntamiento de Amecameca, no se beneficia de ninguna forma del servicio público de mercados, al considerar que los servidores y funcionarios públicos solo ven al servicio público de mercados como el medio para obtener dinero para beneficio personal y no para el bienestar común, para el municipio en su totalidad: gobierno-ciudadanía, siendo una característica fundamental del Estado, el bien público temporal, es decir, el bienestar de todos sus integrantes.

En palabras del comerciante José Víctor Padilla “...lo ven como un monstruo de que debemos de generar dinero... porque no hay otra cosa a donde ellos

supuestamente pudieran recabar sus necesidades o sus metas que se traen porque traen una meta de decir yo voy así yo me tocó la lotería...” (Padilla, 2017).

También se entrevistó a un experto, al Mtro. en C.P y S. Ramiro Flores López, coordinador de Incubadora de empresas en el CU UAEM Valle de Chalco y, profesor de asignatura de la materia de Administración Pública Federal-Estatal del CU UAEM Amecameca, quien tiene experiencia laboral en la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, en la administración ... además de otras áreas de la administración pública, respecto a su opinión acerca de la reglamentación del servicio público de mercados, manifestó la importancia de que la reglamentación vaya acorde a las necesidades propias del municipio, lo cual exige que esta sea actual, en palabras del experto:

...a las necesidades y condiciones conforme a las circunstancias propias de las comunidades pues se tiene que ir actualizando... debe de ser periódica... el servidor público en turno debiese integrar su plan de trabajo, su plan de gobierno, su plan de desarrollo, en este caso municipal, denotando ejes rectores, pues que den atención a este tipo de necesidades, una de estas es la reglamentación... (Flores, 2017).

Y más adelante opinó sobre la reglamentación del servicio público de mercados, en razón de la experiencia que tuvo en el área de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, “...vi que era una reglamentación muy corta, era la repetición incluso de otros municipios pero que dejaba todavía afuera varios problemas o problemáticas por resolver, la actividad comercial del mercado de los tianguis y de los establecimientos locales...” (Flores, 2017).

Para el experto, Mtro. en C.P y S. Ramiro Flores López, también es fundamental que la reglamentación municipal del servicio público de mercados contemple como una característica primordial, que maneje medidas estratégicas para fomentar la mejora de este servicio, así como la unión y participación del gremio comercial.

El Mtro. Ramiro Flores, mencionó sobre la imagen del mercado municipal de Amecameca, Estado de México, que ésta debe de ser una “imagen institucional... importante como municipio turístico”, en el sentido de que la imagen del mercado, así como la de todos los servicios públicos que presta el Ayuntamiento, es la imagen

del propio municipio, la cara que se da al exterior, es decir, a los visitantes, a los turistas y también la que perciben sus habitantes, y complementa expresando que “...de eso depende que atraiga o que deje de venir más turismo y que deje más dividendos y que se conviertan en un ingreso importante para el erario público municipal, entonces esto debe requerir de una atención muy específica, especial, ...crear la mejor imagen...” (Flores, 2017), resaltando la importancia del turismo en su argumento, y de éste dice “...es una actividad importante en el caso del municipio de Amecameca.” (Flores, 2017).

Respecto de la imagen institucional del mercado Juárez, el experto agregó:

... es la imagen no solamente para el mercado sino para el municipio, si el mercado está en muy buenas condiciones, una buena infraestructura, el turismo se lleva una buena imagen y va a regresar y el usuario también, que es el que cotidianamente vivimos aquí en el municipio, pues nos sentimos más atendidos, con mayor confort... y pues daríamos mayor visita al mercado, pero si llegamos y el piso está sucio, hay montones de basura, puestos abandonados, eso denota la falta de responsabilidad institucional por parte del municipio y por parte de las autoridades administrativas del mercado... (Flores, 2017).

Posteriormente, sobre la infraestructura que dispone el municipio de Amecameca, para la prestación del servicio de mercados, el experto señaló: “Se me hace muy corta, e incluso hay otros municipios más chicos que ya lo están rebasando, precisamente en cuanto a calidad a eficiencia, presentación, calidad en el servicio, calidad en la infraestructura como peatón, infraestructura vehicular, infraestructura como estacionamiento que efectivamente eso está colapsando... no se ha actualizado... esa infraestructura acorde a las necesidades presentes” (Flores, 2017), el experto, también expresó la importancia del mantenimiento a la infraestructura de este servicio.

Lo anterior es importante, ya que como expresaron, tanto comerciantes, como por funcionarios y servidores públicos, además del experto, la infraestructura ya es insuficiente para este satisfacer las necesidades de este servicio público, pues tanto la densidad demográfica como la modernidad le han rebasado.

Sobre la forma en cómo se beneficia el Ayuntamiento en el servicio público de mercados, el experto manifestó que “de los impuestos o cuotas obtenidas en el cobro del suelo”, con lo cual estoy en desacuerdo, pues la prestación de un servicio público va más allá de la obtención de ingresos para el erario público, sino que versa sobre la calidad de su prestación, como señala el enfoque de nueva la gestión pública.

En relación a la encuesta realizada a 334 ciudadanos del municipio de Amecameca, el 19.5% consideraron que los sujetos que más se benefician del servicio público de mercados son los comerciantes, mientras que el 56.6% consideró que es el Ayuntamiento, el 16.5% manifestó que el municipio y solo el 7.5% la ciudadanía. Cifras que muestran la falta de compromiso por parte de las autoridades municipales, ya que el beneficio debería ser proporcional a todas las partes implicadas en dicho servicio, dentro de un Estado, apegado a realizar el bien público temporal de sus componentes, su población, como finalidad primordial.

3.5.3 Los ciudadanos municipales o locales, como sujetos pasivos del servicio público de mercados, como factor determinante en la calidad del mismo

Para darle rigurosidad a la presente investigación se utilizó como técnica de investigación a la encuesta, como procedimiento riguroso y objetivo. Se encuestó a 334 ciudadanos, hombres y mujeres entre 18 y 90 años de edad, del municipio de Amecameca, Estado de México.

Para justificar la variable independiente, que se tiene en la elaboración del presente trabajo, “ciudadanía”, se tomaron en cuenta los siguientes indicadores: beneficio, costo, derechos y obligaciones, para la elaboración de los ítems correspondientes tanto para la encuesta como para la entrevista, para conocer la forma en que la ciudadanía percibe la reglamentación municipal en el servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México, en el periodo 2016-2018.

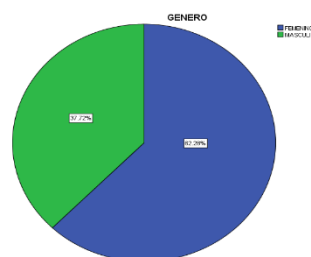
En relación con el género de los ciudadanos encuestados, se obtuvo que el 62.3% fueron personas del género femenino y el 37.7% fueron del género masculino, como se muestra en la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 51. Género.

		Porcentaje válido
Válidos	FEMENINO	62.3
	MASCULINO	37.7
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 45. Género.



Fuente: Elaboración propia

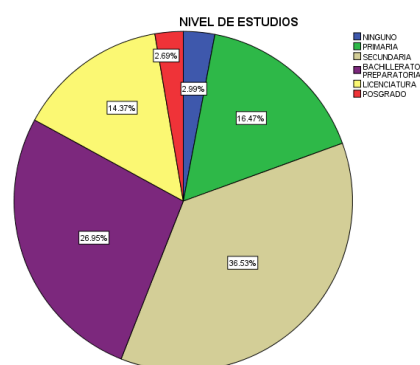
Respecto al nivel de estudios de los ciudadanos encuestados, se obtuvieron los siguientes resultados: El 3% no tiene ningún tipo de educación, el 16.5% tenía solo el nivel primaria, el 36.5% la secundaria, el 26.9% el bachillerato o la preparatoria, el 14.4% nivel licenciatura y solo el 2.7% posgrado. Por lo que, el porcentaje más alto de estudios lo alcanzó el nivel secundaria, seguido del bachillerato, preparatoria u equivalente. Para ello se anexa tabla y gráfica:

Tabla 52. Nivel de estudios.

		Porcentaje válido
Válidos	NINGUNO	3.0
	PRIMARIA	16.5
	SECUNDARIA	36.5
	BACHILLERATO O PREPARATORIA	26.9
	LICENCIATURA	14.4
	POSGRADO	2.7
	Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 46. Nivel de estudios.



Fuente: Elaboración propia

El municipio de Amecameca, Estado de México, tiene 26 secciones, incluyendo la cabecera municipal, así como seis delegaciones: San Francisco Zentlalpan, Santa Isabel Chalma, Santiago Cuauhtenco, San Pedro Nexapa, San Diego Huehuecalco, San Antonio Zoyatzingo. Las encuestas fueron aplicadas los días 08, 10 y 11 de

abril de 2017, en el municipio de Amecameca, Estado de México. A continuación, se detalla en el siguiente cuadro, la manera en que estas encuestas fueron aplicadas:

Tabla 53. MUESTRA DE CIUDADANOS DE AMECAMECA A ENCUESTAR POR SECCIÓN ELECTORAL

Número de secciones de Amecameca	Sección	Número de ciudadanos por lista nominal por sección	Total a encuestar
1	0193	1,153	11
2	0194	1,173	10
3	0195	1,532	14
4	0196	1,188	11
5	0197	891	9
6	0198	838	8
7	0199	633	6
8	0200	705	7
9	0201	1,385	13
10	0202	1,881	18
11	0203	875	8
12	0204	1,007	10
13	0205	977	9
14	0206	1,123	11
15	0207	2,047	18
16	0208	1,610	15
17	0209	1,690	16
18	0210	1,812	17
19	0211	1,589	15
20	0212	2,338	20
21	0213	1,611	15
22	0214	1,284	12
23	0215	1,990	18
24	0216	1,334	13
25	0217	1,549	14
26	0218	1,678	16
Total		36,443	334

Fuente: Elaboración propia, en base a la página electrónica del IEEM: http://www.ieem.org.mx/numeralia/lista_nominal.html

Como ya se mencionó en el capítulo 3.5.1, el 56.6 % de los encuestados opinaron que el sujeto que más se beneficia del servicio público de mercados es el Ayuntamiento, el 19.5 % opino que los comerciantes, el 16.5 % opinó que el municipio, mientras que el 7.5 % opinó que es la ciudadanía.

De dichos datos, sobresale el hecho de que la mayoría de los ciudadanos, más del 56 % consideraron que el sujeto beneficiado es el Ayuntamiento en el servicio público de mercados y solo el 19.5 % consideró que son los comerciantes, mientras que el 7.5 % consideró que es la ciudadanía, lo cual demuestra la ineficiencia en la prestación de este servicio por parte del ayuntamiento, pues los cuatro sujetos deberían de estar en igualdad de condiciones en el factor beneficio de este servicio.

De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas a la ciudadanía, el 48.8 % de los ciudadanos manifestaron que la generación de turismo y derrama económica es el mayor beneficio que acarrea el servicio público de mercados y solo el 20.4 % señaló que es la creación de fuentes de empleo.

Al respecto de lo atractivo que puede ser el mercado municipal, el 54.2 % de los encuestados manifestaron que el mercado municipal no es atractivo.

En relación a la entrevista aplicada a siete ciudadanos, cuatro comerciantes, un servidor público y dos funcionarios públicos, en relación a la pregunta ¿Cuáles son las obligaciones que considera fundamentales que debe cumplir la ciudadanía en el servicio público de mercados? Cuatro de ellos mencionaron que el colocar la basura en su lugar; tres consideraron que es el avisar al Ayuntamiento sobre cualquier irregularidad que se suscite en el servicio público de mercados y; uno manifestó que es el preservar en buen estado la infraestructura existente. Sin duda las tres respuestas son esenciales y trascendentes para el buen funcionamiento de este servicio público y su puesta en marcha hará que mejore la calidad él, mediante una cultura de orden, de respeto, de compromiso, de profesionalismo, de cooperación entre los tres sujetos implicados en este servicio municipal: los comerciantes, las autoridades municipales y los ciudadanos y la población que hace uso del mismo.

3.6 Hallazgos y propuestas para la solución del problema de investigación

Comercio desleal:

- a) El que se ejerce todos los días; el que se realiza en los días de tianguis, efectuado por los comerciantes itinerantes y; el que se efectúa en los días de fiestas tradicionales, al vender el Ayuntamiento las ferias a grandes empresarios.

Propuesta: Mediante el establecimiento de tarifas o cuotas equitativas.

- b) El comercio desleal en los precios de los productos.

Propuesta: Mediante el consenso, llegar acuerdos entre los comerciantes, sobre las ventajas de tener precios semejantes por la venta de sus productos, a través de la organización de un Comité o Consejo de comerciantes que regule de manera voluntaria y libre este tipo de situaciones.

- c) El comercio desleal a través de dos o más modalidades de venta: a) de mayoreo, b) medio mayoreo y, c) menudeo. Llevado a cabo, principalmente por las dos abarroteras que hay en el Municipio de Amecameca: El Zorro Abarrotero y la abarrotera DZ, las cuales ofertan sus productos a menudeo, medio mayoreo y mayoreo.

Propuesta: Llevar a cabo la reglamentación municipal, por parte de las autoridades responsables de este servicio, ejecutando los artículos 24 y 27, fracción XXXIII, del Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio 2016-2018.

- #### La necesidad de un estacionamiento público, propio del servicio público de mercados.

Propuesta: La gestión y construcción de un estacionamiento público con la capacidad de dar servicio a la población de este servicio público.

- #### La necesidad de vigilancia policiaca, por parte de la Dirección de Seguridad Pública.

Propuesta: Que los policías municipales hagan rondines con mayor frecuencia en las instalaciones del mercado y los días de tianguis, así como la instalación de cámaras de vigilancia las 24 horas del día.

- ✚ La necesidad de zonificar los giros comerciales.
Propuesta: Mediante la ejecución de la reglamentación municipal, establecida en los artículos 26, fracción VII y 27, fracción III del Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio 2016-2018.
- ✚ La necesidad de tarifas o cuotas equitativas, acorde a las ganancias que perciben los comerciantes por la venta de sus productos.
Propuesta: Mediante la realización de análisis estadísticos y demás mediciones de tipo científico, determinar un porcentaje equitativo para la aplicación de tarifas o cuotas, en base a las ganancias que perciben los comerciantes y en base a ello sea la carga tributaria, lo cual debe de regularse y establecerse en la reglamentación municipal.
- ✚ La necesidad de actualizar y ejecutar la reglamentación municipal existente, acorde el servicio público de mercados, que establezca medidas estratégicas para mejorar este servicio, así como la unión y participación del gremio comercial.
Propuesta: Mediante la organización y establecimiento de un grupo de expertos, de profesionales, que tome en cuenta las opiniones de los sujetos que intervienen en la actividad comercial, sean pasivos o activos: ciudadanos, comerciantes y autoridades municipales, para la puesta en marcha de una reglamentación prospectiva, incluyente, participativa, que tenga como finalidad la mejora de éste servicio público, además de que dicha reglamentación sea ejecutada por las autoridades municipales encargadas de éste servicio.
- ✚ La necesidad de que los vendedores “ambulantes o itinerantes” estén incluidos en la reglamentación existente del servicio público de mercados, a través de su reconocimiento como vendedores de ese tipo.
Propuesta: A través de la inclusión de esta categoría “vendedores ambulantes o itinerantes” en el artículo 26, fracción XXIX del reglamento de la Dirección de Fomento Económico y Comercio 2016-2018, portando una credencial que así los respalde y acredite, expedida por el Ayuntamiento, lo que a su vez generará un ingreso extraordinario por parte de estos

comerciantes al erario público, además de que proporcionará certeza al cliente, a los comerciantes y a las propias autoridades, pues podrán llevar un control sobre esta actividad.

✚ La necesidad de construcción de un nuevo mercado municipal.

Propuesta: Mediante la gestión pública, gestionar con las autoridades locales y federales el recurso público para la construcción de un nuevo mercado municipal, con la capacidad de albergar y ordenar a los comerciantes de puestos fijos y semifijos que se encuentran en las afueras del mismo, ya que su capacidad ha sido rebasada.

CONCLUSIONES

– 1 –

La discusión acerca de la naturaleza del Estado ha sido amplia en el tiempo y en el espacio, lo que no es de extrañar, toda vez que se trata de la entidad política por antonomasia, la formación y desarrollo del Estado moderno corre en paralelo a la organización política de la sociedad, cabe destacar que durante la época del Estado absolutista, aún comparte el poder político con otras formaciones políticas precapitalistas como condados, marquesados y otras de corte inclusive feudal; sin embargo, a partir del advenimiento del moderno Estado de Derecho, prácticamente se transforma en la entidad que se transforma en el titular único del poder gubernamental, así cobra una omnipresencia en lo largo y ancho del territorio en donde tiene jurisdicción correspondiéndose con lo que conocemos como los estados nacionales o estados-nación. Constituye también una categoría que nos explica la forma de organización de las sociedades modernas, dando lugar a las denominadas formas de Estado que, en el caso mexicano cobra la forma de Estado Federal. Cabe destacar que, en el desarrollo de mi trabajo de investigación de grado, el análisis y explicación del Estado, referido a la Teoría del Estado, representó un ejercicio indispensable para situar y fundamentar el mismo.

– 2 –

La administración pública es inherente al Estado, de tal suerte que su desarrollo, corre en paralelo al de este último; en este sentido aquella durante el periodo relativo al Estado absolutista, se corresponde con la administración regia, mejor conocida como ciencia de la policía, es con la llegada del citado Estado de Derecho en que adquiere el nombre de administración pública y derivado de sus planteamientos y principios, es al francés Carlos Juan Bautista Bonnin a quien corresponde el honrosísimo honor de ser considerado como el padre o fundador de la moderna ciencia de la Administración Pública, a partir de entonces la teoría explicativa de ésta nos explica las estructuras, formas y funciones en que la administración organiza, tutela, promueve e inclusive llegado el caso reprime a la sociedad y,

siguiendo nuestro planteamiento, la administración pública es la actividad organizadora del Estado, la vinculación de éste con el conjunto de la sociedad. En el caso específico de México la administración pública está organizada en tres órdenes de gobierno: el federal, el estatal y el municipal; es así que en mi trabajo de investigación desarrollé una síntesis de la teoría de la citada administración pública para dar sustento al estudio de los servicios públicos y de su reglamentación.

– 3 –

La gestión pública ha puesto el acento entre otros aspectos en la denominada administración por resultados, en la autonomía de gestión, en la responsabilización del administrador o gerente; de igual forma se hace referencia a un modelo post burocrático, asimismo se hace énfasis en lograr mejores resultados, no es así casual que se ilustre y explique cómo el modelo de las tres e que se traduce, en eficacia, eficiencia y economía, a lo que se añade la c de calidad. Desde esta perspectiva, los resultados que encontramos en nuestro trabajo de investigación de grado nos evidencian que los niveles de eficacia, eficiencia, economía y calidad en la prestación del servicio público de mercados, deja mucho que desear, en otras palabras que como consecuencia de la aplicación de nuestros instrumentos de trabajo de campo, específicamente los cuestionarios, nos revelan que el servicio aludido no está alcanzando la eficiencia y calidad esperado por la ciudadanía, más aun tratándose de un servicio básico para la ciudadanía que corresponde al abastecimiento de productos esenciales de la canasta básica.

– 4 –

La reglamentación constituye una de las funciones y atribuciones básicas del orden municipal de gobierno, administración y gestión municipal, directamente asociado a los servicios públicos municipales, los cuales pueden y deben ser reglamentados por el orden mencionado; en el caso de la reglamentación del servicio público de mercados correspondiente con nuestro objeto de estudio, la reglamentación es confusa y desactualizada, por lo que constituye una herramienta o una base poco consistente para tender a la prestación de dicho servicio de manera eficiente y con

calidad, por lo que, su utilidad para lograr una gestión pública más eficaz, eficiente, económica y de calidad queda limitada, así lo que nos propusimos en vincular reglamentación con gestión pública, lo logramos; sin embargo como un binomio que tiene que ser revisado, actualizado para ser aplicado cotidianamente en la prestación de este servicio público tan necesario y básico para la ciudadanía del municipio de Amecameca de Juárez, Estado de México.

– 5 –

Los mercados y los tianguis son imprescindibles en la vida de una comunidad, principalmente en las comunidades rurales o semiurbanas, debido a que representan y son fuente de ingresos para las personas que allí habitan al poder vender y obtener ganancias para satisfacer sus necesidades básicas de supervivencia y, también al intercambiar sus productos por otros de utilidad, por lo que, a través de estas instituciones económico–sociales, se puede elevar y mejorar la calidad de vida de las personas. También son importantes en la administración pública municipal, puesto que, el mercado, así como el comercio en general, representan ingresos ordinarios y extraordinarios para el erario público, y de esta manera crear políticas públicas que eleven la calidad de vida de los habitantes y del Municipio, como ente público.

– 6 –

Tanto el tianguis, el mercado y las instituciones sociales, crean y fomentan lazos culturales y sociales que dan cohesión y un sello distintivo a la comunidad de que se trate, es decir, son fuente de creación y difusión de cultura e identidad, desde tiempos remotos hasta la actualidad, por lo tanto, dichas instituciones son parte trascendental de la cultura de la sociedad local y nacional, con proyección internacional. Es a través de las instituciones sociales, como el mercado y el tianguis, que se marca la vida y la cultura de la sociedad estatal, en donde reposan valores como: solidaridad, justicia, lealtad, honradez, etc.; las costumbres y tradiciones, como las ferias locales, la vendimia en día de muertos, posadas, navidad, reyes magos, candelaria, por mencionar algunas, se tornan en una rica fuente de intercambio de enseñanzas, valores, tradiciones, cultura que crean y

fortalecen lazos de cohesión y de solidaridad entre los miembros que en ellas se desenvuelven. El mercado como el tianguis son instituciones históricas de gran relevancia en el municipio mexicano que han trascendido en el tiempo y en el espacio, dada su importancia, tanto en la esfera económica, social y cultural. En la primera, porque representan un medio para allegarse de bienes y servicios, de manera inmediata, de calidad y a buen precio; en el caso de los comerciantes, representa una manera digna de allegarse de recursos económicos para solventar los gastos de la vida diaria; para el municipio constituye la prestación de un servicio público, que se encuentra establecido en la ley, el cual debe prestarse de manera eficiente y eficaz, además de ser de calidad. En lo social y cultural porque son instituciones que coadyuvan en la identidad, forjan y consolidan lazos de solidaridad, un medio trascendental para consensar y fortalecer la ayuda y la empatía entre los sujetos que en ellas participan: comerciantes, población y autoridades municipales.

– 7 –

El servicio público de mercados y centrales de abasto constituye además, una actividad técnica destinada a satisfacer una necesidad de carácter general, consistente en el adecuado aprovisionamiento de productos y servicios indispensables para la alimentación y la economía doméstica, cuyo cumplimiento, uniforme y continuo, debe ser permanentemente asegurado, regulado y controlado por el poder público, para el aprovechamiento de quien lo requiera, es un servicio público indispensable y su utilidad es universal debido a la cobertura de usuarios reales y potenciales que atiende, que viene a ser casi la totalidad de la población. Su gestión es directa y por ello es regulado por normas de derecho público. Dentro de los servicios públicos municipales, el de mercados, es de recalcada importancia para los habitantes, comerciantes, servidores y funcionarios públicos del municipio de Amecameca, Estado de México, lo cual se constató a través de las encuestas y entrevistas realizadas tanto a la ciudadanía, como algunos comerciantes y servidores públicos.

El servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México observa una deficiente calidad, debido a varios factores: una inadecuada, dispersa y obsoleta reglamentación, una ineficaz e ineficiente gestión pública municipal y a una deficiente e incorrecta coordinación y colaboración de las partes implicadas: funcionarios públicos, comerciantes y ciudadanía local. Lo anterior, debido a que no existe una adecuada gestión de este servicio en la administración pública, por lo tanto, tampoco hay una mejora permanente para satisfacer progresivamente las necesidades y expectativas de la ciudadanía, con justicia, equidad, objetividad y eficiencia en el uso de los recursos públicos destinados a este servicio.

– 8 –

Cabe destacar que existe una reglamentación del servicio público de mercados inserta en el Bando de Policía y Buen Gobierno, y un Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio para el Municipio de Amecameca, periodo 2016-2018. Respecto al primero, los artículos que versan sobre el servicio público de mercados se encuentran dispersos, no hay un capitulo especial para el mismo. En Libro Primero, Título Segundo se ubica el Capítulo Segundo, el cual versa sobre los derechos y obligaciones de la población municipal; el Libro Tercero, Título Cuarto, sección novena, versa sobre las infracciones en las actividades comerciales, en el Libro Cuarto, Título Tercero se ubica la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio y también se encuentra en este libro, en el Título Cuarto, la Dirección de Servicios Públicos Municipales. Respecto del segundo, es de destacar que, en dicho Reglamento, no existe un departamento o área que contemple al servicio público de mercados como tal, sino que este se encuentra asimilado a un departamento que se hace llamar “Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio”. Asimismo, se establece la “integración del Consejo Consultivo de Desarrollo Económico”, pero dicha legislación queda inconclusa al no mencionar su constitución, sus facultades, atribuciones y periodos de sesión, etc., tampoco se localizó el establecimiento de un cuerpo colegiado o consejo, integrado por representantes de las partes implicadas en la prestación de éste servicio, que colabore en la elaboración de una adecuada reglamentación, el cual se encuentre

debidamente regulado en cuanto a su constitución, facultades, atribuciones y periodos de sesión, a fin de solucionar las problemáticas que puedan surgir en la prestación de este servicio; las obligaciones y derechos de las partes; la forma en como la ciudadanía debe contribuir para mantener en buen estado las instalaciones de este servicio público; en cómo los funcionarios públicos deberán de allegarse de recursos económicos para mantener en buenas condiciones la infraestructura de este servicio, en especial el del mercado municipal; la forma de mantener en regla y orden las áreas de zonificación por giro comercial; de proveerle a los comerciantes “ambulantes” la formalidad adecuada, mediante identificaciones que acrediten la licitud en su actividad comercial; también las cuotas equitativas que deberán pagar los comerciantes por la ocupación de un espacio físico, sea fijo, semifijo o itinerante, así como la ejecución cabal de la reglamentación, a través de su difusión y concientización.

Es pertinente subrayar que los factores que limitan la reglamentación municipal son: la dispersión y su incompletez. La primera incide de manera negativa en la calidad de este servicio público, al no contar con una reglamentación adecuada, que se inserte en un código o reglamento único—especial, que regule específicamente la prestación de este servicio, por lo que, a su vez provoca que sea incompleta y que algunos artículos sean repetitivos en ambas legislaciones, provocando en consecuencia que se pierda la ilación de las normas.

– 9 –

Cabe hacer mención que se aprecia varias acciones que favorecen al Bando de Policía y Buen Gobierno como son: actualizar el registro municipal de desarrollo económico; autorizar las licencias de funcionamiento y/o refrendo; promover la organización social ayudando en la creación, desarrollo y consolidación de empresas cooperativas; la creación del registro municipal de licencias de funcionamiento; regular el comercio en el primer cuadro de la cabecera municipal; la prohibición de invadir u obstruir la vía pública, utilizar o emplear los bienes de dominio público, salvo en casos de autorizaciones; la no concesión de la vía pública para ejercer la actividad comercial, así como la prohibición de utilizar el jardín

municipal como zona de comercio; prohibición de que las estructuras de los puestos semifijos permanezcan en la vía pública.

Es menester aclarar que, aunque el Bando de Policía y Buen Gobierno pretende regular dichas cuestiones y de esta manera generar bienestar social a la población municipal, esta normatividad es letra muerta, debido a que las exigencias que se plantean no son llevadas a cabo en la realidad.

En lo que concierne al Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, apreciamos que los aspectos que favorecen la reglamentación municipal radican en que señala de manera precisa las autoridades competentes y la aplicación de dicha reglamentación, siendo los primeros: el Ayuntamiento, el Presidente Municipal, el Regidor de la comisión del ramo, el Tesorero Municipal, el Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, el Coordinador de Desarrollo y Fomento Económico, el Coordinador de Desarrollo Agropecuario y Forestal, el Coordinador de Comercio, el Supervisor de Comercio, el Jefe de Mercados y Tianguis, los Inspectores, Notificadores, Verificadores, Ejecutores y, el Auxiliar Jurídico.

La Coordinación de Desarrollo y Fomento Económico, tiene como objetivo, principal, plantear, implementar y dar seguimiento a los programas, acciones y en general políticas públicas en materia de desarrollo económico del municipio, destacando: focalizar, explotar, desarrollar y difundir la economía del municipio; implementar programas, proyectos y actividades que fomenten el desarrollo de los sectores económicos secundarios y terciarios y emprendedores; elaborar programas y proyectos que fomenten la productividad; promover, coordinar, ejecutar y vigilar dichos programas; promover, fomentar y apoyar la actividad artesanal del municipio; entre otros.

La Coordinación de Comercio, enfatiza su objetivo, que es el de realizar acciones tendientes a fomentar el interés, la participación e inversión local o extranjera en materia de comercio dentro del territorio municipal, de igual forma con dichas acciones se pretende generar empleos y contribuir al mejoramiento de la economía tanto de la población, como del municipio; vigilar, inspeccionar, verificar y recaudar,

a través de la Tesorería municipal, respecto de las actividades que realizan los particulares de carácter comercial, industrial, de empresas ecoturísticas, de prestación de servicios espectáculos y diversiones públicas y de los puestos fijos, semifijos y móviles, que ejercen el comercio en la vía pública, tianguis y mercados; vigilar la administración y funcionamiento de los tianguis y mercados, así como de cualquier actividad comercial que se realice en la vía pública en el territorio del Municipio; promover la organización de ferias comerciales, industriales, artesanales y de productores; iniciar procesos administrativos; vigilar la administración y funcionamiento de los tianguis y mercados (atribución que también tiene el supervisor de comercio, en el artículo 20, fracción IV); controlar el comercio en los tianguis y mercados; vigilar la limpieza en los lugares donde se establezca el tianguis, mercados y donde se ejerza el comercio en la vía pública; *promover el acercamiento del Ayuntamiento con las uniones de tianguistas o asociaciones civiles de las agrupaciones de comerciantes, para tratar asuntos relativos a su actividad económica* (pero no regula la forma), entre otras.

Del Supervisor de Comercio, destacan las siguientes atribuciones: supervisar la ubicación física de los vendedores, ordenándolos según su giro comercial; vigilar que los particulares que ejercen el comercio cuenten con licencias anuales y/o permisos; vigilar el cumplimiento de horarios y condiciones de trabajo de los establecimientos, tianguis y mercados, así como cualquier actividad que se realice en la vía pública; vigilar la administración y funcionamiento de los tianguis y mercados (atribución que también tiene el Coordinador de comercio en el artículo 18, fracción IX); vigilar que el ejercicio de la actividad comercial no se realice en áreas prohibidas por el reglamento; realizar de planos y croquis de la ubicación de los comerciantes de puestos semifijos y ambulantes, entre otras.

Del Jefe de Mercados y Tianguis, destaca: la elaboración de programas de mantenimiento del mercado público municipal a fin de brindar un servicio eficaz y en las condiciones adecuadas a la ciudadanía; organizar a los locatarios y titulares de establecimientos comerciales del mercado a efecto de que realicen obras de mantenimiento necesarias; *promover el acercamiento del Ayuntamiento con las*

uniones de locatarios o asociaciones civiles de las agrupaciones de comerciantes y trabajadores para tratar asuntos relacionados con su actividad comercial (de igual manera, no regula la forma); vigilar que haya limpieza en el interior y exterior del mercado; evitar la obstrucción de pasillos, accesos y escaleras con mercancías y objetos que impidan el libre tránsito de los usuarios; entre otras.

Aunque el Reglamento de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio para el municipio de Amecameca, Estado de México, pretende generar riqueza y bienestar económico y social a la población municipal, mediante el desarrollo de ciertas actividades y funciones atribuidas a determinados funcionarios, ella es letra muerta, debido a que, la gran mayoría de cuestiones que plantea, no son realizadas.

– 10 –

En lo que se refiere a la gestión pública, ésta es por decir lo menos deficiente, debido fundamentalmente al desconocimiento de los funcionarios públicos encargados de este servicio de cómo se debe realizar. En cuestión de jerárquica, el quinto regidor quien es el responsable del servicio público de mercados en el municipio de Amecameca, Estado de México, no tiene la capacitación adecuada en relación a la manera de como buscar o allegar mayores recursos económicos al municipio, a fin de satisfacer adecuadamente las necesidades de este servicio: mantenimiento a la infraestructura, remodelación, ampliación y embellecimiento. En lo que respecta al Director de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, tampoco tiene la capacidad para coordinar y colaborar con los comerciantes, en relación a la satisfacción de sus necesidades más urgentes: ordenamiento de los puestos semifijos y ambulantes, zonificación de áreas por giro comercial, limpieza, higiene y sanidad y adecuada presentación de las instalaciones. En torno a la coordinación y a la colaboración, apreciamos que estas son inadecuadas, debido a que, tanto funcionarios públicos como comerciantes, trabajan a disgusto el uno con el otro, pues cada sector acusa a su contraparte de no colaborar en la prestación del servicio público de mercados, evidenciando la mala coordinación, colaboración y disposición que ambas partes tienen al trabajar en conjunto. En suma, la calidad del

servicio público de mercados en el municipio de Amecameca depende, en gran medida de una reglamentación adecuada, actualizada y completa, de una eficiente gestión pública vinculada al desempeño de los funcionarios públicos, a la participación proactiva de los ciudadanos y de los comerciantes. La reglamentación en este servicio es de tal manera trascendente para complementar y conseguir una óptima gestión municipal, coordinación y colaboración entre estos tres sujetos participantes.

–11 –

El estudio de caso sirvió para concentrarnos en un caso único, el servicio público de mercados. Del cual, se tomó en consideración una elevada cantidad de propiedades del caso, es decir, características o dimensiones de las unidades que se consideran importantes para la investigación y evaluar su importancia, en la compleja red de relaciones que constituye todo fenómeno político-social, para el debido control de las variables a utilizar, entre ellas: la calidad del servicio de mercados en Amecameca; la reglamentación en el servicio público de mercados; la gestión pública en el servicio público de mercados, las autoridades encargadas del servicio público de mercados; los comerciantes y; los ciudadanos municipales o locales. Nuestro estudio de caso también fue de carácter intensivo, es decir, de tipo cualitativo, porque se consideró una sólo unidad, el servicio público de mercados, en el Municipio de Amecameca, Estado de México.

Respecto a las técnicas, se optó por la encuesta estructurada, la cual se realizó con la finalidad de darle rigurosidad a la presente investigación, por ser un procedimiento riguroso y objetivo. Para ello se realizó un cuestionario con veinticuatro reactivos, el cual fue aplicado a 334 ciudadanos, hombres y mujeres entre 18 y 90 años de edad, del municipio de Amecameca, Estado de México. En las 26 secciones electorales del municipio de Amecameca, Estado de México, incluyendo la cabecera municipal, como las seis delegaciones que conforman el municipio de Amecameca (San Francisco Zentlalpan, Santa Isabel Chalma, Santiago Cuauhtenco, San Pedro Nexapa, San Diego Huehualco, San Antonio Zoyatzingo).

En relación a la entrevista como instrumento semiestructurado y como técnica flexible, se obtuvo a través de una guía de entrevista de 32 preguntas, información relevante de ocho personas, siendo estas: tres servidores públicos, el C. José Manuel Vázquez Hernández, Quinto regidor, encargado de supervisar y coordinar la Dirección de Comercio, Fomento Económico y Comercio, el C.P. J. Jesús Sánchez Tirado, Director de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio y, el C. David Sánchez Constantino, Coordinador de comercio por el Sindicato Único de Trabajadores, de los poderes y Municipios e Instituciones Descentralizadas del Estado de México (SUTEYM); cuatro comerciantes con la calidad de autoridades de uniones comerciales, el C. Antonio Covarrubias Escorcia, Presidente de la Unión de Locatarios del Interior del Mercado Juárez, A. C., la C. Angélica María Valencia Reyes, Presidenta de la Asociación de Comerciantes de la Región Volcanes, el C. Víctor Padilla Domínguez, Presidente de Honor y Justicia de la Asociación de Comerciantes de la Región Volcanes y, el C. Miguel Pacheco Hernández, Presidente de la Unión de Tablajeros del Interior del Mercado Juárez, A. C. y, un experto, el Mtro. en C.P y S. Ramiro Flores López, coordinador de Incubadora de empresas en el CU UAEM Valle de Chalco, y profesor de asignatura de la materia de Administración Pública Federal-Estatal del CU UAEM Amecameca.

Las entrevistas permitieron conocer el punto de vista de los sujetos activos en el servicio público de mercados, a través de ellas se obtuvieron hallazgos que permitieron comprender los factores clave para el buen funcionamiento del servicio público de mercados, para obtener un servicio de calidad. Las entrevistas servirán de apoyo para la realización prospectiva de una reglamentación municipal acorde al contexto social, económico y cultural de este servicio público, correspondiente al municipio de Amecameca, Estado de México.

–12 –

En suma, reglamentación y gestión pública constituyen un binomio indisoluble, tal como lo pudimos demostrar en el presente trabajo de investigación en el cual vinculamos la reglamentación del servicio público de mercados con la gestión pública municipal y demostramos que una reglamentación del servicio, además de

constituir de suyo un labor compleja, es determinante para lograr una gestión pública satisfactoria y de calidad de algún servicio público, en el caso particular el de mercados.

En el caso del Municipio de Amecameca, Estado de México, el servicio público de mercados constituye uno de gran relevancia, dada la ubicación estratégica del mismo que atrae turismo de manera notable, no es casual que en el mismo se celebre dos días de tianguis, domingo y miércoles; sin embargo, pareciera ser, como lo revela el presente estudio, que no se ha ponderado por parte de las autoridades municipales, la importancia que reviste este fundamental servicio. En nuestra investigación se pretendió realizar una aportación orientada a la mejora del multicitado servicio público de mercados, en particular por tratarse nuestro posgrado de uno de carácter profesionalizante, dejo constancia de lo relevante que representó para mi cursar la Maestría en Gobierno y Asuntos Públicos, que me dejó profundas enseñanzas, en donde estuvieron presentes actividades extracurriculares como cursos internacionales, conferencias magistrales, presentación de ponencias en Congresos Internacionales, entre otras actividades.

FUENTES CONSULTADAS

- AGUILAR Villanueva, Luis F. (2006). *Gobernanza y gestión pública*. Sección de obras de Administración Pública. México: Fondo de Cultura Económica.
- AYUNTAMIENTO (2016). Amecameca, Ayuntamiento Constitucional 2016-2018, consultado en línea el 11 de noviembre de 2016, en <http://amecameca.gob.mx/turistico/Organigrama.php?org=1>
- BANDO MUNICIPAL (2017). Periódico del Gobierno Municipal de Amecameca, Estado de México, Gaceta Municipal, Sumario: Bando Municipal de Amecameca 2017, Vol. 2, Número 32, Ayuntamiento Constitucional de Amecameca, Estado de México.
- BRESSER Pereira, Luis Carlos (1998). "Lo público no estatal en la reforma del Estado". Caracas - Clad. Buenos Aires, Argentina: Ed. Paidós.
- BRUGUÉ Quim y Subirats Joan (1996). *Lecturas de Gestión Pública*, Madrid: INAP-MAP.
- BURGOA Orihuela, Ignacio (2014). *Derecho Constitucional Mexicano*, México: Porrúa.
- CÁMARA de Diputados, H. Congreso de la Unión, Centro de Estudios de la Finanzas Públicas (2002). "Estado de México: Situación Económica y Finanzas Públicas, del Estado de México 2001, consultado en línea el 11 de noviembre de 2016 en <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0032002.pdf>
- CHICA Vélez, Sergio (2011). Una mirada a los nuevos enfoques de la gestión pública, en la revista *Administración y Desarrollo*, vol. 53, núm. 39. Bogotá: Escuela Superior de Administración Pública (ESAP) Pp. 57-74.
- CISNEROS Farías, Germán (2004). *Lógica Jurídica, México*: Porrúa.
- COMISIÓN de Ética y Transparencia Institucional (2008). "Eficiencia", Boletín Ética y Valores, núm. 3, CETI-PETROPERU: Perú.
- CONSEJO Nacional de la Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2010). "Informe anual sobre la pobreza y rezago social, Amecameca, México", México: SEDESOL- CONEVAL.
- CONSEJO Nacional de Población (2014). "Dinámica demografica1990-2010 y proyecciones de población210-2030", México: CONAPO.

- Consultado en línea el 11 de noviembre de 2016
en
http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/Proyecciones/Cuadernos/15_Cuadernillo_Mexico.pdf
- CONSTITUCIÓN Política de los Estados Unidos Mexicanos (2016), Esfinge: México
- CONTRERAS Orozco, Leticia (2014). "La gestión de calidad en el sector público", en *Rc et ratio*, núm. 8, Universidad Autónoma del Estado de México, Estado de México, pp. 11-24.
- DALLA Vía, Alberto Ricardo (2006). Reseña de "Consideraciones sobre la Teoría General del Estado" de Georg Jellinek *Cuestiones Constitucionales*, en *Redalyc*, núm. 14, Universidad Nacional Autónoma de México, México, pp. 335-343.
- DE PINA Vara, Rafael (2010). "Diccionario de Derecho", México: Porrúa.
- DÍAZ Ana Alicia (2008). La calidad en la gestión pública. Elementos para el mejoramiento de los servicios de salud en Paraguay, en *Programa conjunto de investigación*, CERIUP: Paraguay, pp. 2-15, consultado en línea el 26 de septiembre de 2017, en
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/FC0147F806DDB3E305257BCC0013FEC5/\\$FILE/LA_CALIDAD_EN_LA_GESTION_PUBLICA.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/FC0147F806DDB3E305257BCC0013FEC5/$FILE/LA_CALIDAD_EN_LA_GESTION_PUBLICA.pdf)
- FERNÁNDEZ Fuentes, Luis Humberto (2016). "Fundamentos para la Ciencia de la Administración Pública en el siglo XXI", México: INAP
- FERNÁNDEZ Ruiz, Jorge (2002). "*Servicios Públicos Municipales*", México: INAP-UNAM.
- FRAGA Gabino (2006). "*Derecho Administrativo*", México: Porrúa.
- FRAGOSO Valdez, María Elena (2011). "Estado de México, Contexto socioeconómico: Descripción de la situación actual en el Estado de México en el aspecto político, económico y social", consultado en línea el 11 de noviembre de 2016, en
<https://es.scribd.com/doc/64591092/Contexto-Socioeconomico-en-el-Estado-de-Mexico>
- FRIEDMANN Reinhard (2003). *La Gestión Pública en el Siglo XXI. Anticipando los Cambios que Vienen*, Chile, Instituto de Estudios y Gestión Pública de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública: Universidad Central de Chile.
- GALINDO Camacho, Miguel (2000). "*La Teoría de la Administración Pública*", México: Porrúa.
- GALINDO Camacho, Miguel (2013). "*Teoría del Estado*", México: Porrúa.

- GARCÍA Bustamante, Rocío, Rappo Miguez, Susana Edith y Temple, Ludovic (2016). "Innovaciones socioambientales en el sistema agroalimentario de México: Los mercados locales alternativos (Tianguis)", en *Agroalimentaria*, vol. 22, núm. 43, Universidad de los Andes, Venezuela. Consultado el catorce de agosto de 2017, en Redalyc.
- GARCÍA De Enterría, Eduardo (2008). *"El Reglamento, en Curso de Derecho Administrativo I"*, España: TOMSON y Universidad Complutense de Madrid.
- GARCÍA Máynez, Eduardo (1995). *"Introducción al estudio del derecho"*, México: Porrúa.
- GONZÁLEZ Becerril, Juan Gabino. "La gran Transformación del Estado de México y sus desafíos sociodemográficos". Centro de Investigación y Estudios Avanzados de la Población de la Universidad Autónoma del Estado de México, México: UAEM, consultado en línea el 11 de noviembre de 2016, en http://web.uaemex.mx/cieap/libros/12_migracion/03.pdf
- GONZÁLEZ Ortiz, Felipe y Vega Bolaños Sergio (2016). "Mercados itinerantes. Estudio comparativo de dos mercados en México", en *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, vol. I, núm. 151, Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica, pp. 127-149.
- GUTIERREZ Sánchez, Miriam (2010). *"Evolución Jurídica del Municipio en México"*, en Congreso Redipal Virtual III, México: Redipal. Consultado en línea el 29 de Septiembre de 2016 en, <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/redipal/CRVIII-20-10.pdf>
- H. AYUNTAMIENTO Constitucional de Amecameca de Juárez 2016-2018, Amecameca de Juárez 2016-Gobierno del Estado de México, consultado en línea el 11 de noviembre de 2016 en <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/bdo/bdo009.pdf>
- INEGI (2014). "Página en línea: Cuéntame", consultado en línea el 11 de noviembre de 2016 en, <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/información/Mex/Economia/default.aspx?tema=ME&e=15>
- LEÓN Salazar, Carlos (2010). "El comercio en la vía pública y el imaginario social en resistencia. El caso del tianguis de La Bola", en *El Cotidiano*, núm. 14, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, Distrito Federal, México, pp. 93-100.
- LICONA Valencia, Ernesto (2014). "Un sistema de intercambio híbrido: el mercado/tianguis La Purísima, Tehuacán-Puebla, México", en *Antípoda*, *Revista de Antropología y*

- Arqueología, núm. 18, Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia. pp. 137-163.
- LÓPEZ J. y Gadea, A. (1995). *Servir al ciudadano. Gestión de la Calidad en la Administración Pública*, Ediciones Gestión 2000: Barcelona.
- LÓPEZ López, Horacio y GARCÍA García, Federico (2016). *Enciclopedia de los Municipios y delegaciones de México: Amecameca*. México: INAFED, consultado en línea el 11 de noviembre de 2016, en <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15009a.html>
- MANUAL “Introducción a la Administración Pública y el Gobierno Municipal (2010). *“Facultad Reglamentaria del Ayuntamiento”*, México: Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal de la Secretaría de Gobernación.
- MONTOYA Juan David (2016). Página en línea: “Actividades Económicas de México”, consultado en línea el 11 de noviembre de 2016, en <http://www.actividadeseconomicas.org/2012/04/actividades-economicas-de-mexico.html>
- MORSTEIN Marx, Fritz (1975). “El Estado Administrativo. Una introducción a la burocracia”, Madrid: Escuela Nacional de Administración Pública (INAP).
- NETTEL Barrera, Alina del Carmen (2015). Reseña del libro de Teresita Rendón Huerta Barrera: “Teoría y técnica de la Reglamentación Municipal en México” en *Ciencia Jurídica*, Universidad de Guanajuato, División de Derecho, Política y Gobierno, Departamento de Derecho, Año 4, núm. 7, pp. 175-180: México. Consultado en línea el 1 de Noviembre de 2016, en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5144755.pdf>
- RODRÍGUEZ Aguilera, Armando y García Vidal, Gelmar (2012). “Eficacia y Eficiencia, Premisas indispensables para la competitividad”, en *Ciencias Holguín*, vol. XVIII, núm. 3, Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba Holguín, Cuba, pp. 1-14. Consultado en línea el 13 de septiembre de 2018 en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181524338001>
- OROPEZA Martínez, Humberto (2008). *“Administración Pública Municipal, en Estudio Preliminar del Municipio Libre”*, México: Trillas.
- PARÉ Luisa (1975). “Tianguis y economía capitalista”, en *Nueva Antropología*, vol. I, núm. 2, Asociación Nueva Antropología A. C., Distrito Federal, México, pp.85-93.
- PÉREZ Aramburu, Evangelina (2011). *La Administración Pública en el Estado Moderno: Enfoques teóricos para el análisis*

- de la administración pública Argentina: Universidad Nacional de La Plata.
- PLATAFORMA Electoral Municipal (2016). Amecameca, Plataforma Electoral Municipal, consultado en línea el 06 de septiembre de 2018, 86 págs., en <http://priedomex.org.mx:82/Transparencia/2016/Amecameca.pdf>
- PORRÚA Pérez, Francisco (1984). *“Teoría del Estado”*, México: Porrúa.
- QUINTANA Roldán, Carlos F. (2011). *“Derecho municipal”*, México: Porrúa
- REGLAMENTO (2016). Reglamento de la Dirección de Desarrollo Fomento Económico y Comercio 2016-2018, del H. Ayuntamiento Constitucional de Amecameca de Juárez 2016-2018.
- SÁNCHEZ González, José Juan (2001). *“La Administración Pública como Ciencia. Su objeto y su estudio”*, México: Instituto de Administración Pública del Estado de México (IAPEM).
- SCHMILL Ordoñez, Ulises. La Teoría de la Identidad del Derecho y del Estado de Hans Kelsen, pp. 587-598, consultado en línea el 12 de Octubre de 2016, en <http://bibliohistorico.juridicas.unam.mx/libros/1/177/37.pdf>
- SECRETARIA (2003). *“Plan municipal de desarrollo urbano de Amecameca”*. Consultado en línea el 18 de abril de 2006, en http://seduv.edomexico.gob.mx/planes_municipales/amecameca/PMDU%20AMECAMECA.PDF
- SECRETARIA (2008). *“El Reglamento, concepto y clases y límites de la potestad reglamentaria, Secretaria de Seguridad Pública, México”*. Consultado en línea el 18 de abril de 2016, en <http://www.seguridadpublica.es/2008/04/el-reglamento-fundamento-concepto-clases-y-limites-de-la-potestad-reglamentaria-especial-consideracion-a-la-potestad-reglamentaria-municipal-ordenanzas-y-bandos-otras-fuentes-del-derecho-adminis/>
- SERRA Rojas, Andrés (2015). *“Teoría del Estado”*, México: Porrúa.
- SORIA Del Castillo, Betty (2007). *“Diccionario municipal peruano”*, Perú: INICAM (Instituto de investigación y Capacitación Municipal).
- TREVES Renato. La doctrina del Estado de Hermann Heller, Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Consultado en línea el 13 de Octubre de 2016 en <http://historico.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/facdermx/cont/25/dtr/dtr15.pdf>

- TODOS LOS MUNICIPIOS DE MÉXICO (2018). Municipios, consultado en línea el 06 de septiembre de 2018 en línea el 06 de septiembre de 2018 en <http://www.municipios.mx/mexico/amecameca/>
- VEGA Hernández, Alberto (2014). "*Técnicas legislativa y normativa para elaborar bandos y reglamentos municipales*", en Congreso Redipal Virtual VII, México: Redipal.
- VILLORO Toranzo, Miguel (1989). "Introducción al estudio del Derecho", México: Porrúa.

ANEXOS

ANEXO A



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO CENTRO UNIVERSITARIO UAEM AMECAMECA CUESTIONARIO

Objetivo: La presente guía de encuesta busca recabar información relativa a la Reglamentación y gestión en el municipio de Amecameca, Estado de México. El caso del servicio público de mercados, 2016-2018. En el marco del proyecto de investigación de tesis de Maestría en Gobierno y Asuntos Públicos. La información proporcionada será estrictamente utilizada para fines académicos.

1.- No. Cedula: _____ 2.- Sexo:

1) F	2) M
------	------

3.- Edad: _____ 4.- Nivel de estudios: _____

5.- ¿Percibe la aplicación de algún tipo de reglamentación en el servicio de mercados, por parte de los funcionarios públicos encargados de ésta?

1)SI	2)NO
------	------

6.- ¿Es importante el conocimiento de la reglamentación en torno al servicio público de mercados?

1)SI	2)NO
------	------

7.- ¿Considera que una adecuada aplicación de la reglamentación en el servicio público de mercados, haría más eficiente este servicio?

1)SI	2)NO
------	------

8.- ¿El Ayuntamiento ha promovido la difusión de la reglamentación del servicio de mercados?

1)SI	2)NO
------	------

9.- ¿Considera que el Ayuntamiento brinda el mantenimiento adecuado al servicio de mercados?

1)SI	2)NO
------	------

10.- ¿Aprecia que exista una coordinación adecuada en el servicio de mercados, entre los comerciantes y los funcionarios públicos?

1)SI	2)NO
------	------

11.- ¿Qué grado de cumplimiento le pondría a la Administración del servicio público de mercados?

1) Excelente	2) Bueno	3) Regular	4) Deficiente
--------------	----------	------------	---------------

12.- ¿Considera que son suficientes los recursos materiales de que dispone el Ayuntamiento para el servicio público de mercados?

1)SI	2)NO
------	------

13.- ¿Considera que los recursos humanos de que dispone el Ayuntamiento y la Administración Municipal en el servicio público de mercados, cuentan con la capacitación adecuada?

1)SI	2)NO
------	------

14.- ¿Es importante la limpieza e higiene en el servicio público de mercados?

1)SI	2)NO
------	------

15.- Qué calificación le da a la limpieza e higiene prevaeciente en el servicio público de mercados:

1) Excelente	2) Buena	3) Regular	4) Deficiente
--------------	----------	------------	---------------

16.- ¿Son adecuadas las instalaciones existentes en el mercado municipal, para un funcionamiento satisfactorio del servicio público de mercados?

1)SI	2)NO
------	------

17.- ¿Considera adecuada la zonificación de áreas, por giro comercial, en el servicio público de mercados?

1)SI	2)NO
------	------

18.- ¿Qué calificación le daría a la calidad del servicio público de mercados?

1) Excelente	2) Buena	3) Regular	4) Deficiente
--------------	----------	------------	---------------

19.- ¿Cuáles son las necesidades que el Ayuntamiento y la Administración Municipal satisfacen en el servicio público de mercados? Elija una opción:

1) Limpieza e Higiene	2) Orden	3) Mantenimiento de la infraestructura	4) Zonificación adecuada	5) Ninguna
-----------------------	----------	--	--------------------------	------------

20.- ¿Qué calificación le daría al Ayuntamiento en la mejora de la calidad de vida y del bienestar de los usuarios y de los comerciantes, como resultado del servicio público de mercados?

1) Excelente	2) Bueno	3) Regular	4) Deficiente
--------------	----------	------------	---------------

21.- Del 5 al 10 (considerando a 5 como la calificación más baja y a 10 como la mejor) ¿Qué calificación le daría a la eficiencia con la cual se gestiona el servicio de mercados, por parte de la administración municipal?

5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	----

22.- ¿Quién considera que es el sujeto que más se beneficia del servicio de público de mercados? Elija solo una opción:

1) La ciudadanía	2) Los comerciantes	3) El Ayuntamiento	4) El Municipio
------------------	---------------------	--------------------	-----------------

23.- ¿Qué beneficios acarrea el comercio en el servicio público de mercados? Elija solo una opción:

1) Mayor generación de turismo y derrama económica
2) Se crean nuevas fuentes de empleo
3) Mayor abasto de bienes y servicios
4) Productos de calidad y variedad

24.- ¿Considera que el mercado municipal es atractivo para la población local y para el turismo?

1)SI	2)NO
------	------

Muchas gracias por su colaboración

ANEXO B



UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MÉXICO CENTRO UNIVERSITARIO UAEM AMECAMECA GUIA DE ENTREVISTA

Objetivo: La presente guía de entrevista busca recabar información relativa a la “Reglamentación y gestión en el municipio de Amecameca, Estado de México. El caso del servicio público de mercados, 2016-2018”. En el marco del proyecto de investigación de tesis de Maestría en Gobierno y Asuntos Públicos. La información proporcionada será estrictamente utilizada para fines académicos.

DATOS GENERALES:

1.- No. Cedula:

2.- Sexo:

1) F

2) M

3.- Nombre:

4.- Nivel de estudios:

5.- Cargo:

6.- Experiencia laboral:

7.- Lugar donde se realizó:

REGLAMENTACIÓN:

8.- ¿Cuál es su opinión sobre la reglamentación del servicio público de mercados, del Municipio de Amecameca, Estado de México?

9.- ¿Cuándo fue la última vez que se revisó, modificó o actualizó la reglamentación municipal para el servicio público de mercados?

Pregunta 10 SOLO PARA EL FUNCIONARIO:

10.- ¿La reglamentación municipal existente, para el servicio público de mercados, establece medidas estratégicas para fomentar y lograr el conceso entre los sujetos participantes en este servicio, así como para mejorar este servicio?

11.- ¿A través de qué medios se difunde la reglamentación del servicio público de mercados, a los comerciantes y a la ciudadanía? Elija solo una opción:

a) Por medios electrónicos	b) Por medios impresos	c) Ninguno, no se hace difusión
----------------------------	------------------------	---------------------------------

12.- ¿Considera importante que los comerciantes y la ciudadanía conozcan la reglamentación del servicio público de mercados?

SI	NO	¿Por qué?

13.- En general, ¿Qué característica primordial considera que debe tener la reglamentación municipal del servicio público de mercados?

- a) Debe manejar medidas estratégicas para fomentar la mejora de este servicio, así como la unión y participación del gremio comercial.
- b) Estar actualizada y ser coherente
- c) Ser clara y completa
- d) Otra

ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN:

14.- ¿Bajo qué tipo de régimen jurídico se encuentra el mercado de Amecameca, Estado de México?

1) Es administrado directamente por el Ayuntamiento	2) Esta concesionado a los locatarios
---	---------------------------------------

15.- ¿Para Ud. cuáles son las necesidades más urgentes a satisfacer en la mejora de la imagen y en la publicidad comercial del mercado municipal de Amecameca, Estado de México?

16.- ¿Cómo calificaría a la infraestructura con la que dispone el municipio de Amecameca, para la prestación del servicio de mercados?

17.- ¿Cuáles son las necesidades más urgentes del servicio público de mercados?

- a) La zonificación de giros comerciales
- b) El mantenimiento a la infraestructura
- c) Mantener en orden a los comerciantes ambulantes
- d) Otro:

18.- ¿Quién es el sujeto obligado a dar mantenimiento a las instalaciones del mercado municipal de Amecameca, Estado de México?

19.- ¿Qué tipo de mantenimiento se le brinda a la infraestructura disponible para la prestación del servicio de mercados y con qué periodicidad se realiza?

20.- En cuanto a la higiene y limpieza que requiere el servicio público de mercados, ¿Qué tipo de medidas y acciones se promueven por parte del área encargada de la administración municipal?

21.- ¿Los baños públicos se encuentran en buenas condiciones?

22.- ¿La zonificación de los giros comerciales se encuentra en orden?

Pregunta 23 SOLO PARA EL FUNCIONARIO PÚBLICO:

23.- ¿Cómo se evalúan los resultados obtenidos en el servicio público de mercados?

24.- ¿Cómo utiliza la dirección del servicio público de mercados, los recursos que dispone, para la satisfacción de las necesidades más urgentes en el servicio público de mercados?

SERVIDORES PÚBLICOS:

25.- ¿Se percibe el trabajo de la Administración municipal en la calidad del servicio público de mercados?

SERVICORES PÚBLICOS, CIUDADANOS, Y COMERCIANTES:

26.- ¿De qué manera se beneficia el Ayuntamiento en el servicio público de mercados?

1) Con el ofrecimiento de un servicio de calidad
2) De los impuestos o cuotas obtenidas en el cobro del suelo
3) Del turismo que se genera en los días de plaza
4) Ninguna

27.- ¿Cuáles son las obligaciones y sanciones a las que se encuentran sujetos los comerciantes, en la reglamentación del servicio público de mercados?

28.- ¿Cuáles son las obligaciones que considera fundamentales debe cumplir la ciudadanía en el servicio público de mercados?

a) Preservar en buen estado la infraestructura existente
b) Colocar la basura en su lugar
c) Avisar al Ayuntamiento sobre cualquier irregularidad que se suscite en el servicio público de mercados
d) otro. Especifique:

29.- ¿La Tesorería Municipal recibe algún pago de los vendedores ambulantes, respecto del servicio público de mercados?

30.- ¿Los comerciantes exigen y hacen valer sus derechos ante el área encargada del servicio público de mercados?

31.- ¿Qué grado de unión, de solidaridad y de consenso existe entre los comerciantes en la resolución de los problemas existentes en el mercado municipal de Amecameca, Estado de México?

32.- ¿De qué forma los comerciantes solucionan los problemas que se presentan en el mercado municipal de Amecameca, Estado de México?

Muchas gracias por su cooperación

COMERCIANTES Y AUTORIDADES MUNICIPALES ENTREVISTADAS

- COVARRUBIAS Escorcía, Antonio (2017). *Entrevista al Presidente de la Unión de Locatarios del Interior del Mercado Juárez*. Entrevista realizada el día 02 de mayo, en las instalaciones del Mercado Juárez, Amecameca, México, de las 10:00-11:00 horas.
- FLORES López, Ramiro (2017). *Entrevista al Maestro en Ciencias Políticas y Sociales, coordinador de Incubadora de empresas en el CU UAEM Valle de Chalco, y profesor de asignatura de la materia de Administración Pública Federal-Estatal del CU UAEM Amecameca*. Entrevista realiza en las instalaciones del Centro Universitario UAEM Amecameca, el día 18 de mayo, en el salón de maestría en Gobierno y Asuntos Públicos, de las 8:00-9:00 horas.
- PACHECO Hernández, Miguel (2017). *Entrevista al Presidente de la Unión de Tablajeros del Interior del Mercado Juárez, A. C.* Entrevista realizada el día 03 de mayo, en las instalaciones del Mercado Juárez, Amecameca, México, de las 10:00-11:00 horas.
- PADILLA Domínguez, José Víctor (2017). *Entrevista al Presidente de la Honor y Justicia de la Asociación de Comerciantes de la Región de los Volcanes*. Entrevista realizada el día 04 de mayo, en un puesto semifijo de la calle Abasolo, Amecameca, México, de las 10:00-11:00 horas.
- SÁNCHEZ A Constantino, David (2017). *Entrevista al Coordinador de Comercio por el SUTEYM*. Entrevista realizada el 05 de mayo, en la oficina de Promoción Empresarial, de la Presidencia Municipal de Amecameca, México, de las 10:00-11:00 horas.
- SÁNCHEZ B Tirado, J. Jesús (2017). *Entrevista al Director de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio*. Entrevista realizada el 08 de mayo, en la oficina de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio, de la Presidencia Municipal de Amecameca, México, de las 10:00-11:00 horas.
- VALENCIA Reyes, Angélica María (2017). Entrevista a la Presidenta de la Asociación de Comerciantes de la Región de los Volcanes. Entrevista realizada el 09 de mayo, en un puesto semifijo de las instalaciones del Mercado Juárez, Amecameca, México, de las 10:11:00 horas.
- VÁZQUEZ Hernández, José Manuel (2017). *Entrevista al quinto regidor, comisionado y supervisor de la Dirección de Desarrollo, Fomento Económico y Comercio*. Entrevista

realizada el 09 de mayo, en la oficina de la quinta regiduría, de la Presidencia Municipal de Amecameca, México, de las 14:00-15:00 horas.