

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



TESIS DE GRADO

**ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN LA
DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS
EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE LA PAZ**

POSTULANTE: GERMAN SONCO QUISPE

TUTOR: LIC. JAIME FABIÁN REQUENA DURANDAL

LA PAZ – BOLIVIA

2023

DEDICATORIA

A mis papás Basilio Sonco Choque y Juliana Quispe Quispe por estar conmigo en todo mi camino apoyándome desde el cielo, a mis hermanas: Rosa Lidia Sonco Quispe, Rosmery Sonco Quispe y Mónica Sonco Quispe y a mis hijos: Aracely Alejandra Cuarite Sonco, Milton Abdiel Arcienega Sonco, Fiorela Tamara Choque Sonco, Yessenia Jhanine Choque Sonco, Yesbel Adriana Sonco Chura y Víctor Takeshi Sonco Ticono, ya que ellos son mi inspiración de superación día tras día a ser mejor persona que soy hoy, mis principios, mis valores, mi perseverancia y mi empeño todo esto con una enorme dosis de amor y sin pedir nada a cambio, a ellos les dedico esta tesis.

AGRADECIMIENTO

- Agradezco a Dios por ser mi mejor amigo, mi fortaleza, por darme todo lo que tengo y no dejarme caer nunca.
- A mi tutor Licenciado Jaime Fabián Requena Durandal, por su paciencia y comprensión ayudándome a lo largo de la tesis desinteresadamente y brindándome su amistad.
- A la Licenciada Paola Valdenassi Flores Directora de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas, por su dedicación y paciencia, sin sus palabras no hubiese podido lograr llegar a esta instancia tan anhelada y por todos sus consejos lo llevaré grabado en la memoria.
- A la Licenciada Juana Valeria Cochi Cochi por sus precisas observaciones que contribuyeron a corregir el presente trabajo de investigación.
- Al Licenciado Miguel Ángel Cañaviri Robles por el apoyo brindado.
- A mí querida amiga Remedios Elizabeth Cornejo Sánchez por ser la mejor amiga demostrándome su cariño y confianza al apoyarme en todo momento con su conocimiento.
- A mi querida UMSA mi Universidad, mis docentes, a todas las personas que me demostraron su confianza y me alentaron de distintas formas para lograr este triunfo personal.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
ÍNDICE DE CONTENIDO	iii
ÍNDICE DE TABLA	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCIÓN	2
CAPITULO 1. MARCO GENERAL	6
1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.1. - Formulación de Problema.	7
2.- JUSTIFICACIÓN	7
2.1. – Justificación Temática.	7
2.2. – Justificación Teórica	8
2.3. – Justificación Social.	9
2.4. – Justificación Práctica.	9
2.5. - Justificación Individual.	10

3.- OBJETIVOS.....	10
3.1. - Objetivo General.	10
3.2. - Objetivos Específicos.....	11
4.- HIPÓTESIS.	11
5.- VARIABLES OPERACIONALES.....	11
6.- FUENTES DE INFORMACIÓN.....	13
CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO.....	14
1.- ESTADO DEL ARTE.	14
1.1. – Estrategias Comunicacionales a Nivel Nacional y Local.	14
1.2. Actividades Económicas de los Gremiales a Nivel Nacional y Local.	16
1.3. - Funciones que Cumple la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas a Nivel local.	21
1.4. - Objetivos y Funciones Establecidas Mediante el Manual de Organizacion y Funciones (M.O.F.) a Nivel Local.....	21
1.5. - Manual de Organizaciones y Funciones de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas a Nivel Local.	23
1.5.1.- Organigrama de la Secretaria Municipal de Desarrollo Económico (S.M.D.E.).	24
1.6. - Coordinación Interinstitucional.....	30
1.7. - Situación de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.	30
1.8. - Diagnóstico de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas. ..	31

1.9. - Estrategia Comunicacional de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.....	32
1.10. - El Uso del Espacio Urbano en la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.	34
1.11. - Legitimidad Sobre el Uso del Espacio Público.....	36
1.11.1.- Ordenanza Municipal N° 142/94 HAM – HCM 141/94.	37
1.11.2.- Ordenanza Municipal N° 082/98 HAM - HCM 117/97.....	39
1.11.3.- Ordenanza Municipal No. 302/2001 HAM - HCM 292/2001.	41
2.- MARCO CONCEPTUAL	43
2.1. - Estrategias Comunicacionales.....	43
2.2. - Actividades Económicas	44
3.- MARCO NORMATIVO.....	46
3.1. – Disposiciones Municipales.	47
3.1.1.- Resolución Municipal N° 1588/87, de fecha 25 de septiembre de 1987.	47
3.1.2.- Resolución Municipal N° 0559/92, de fecha 8 de diciembre de 1992. .	48
3.1.3.- Resolución Municipal N° 0126/93, de fecha 19 de febrero de 1993.....	49
3.1.4.- Resolución Municipal N° 0192/93, de fecha 15 de abril de 1993.	50
3.1.5.- Ordenanza Municipal N° 046/2001, HAM-HCM 041/2001.	52
3.1.6.- Ordenanza Municipal N° 016/2002 y Ordenanza Municipal N° 255/2003	52

3.2. - Normativas que Regulan la Administración de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.....	54
3.3. - Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.....	55
3.4. - Operativos, Fiscalización y Control de Actividades Económicas.....	56
3.5. - Disposiciones Legales de la Unidad de Mercados.....	58
3.6. - Normativa Aplicable a Propiedad Municipal.....	58
3.7. - Normativa que Regula la Administración de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.....	59
3.7.1.- Ordenanzas Municipales (O.M.).....	60
3.7.2.- Resoluciones Municipales (R.M.).....	61
3.7.3.- Resoluciones Administrativas (R.A.).....	62
3.8. - Funciones que Ejerce la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.	63
3.9. - Estructura de las Áreas de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.....	64
3.10. - Funciones y Actividades de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.....	67
3.11. - Solicitudes que Ingresan a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.....	69
3.12. - Datos de Solicitudes por Gestión que Ingresan a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.....	71

4.- MARCO CONTEXTUAL.....	74
CAPÍTULO 3 MARCO METODOLÓGICO.....	77
1.- DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	77
2.- DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	78
3.- ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	78
4.- TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	79
5.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	79
5.1. - Enfoque Cuantitativo.....	81
5.2. - Enfoque Cualitativa.....	82
6.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOJO DE INFORMACIÓN.	83
CAPÍTULO 4 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	85
1.- ENTREVISTA A LA DIRECTORA DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS. Y A LOS EJECUTIVOS DE LAS TRES FEDERACIONES DE LA CIUDAD DE LA PAZ.	85
1.1. - Entrevista a la Directora de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas Lic. Paola Valdenassi Flores.....	86
1.2. - Entrevista a los Ejecutivos de las Tres Federaciones de la Ciudad de La Paz.	89
CAPÍTULO 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	101
1.- CONCLUSIONES.....	101

1.1. - Conocer las Diferentes Solicitudes que Demandan los Comerciantes / Gremialistas a la Dirección de Mercados y Comercio en vías públicas de la Ciudad de La Paz a través de las Plataformas de Atención Ciudadana (<i>SITR@M</i>).....	101
1.2. - Describir las Acciones de Solución que Realiza la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas de la Ciudad de La Paz, Frente a las Demandas de los Comerciantes / Gremialistas.....	102
1.3. - Identificar las Formas que Utilizan los Comerciantes / Gremialistas en la Obtención y el uso del Espacio Urbano como Legítimo para Desarrollar el Comercio en Vía Pública y Mercados de la Ciudad de La Paz.....	103
1.4. - Elaborar una Propuesta Actualizada de las Estrategias Comunicacionales de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas en el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.	104
2.- RECOMENDACIONES.....	106
2.1. - Conocer las Diferentes Solicitudes que Demandan los Comerciantes / Gremialistas a la Dirección de Mercados y Comercio en vías públicas de la Ciudad de La Paz a través de las Plataformas de Atención Ciudadana (<i>SITR@M</i>).....	106
2.2. - Describir las Acciones de Solución que Realiza la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas de la Ciudad de La Paz, Frente a las Demandas de los Comerciantes / Gremialistas.....	106
2.3. - Identificar las Formas que Utilizan los Comerciantes / Gremialistas en la Obtención y el uso del Espacio Urbano como Legítimo para Desarrollar el Comercio en Vía Pública y Mercados de la Ciudad de La Paz.....	106
3. - PROPUESTA OPERATIVAS DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES.	107
3.1. - Plataformas de la WEB – WHATSAPP.....	108

3.2. - Plataformas de Radio, Televisión y Medios Digitales.	109
3.3. - Ferias Multisectoriales de Información.	110
3.4. - Cursos y Talleres.	111
3.5. - Implementar Paneles Informativos.	112
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.	145
ANEXO.	148
Anexo Reporte Fotográfico.	148
Entrevista a las 3 Federaciones de la Ciudad de La Paz.	149
MAPA DE LOS 7 MACRO DISTRITOS DE LA CIUDAD DE LA PAZ.	152
ORDENAMIENTO Y MODERNIZACIÓN DE PUESTOS DE VENTA	153
FISCALIZACIÓN DE PUESTOS DE VENTA.	153
NOMBRES DE LOS 437 GREMIALES ENTRE ELLOS SE ENCUENTRAN	156

ÍNDICE DE TABLA.

TABLA 1.- NOMBRES DE LA UNIDAD ORGANIZACIONAL DE LA SECRETARIA MUNICIPAL DE DESARROLLO ECONOMICO (S.M.D.E.).	24
TABLA 2.- COBRO DE ALQUILERES A LOS PROPIETARIOS DE PUESTOS DE VENTA.	38
TABLA 3.- PAGO DE REGULARIZACIÓN, POR ÚNICA VEZ EN FAVOR AL MUNICIPIO DE LA PAZ.	38
TABLA 4.- PAGO ANUAL PARA KIOSKOS, ANAQUELES, MICRO SNACKS Y CARRITOS MÓVILES.	40
TABLA 5.- PAGO ANUAL PARA TARIMAS.	40
TABLA 6.- PAGO ÚNICO MUNICIPAL QUE SE AJUSTARA CON LA CORRECCIÓN EN BASE A SU LOCACIÓN EN SU TRAYECTO MATRIZ Y VÍA DE ACOMPAÑAMIENTO.	43
TABLA 7.- VALORES QUE DEBE IMPULSAR LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS (D.M.C.V.P.)	46
TABLA 8.- PROCESO DE PLANIFICACIÓN.	56
TABLA 9.- PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS ORDENANZAS MUNICIPALES.	60
TABLA 10.- PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS RESOLUCIONES MUNICIPALES.	61
TABLA 11.- PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS RESOLUCIONES MUNICIPALES.	63
TABLA 12.- ESTRUCTURA DE LAS SIETE ÁREAS DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS (D.M.C.V.P.).	65

TABLA 13.- ACTIVIDADES DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS (D.M.C.V.P.).....	68
TABLA 14.- LOS SIETE MACRO DISTRITOS CON LA MAYOR CONCENTRACIÓN DE GREMIALES.	76
TABLA 15.- SIETE MACRO DISTRITOS URBANOS Y DOS RURALEAS.	78
TABLA 16.- INVESTIGACIÓN CUALITATIVO Y CUANTITATIVO.	80
TABLA 17.- ZONAS ESTABLECIDAS POR LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS (D.M.C.V.P.).	82
TABLA 18.- PERCEPCIÓN SOBRE LAS NORMAS DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS.....	86
TABLA 19.- CONTROL Y FISCALIZACIÓN SEGÚN A LAS NORMATIVAS MUNICIPALES.	87
TABLA 20.- FORTALECER LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES.....	87
TABLA 21.- UNA MAYOR FISCALIZACIÓN A LOS SIETE MACRO DISTRITOS. ..	88
TABLA 22.- CONOCIMIENTOS SOBRE LAS LEYES MUNICIPALES.....	89
TABLA 23.- ESPACIOS EN LAS QUE SE REALIZA EL COMERCIO.....	90
TABLA 24.- INFORMACIÓN CON LAS AUTORIDADES MUNICIPALES.	90
TABLA 25.- RECEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LOS GREMIALES.....	91
TABLA 26.- SOLICITUDES QUE REQUIERE LOS GREMIALES.	92
TABLA 27.- EL COMERCIO GREMIAL ESTÁ REPRESENTADO.	93
TABLA 28.- LOS COMERCIANTES ESTÁN ASOCIADOS A UN GRUPO ESPECÍFICO.	93

TABLA 29.- FORMAS DE COMERCIO SON CONSIDERADOS FORMAS TRADICIONALES.	94
TABLA 30.- POLÍTICAS PÚBLICAS ENFOCADOS AL COMERCIO.	94
TABLA 31.- MARCOS POLÍTICOS QUE SON AMPARADOS LOS GREMIALES. ...	95
TABLA 32.- FORMAS DE REGULACIÓN.	96
TABLA 33.- REGLAS QUE REGULAN LOS ESPACIOS PÚBLICOS.	97
TABLA 34.- RELACIÓN ENTRE EL USO DEL ESPACIO PÚBLICO.	98
TABLA 35.- LEGITIMAN EL ESPACIO PÚBLICO.	99
TABLA 36.- CAMBIO DE NOMBRE DE PUESTO DE VENTA EN MERCADOS.	114
TABLA 37.- RETIRO DE COMERCIANTES MINORISTAS ILEGALES.	115
TABLA 38.- ATENCIÓN A DENUNCIA.	116
TABLA 39.- DENUNCIA POR INCUMPLIMIENTO A DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL.	117
TABLA 40.- ATENCIÓN DE CONFLICTOS, DENUNCIAS Y/O RECLAMOS A LAS ACTIVIDADES DEL COMERCIO MINORISTA EN VÍAS PÚBLICAS.	119
TABLA 41.- DENUNCIA POR ABANDONO DE PUESTO DE VENTA.	120
TABLA 42.- RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL.	121
TABLA 43.- FOTOCOPIAS LEGALIZADAS.	122
TABLA 44.- DESARCHIVO DE TRÁMITES.	123
TABLA 45.- CERTIFICACIONES.	124

TABLA 46.- BAJA DE AUTORIZACIONES USO DE BIEN INMUEBLE DE DOMINIO MUNICIPAL (SERVICIOS HIGIÉNICOS).....	126
TABLA 47.- AUTORIZACIÓN DE AMPLIACIÓN OBRAS MAYORES EN MERCADOS.....	127
TABLA 48.- AUTORIZACIÓN DE MANTENIMIENTO DE MERCADOS.	128
TABLA 49.- RENOVACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE USO DE BIEN INMUEBLE DE DOMINIO MUNICIPAL (SERVICIO HIGIÉNICOS).	130
TABLA 50.- BAJA DE AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL.....	131
TABLA 51.- RENOVACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL.....	132
TABLA 52.- AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL.....	134
TABLA 53.- AUTORIZACIÓN DE REUBICACIÓN DE PUESTO DE VENTA.	135
TABLA 54.- AUTORIZACIÓN DE ATENCIÓN SECUNDARIA.....	136
TABLA 55.- RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL.....	138
TABLA 56.- CAMBIO DE NOMBRE DE PUESTO DE VENTA EN MERCADOS.	139
TABLA 57.- REUBICACIÓN DE PUESTO DE VENTA.....	140
TABLA 58.- CAMBIO DE NOMBRE DEL TITULAR DEL PUESTO DE VENTA Y RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL.	142
TABLA 59.- CAMBIO DE NOMBRE DEL TITULAR DEL PUESTO DE VENTA.	143

TABLA N° 60.- NOMBRES DE LAS 437 ASOCIACIONES QUE EXISTE EN LA
CIUDAD DE LA PAZ. 156

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURAS N° 1.- DATOS DE INGRESO DE HOJAS DE RUTA (SOLICITUDES) GESTIÓN 2019.....	72
FIGURAS N° 2.- DATOS DE INGRESO DE HOJAS DE RUTA (SOLICITUDES) GESTIÓN 2020.....	73
FIGURAS N° 3.- DATOS DE INGRESO DE HOJAS DE RUTA (SOLICITUDES) GESTIÓN 2021.....	74
FIGURAS N° 4.- PLATAFORMAS DE WEB - WHATSAPP.....	108
FIGURAS N° 5.- PLATAFORMAS DE RADIO, TELEVISIÓN Y MEDIOS DIGITALES.	109
FIGURAS N° 6.- FERIAS MULTISECTORIALES DE INFORMACIÓN.....	110
FIGURAS N° 7.- CURSOS Y TALLERES DE CAPACITACIÓN.....	111
FIGURAS N° 8.- PANELES DE INFORMATIVOS ACERCA DE LAS SOLICITUDES.	112

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

FOTOGRAFÍAS N° 1.- ENTREVISTA A LA DIRECTORA DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS (D.M.C.V.P.)	148
FOTOGRAFÍAS N° 2.- ENTREVISTA AL ACTUAL EJECUTIVO: JULIO ÓSCAR ARANDA URQUIZO.	149
FOTOGRAFÍAS N° 3.- ENTREVISTA AL ACTUAL EJECUTIVO: ZENÓN YUPANQUI ALEJO.	150
FOTOGRAFÍAS N° 4.- ENTREVISTA AL ACTUAL EJECUTIVO LUZMILA AURORA PATIÑO MORALES.	151
FOTOGRAFÍAS N° 5.- MAPA DE LOS 7 MACRO DISTRITOS.....	152
FOTOGRAFÍAS N° 6.- ORDENAMIENTO Y MODERNIZACIÓN.	153
FOTOGRAFÍAS N° 7.- FISCALIZACIÓN DE PUESTOS DE VENTA.	153

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente trabajo de investigación, tiene por objetivo realizar el Análisis de las Estrategias Comunicacionales en la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) en el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.) entre las gestiones 2019, 2020 y 2021.

La información recabada dará lugar a una toma de decisiones para llegar a un nivel de posicionamiento y mejorar la imagen institucional ante la población. Los enfoques metodológicos aplicados fueron el cualitativo y cuantitativo; estos enfoques que se complementan nos permitieron llevar a cabo un estudio bastante fiable, en el cual se utilizaron técnicas de recopilación de datos tales como la revisión documental y la evaluación de las experiencias personales a través de las entrevistas.

Las estrategias comunicacionales son un conjunto de acciones comunicativas que se realizan para lograr los objetivos planteados, obtener resultados y acciones orientados a promover la información de las distintas actividades que se realiza en la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), en favor de los gremiales de la ciudad de La Paz y la población paceña, la cual permita mejorar y consolidar la nueva imagen de una institución moderna eficaz y eficiente.

Los resultados de la investigación muestran importantes resultados sobre las distintas actividades que realiza la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) en favor de los gremiales de la ciudad de La Paz.

INTRODUCCIÓN.

La ciudad de La Paz, es una construcción social que es transformada mientras transcurre la vida de los seres humanos, estas transformaciones, son tanto el producto de la noción sobre un espacio común que contribuye al encuentro entre las personas y diferentes maneras de vivir, en este sentido la ciudad tiene un carácter múltiple, como múltiples son las experiencias humanas que se adquiere al pasar del tiempo, aunque sea posible referirse a ella metafóricamente como una unidad, una de sus características es de vincular en un mismo espacio elementos de carácter público con elementos de carácter privado que entran en permanente tensión y contradicción.

Debido al desenvolvimiento del comercio en vía pública y mercados públicos, se trata de una actividad denominada como “la crisis de lo público”, que se caracteriza por el deterioro de los espacios públicos por parte de los gremialistas, mientras que para otros se trata de una manera particular de vivir dentro de la ciudad y entender lo público, en que el comercio juega un papel fundamental. En la actualidad es difícil dar una mirada a la ciudad de La Paz sin encontrar espacios destinados al tránsito de personas, vehículos y zonas ocupadas en sus vías por los comerciantes con mercadería de diversa naturaleza, que ambulan o permanecen fijos en las aceras y calzadas impidiendo el libre tránsito de personas y vehículos, afectando a la imagen de la ciudad.

Es evidente que el crecimiento de los centros urbanos en las principales arterias de la ciudad de La Paz, ha venido aparejado a un crecimiento por parte de los gremiales invadiendo progresivamente calles, plazas y cuanto espacio urbano ha servido a sus fines, esta invasión del espacio público ha generado un deterioro de las diferentes vías de la ciudad de La Paz, que a su vez la ciudadanía experimenta en su diario vivir, además este deterioro del espacio público trae consigo permanentes conflictos en una pugna por el uso del espacio público entre comerciantes, vecinos, transportistas y autoridades de diferentes federaciones o asociaciones, donde lo urbano se pone caótico basado sobre todo en convenciones, costumbres e imposiciones sindicales y de grupos sociales, que han superado la capacidad de tolerancia entre los ciudadanos y rebasado casi por completo la capacidad de control de las autoridades del Gobierno Municipal.

Desde este punto se observa un modo diferente de entender las relaciones que se tiene con los gremiales a la presión de la población de la ciudad de La Paz de fiscalizar a los puestos de venta que se encuentra en los diferentes macro distritos del municipio, a su vez el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, ha realizado diferentes esfuerzos por tratar de contener la dinámica del comercio en vía pública y mercados a través de las Resoluciones Municipales (R.M), Ordenanzas Municipales (O.M.), del Honorable Alcalde Municipal (H.A.M.) y el Honorable Concejo Municipal (H.C.M.), que regulan el uso del espacio público y de mercados municipales; los programas de reordenamiento que se van realizando en las diferentes zonas de la urbe paceña y pese a la gran heterogeneidad del comercio en vía pública y mercados municipales es posible observar la existencia de reglas; estos elementos nos hablan de la presencia de acciones de tipo colectivo entre las cuales se legitima también el uso del espacio público.

Teniendo en cuenta la importancia de la perspectiva en el comercio en vía pública y mercados, en la presente investigación se propone realizar un análisis de las estrategias comunicacionales y la presencia de las reglas y normas, que tienen que regir sobre la legitimidad del uso del espacio público y sobre todo las solicitudes que presentan a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.).

Por ello con los resultados de la presente investigación se busca trazar nuevas estrategias comunicacionales eficaces para la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) a objeto de buscar mejoras en la relación actual con los ciudadanos y gremiales, es por ello que la presente investigación intenta llenar de alguna manera las expectativas de la población, asimismo a los funcionarios dependientes de la D.M.C.V.P., mismos que están destinados a realizar las inspecciones a mercados municipales y al comercio en vía pública, atendiendo dichas demandas y solicitudes promovidas por la población en los siete macro distritos de la ciudad de La Paz.

Haciendo así uso de flujos comunicativos y redes de información referentes a temáticas internas como externas, cumpliéndose de esta manera la función proveedora de información destinada a activar un análisis de discusión y participación, la Administración junto con la comunicación crea un escenario participativo, razonado y reflexivo, los

comerciantes, así como la población constituyen el escenario más adecuado para generar estrategias.

La estrategia comunicacional tiene que ir más allá de la transmisión de la información, centralizándose como una comunicación integral en el sentido progresista, la comunicación debe ser entendida como un proceso que contribuye a desarrollar democracia; no se deben anteponer intereses personales; se propone una estrategia comunicacional para difundir y divulgar los avances y logros con las Asociaciones, Federaciones y la población, los resultados están centrados en la descripción de la labor de los funcionarios dependientes de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), se concluye que la estrategia comunicacional contribuye con la promoción de los grupos en los espacios socioculturales e interculturales y por ende, contribuye a una buena relación en distintos Macro Distritos Municipales de la ciudad de La Paz.

Como se ve, la comunicación y la información son fenómenos ligados; son como hermanos siameses que comparten el corazón y dependen el uno del otro. Sin embargo, paradójicamente, se oponen. Una nueva información contradice la anterior y esta nueva información no puede hacerse social y dirigir la acción del conjunto, si no puede evocarse en común (Paoli, 1983, p. 17).

Para el estudio se utilizaron los enfoques cuantitativo y cualitativo a partir de cinco fases similares y relacionadas entre sí:

1. La observación y evaluación de fenómenos.
2. El establecimiento de suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluaciones realizadas.
3. Las pruebas, a través de las entrevistas efectuadas, que demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
4. La revisión de tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
5. Y la elaboración de una propuesta nueva en base a las observaciones y evaluaciones que se hicieron para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras.

La estructura de la presente tesis se distingue en cinco capítulos:

El primer capítulo aborda los aspectos generales de la investigación a partir del planteamiento y la formulación del problema, la justificación del tema tanto teórica, social, práctica e individual, los objetivos, la hipótesis, el análisis operacional de las variables y fuentes de información.

El segundo capítulo contiene el marco teórico donde se presenta el balance del conocimiento (estado del arte) de las distintas perspectivas existentes sobre la investigación que se realiza, seguido del análisis de la teoría, el marco conceptual y del marco normativo a partir de la presentación de los principales acápites respecto al tema.

El tercer capítulo refiere el marco metodológico de la investigación, donde existe la delimitación temporal a la investigación, el establecimiento del enfoque de investigación, el tipo de investigación, los métodos de investigación, las técnicas e instrumentos de recojo de información.

En el cuarto capítulo se presentan los resultados de la investigación a partir de la entrevista realizada a la directora de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) y a los representantes de las tres Federaciones gremiales de la ciudad de La Paz.

Y por último en el quinto capítulo se exponen las conclusiones, las recomendaciones y la Nueva Propuesta Estratégica para la Institución hacia la población involucrada en el tema.

CAPITULO 1. MARCO GENERAL.

1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Uno de los principales problemas que enfrenta la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) a lo largo de su historia, es la demanda de diferentes solicitudes y el retraso de las respuestas y las prontas soluciones a cada caso promovidas por los gremiales que son los adjudicatarios de puestos de venta, vecinos de los diferentes macro distritos que existe en la ciudad de La Paz.

El comercio se ha extendido ampliamente por toda la ciudad, que a su vez ha generado un sin fin de conflictos entre los mismos gremiales, vecinos de los diferentes macro distritos, y la misma Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) que es dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.). Mencionar que las actividades comerciales, fue institucionalizada en la década de 1990, cuando se elaboraron las normas relacionadas con la inamovilidad de los puestos de venta callejeros en la ciudad de La Paz, donde fue el inicio, de la apropiación mayoritaria de las vías para realizar el denominado comercio gremial en pequeña escala; las justificaciones para el incremento de esta actividad, fue en parte motivada por el cierre de minas en la década de 1980 y la correspondiente migración campo-ciudad generada posteriormente.

La década del '80 resulta especialmente importante para el Norte de Potosí. Se puede decir que en esta década se configuró el fenómeno migratorio actual. Si antes las migraciones estaban motivadas por la opresión política, social y cultural, a partir de esta década las migraciones adquieren un carácter eminentemente económico. Dos sucesos importantes ocurrieron uno después de otro: la gran sequía y la crisis de la minería (Carlos Balderrama Mariscal, & Tassi, Rubena, Aramayo, Cazorla, 2011, p. 20).

Teniendo en cuenta que la investigación dentro de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), es un fenómeno complejo con incidencia en

actividades económicas muy diversas y con una gran heterogeneidad de los agentes involucrados surge la siguiente interrogante:

1.1. - Formulación de Problema.

¿Cómo se aplica las Estrategias Comunicacionales de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas en el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, en las demandas de las diferentes solicitudes y las prontas soluciones de los casos promovidos por los comerciantes gremialistas y vecinos de los diferentes macro distritos de la ciudad de La Paz?

2.- JUSTIFICACIÓN.

Las razones que impulsaron esta investigación son las siguientes:

2.1. – Justificación Temática.

La importancia de la investigación radica en la necesidad de contar con insumos necesarios para mejorar la comunicación interna de la (Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas D.M.C.V.P.) y externa (Gremiales y ciudadanía) implementando un mejor servicio a la población a partir de un sistema estructurado por audiencias conjuntas donde se centrara en los tiempos de atención ciudadanía con paneles de información en cada Su alcaldía de los 7 Macro Distritos del Municipio de La Paz y ventanilla de atención ciudadana SITR@M para cada tramite que realicen para el ingreso de sus solicitudes desde el momento que ingresa en ventanilla hasta una oportuna respuesta o recomendación a las solicitudes que ingresan a la D.M.C.V.P. según normativa vigente.

Dentro las estrategias comunicacionales administrativas que lleva la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), el objetivo es la reducción de los tiempos de atención de requerimientos, mejorando los flujos de atención existentes desde su llegada a ventanilla SITR@M y sus correspondientes respuestas, estas estrategias deberán mejorar los tiempos actuales de respuesta y/o recomendaciones a las partes interesadas.

Por lo cual un trámite realizado en esta instancia edil que sigue un conducto regular, desde la asignación de un técnico administrativo de inspección, la realización de inspecciones

técnicas, la redacción de informes, la evaluación legal y la emisión de resoluciones administrativas bajo normativas vigentes, todo este proceso debe realizarse de mejor manera y en menor tiempo, en relevancia el trabajo que se desarrollará será importante para las Federaciones, Asociaciones gremiales así como lo será también para el conocimiento de la población.

2.2. – Justificación Teórica.

La principal tarea asignada con la investigación es cambiar las estrategias comunicacionales de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), desarrollando un trabajo de innovación administrativa que mejore los procesos actuales, dándole a esta Dirección un nuevo enfoque de atención eficaz y transparente; el trabajo de la Dirección de Mercados es operativo con sus dos unidades: **Unidad de Mercados y la Unidad de Comercio en Vías Públicas**, ambas unidades tienen entre sus funciones y procedimientos el mantener actualizados los registros de titularidad de los puestos de venta, según el procedimiento del manual de organizaciones y funciones (M.O.F.) de la D.M.C.V.P. y su organigrama de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico (S.M.D.E.). Por lo que las solicitudes de: cambio de nombre, cambio de horario, cambio de rubro, cambio de medidas y algunas otras generadas por los reordenamientos que se llevan adelante para su ejecución, con procesos antiguos, serán revisados y evaluados en procura de brindar un mejor servicio a los gremiales y a la misma sociedad.

Esta herramienta de gestión, que se está estudiando, vinculada al logro de resultados y al éxito de la institución, cumple la función primordial de integrar las necesidades e intereses de las personas dentro de la planificación y la ejecución de estrategias de comunicación, coordinadas con los mismos actores dentro de la institución y la sociedad, por tanto es sumamente importante analizarla ya que su rediseño contribuirá a fomentar y promover un marco de armonía de la actividad laboral gremial cotidiana, y la información abierta sobre la institución.

2.3. – Justificación Social.

Los beneficios que acontecen de este análisis contribuirán a mejorar las relaciones que tienen los gremiales y la ciudadanía.

Asimismo los resultados permitirán la generación de mecanismos necesarios para fiscalizar los puestos de venta que se encuentra en los diferentes Macro Distritos y minimizar la saturación de solicitudes que ingresa a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) a través de aplicación de las Resoluciones Municipales (R.M), las Ordenanzas Municipales (O.M.) que regulan el uso del espacio público y de mercados municipales y los programas de reordenamiento que se realizaran en las diferentes zonas de la urbe paceña.

Pese a la gran heterogeneidad del comercio en vía pública y mercados municipales, la información no llega a los oídos de los mismos usuarios y al no tener una comunicación fluida o una coordinación de la información interna y externa, de cómo se lleva a cabo las fiscalizaciones, las verificaciones de los diferentes puestos de venta, para la sociedad, las fiscalizaciones se tienen que realizar en el momento, sin llegar a informarse que existe un conducto regular dentro la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), que por ende todo solicitante debería conocer los procedimientos de actuación en las diferentes solicitudes, antes de recriminar la labor que se desarrolla dentro la Dirección ya que el trabajo demanda muchas veces la concurrencia de un esfuerzo laboral al máximo que generalmente no logra reconocimiento social.

2.4. – Justificación Práctica.

De lo anterior resulta la posibilidad de lograr diseñar acciones formales destinadas a coadyuvar en la mejora de las condiciones de trabajo con las solicitudes, pero también, tomando en cuenta que se trata de una población grande, el impacto social será ciertamente trascendente. Aportará insumos necesarios y pertinentes en un momento en que se pretenda introducir ajustes, tanto la preparación de una información exacta de cuánto dura las solicitudes desde que ingresa a plataforma de atención al ciudadano SITR@M hasta una respuesta concreta según a las Resoluciones Municipales (R.M), Ordenanzas Municipales

(O.M.), a través del Honorable Alcalde Municipal (H.A.M.) y el Honorable Concejo Municipal (H.C.M.), que regulan el uso del espacio público y de mercados municipales donde existirá un diseño de políticas sociales donde se encontrara una gran parte de insumos necesarios en el presente estudio.

El cual implicará la ayuda de las autoridades de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), para poder cambiar la realidad en la que se encuentra y evaluar el trabajo que se realiza por parte de los funcionarios dependientes de la D.M.C.V.P., y a su vez tener una plena confianza de los mismos Secretarios Municipales (S.M.D.E.), Director de la D.M.C.V.P., Jefes de Unidad de la D.M.C.V.P., acerca de las labores que se desempeña el personal con las solicitudes requeridas por parte de las Federaciones, Asociaciones y ciudadanos.

El ordenamiento y modernización de puestos de venta y formalizar la actividad comercial minorista, recuperando la racionalidad en el uso de las vías y espacios públicos, así como la estética del entorno urbanístico revitalizando la ciudad de La Paz es muy importante.

2.5. - Justificación Individual.

La elección temática no obedece solamente a una curiosidad personal, sino a lo novedoso de esta actividad laboral que incentiva y alienta a proseguir una línea profesional de especialidad dentro de lo que es la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.).

3.- OBJETIVOS.

3.1. - Objetivo General.

Analizar las estrategias comunicacionales de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) en el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.), orientado en las diferentes solicitudes y las prontas soluciones de los casos promovidos por los comerciantes gremialistas y vecinos de los diferentes macro distritos de

la ciudad de La Paz, para mejorar la comunicación interna y externa con mayor eficiencia en las acciones de responsabilidad y la generación canales de comunicación permanente.

3.2. - Objetivos Específicos.

1. Conocer las diferentes solicitudes que demandan los comerciantes gremialistas a la Dirección de Mercados y Comercio en vías públicas de la ciudad de La Paz a través de las plataformas de atención ciudadana (*SITR@M*).
2. Describir las acciones de solución que realiza la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas de la ciudad de La Paz frente a las demandas de los comerciantes gremialistas.
3. Identificar las formas que utilizan los comerciantes gremialistas en la obtención y el uso del espacio urbano como legítimo para desarrollar el comercio en vía pública y mercados de la ciudad de La Paz.
4. Elaborar una propuesta actualizada de las Estrategias Comunicacionales de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas en el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

4.- HIPÓTESIS.

La descontextualización de las estrategias comunicacionales de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) en el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.), lleva al desconocimiento de las obligaciones y prohibiciones para el desarrollo de las actividades económicas, las diferentes solicitudes y sus prontas soluciones de los casos promovidos por los comerciantes gremialistas y vecinos de los siete macro distritos de la ciudad de La Paz.

5.- VARIABLES OPERACIONALES.

Las variables operacionalizadas fueron las siguientes:

Descontextualización de las **Estrategias Comunicacionales** de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) en el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.).

Indicadores:

1. Solicitudes de regulación de los gremiales
2. Acciones de Control y Fiscalización de las actividades económicas
3. Comunicación e Información de Leyes Municipales
4. Necesidad de normar actividades económicas de los gremialistas
5. Acciones de fortalecimiento de las estrategias comunicacionales de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.)

Desconocimiento de las obligaciones y prohibiciones para el desarrollo de las **Actividades Económicas.**

Indicadores:

1. Conocimiento acerca las Leyes Municipales.
2. Espacios donde se practica el comercio.
3. Comunicación e información con las autoridades de la Dirección de Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.).
4. Tipos y acceso de información de los gremiales.
5. Tipo de representación de los gremialistas.
6. Grupos de pertenencia de los gremialistas.
7. Formas de comercio de los gremialistas.
8. Políticas públicas, programas y proyectos enfocados al comercio.
9. Marcos políticos y leyes en los que se amparan los gremialistas.
10. Formas y Reglas de regulación de los gremialistas.
11. Uso de los espacios públicos y su legitimación.

6.- FUENTES DE INFORMACIÓN.

Se emplean para el contraste de información documental la base de datos de la Unidad de Seguimiento y Archivo General del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, Manual de Organizaciones y Funciones (M.O.F.) y texto ordenado de Leyes Municipales Autonómicas N° 165 – 322, de acceso y difusión de la información pública municipal del G.A.M.L.P. - D.M. 035/2018. Asimismo, se utilizaron técnicas de investigación como las entrevistas, que permitieron obtener datos de primera fuente.

CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO.

1.- ESTADO DEL ARTE.

Se presenta a continuación las referencias bibliográficas existentes sobre las estrategias comunicacionales y el comercio en vías públicas tanto a nivel nacional como local.

Para que el investigador tenga un panorama lo más claro posible de los antecedentes de su problema de investigación, debe llevar a cabo una exhaustiva revisión de literatura tanto en documentos físicos como electrónicos, a nivel internacional, nacional y local (Balmaceda García, Rojas Espinoza, & Obando Hidalgo, 2005). Esta revisión de literatura incluye información estadística, política, planes, investigaciones académicas, institucionales, organizacionales y locales, todo ello le permitirá al investigador, identificar vacíos en el conocimiento, con lo cual se puede fundamentar lo novedoso de la investigación, recordemos que “las buenas ideas de investigación no son necesariamente nuevas, pero sí novedosas”. Entre más profunda sea esta revisión de literatura, más completa será la transición de una idea vaga y ambigua del tema de investigación a planteamientos más concretos y precisos (García, Dr. Alan Henderson, 2014, p. 14).

1.1. – Estrategias Comunicacionales a Nivel Nacional y Local.

Las estrategias comunicacionales según Mendoza et. al (2020) “se convierten en un bien de vital importancia para la población. De hecho, el derecho de estar informado oportunamente, se constituye como uno de los derechos humanos, dado que permite a la sociedad asumir las decisiones eficientemente” (p.3). Los mismos autores señalan (op.cit. (OPS, 2009) que existen algunos aspectos relevantes que proporcionan las estrategias comunicacionales ante tratamientos de distintos temas de emergencia los cuales son:

Contribuye a generar confianza y credibilidad.

1. Los datos y cifras permiten transformar su interés en acciones concretas.

2. La importancia científica y operativa reviste en que la información sirve a tomadores de decisión, como a la población afectada.
3. La participación de diversos actores facilita las alianzas claves.
4. Contribuye a una respuesta oportuna, salvar vidas, disminuir el impacto.
5. Permite movilizar recursos, motivar acciones de solidaridad y apoyo, incrementar la visibilidad y consolidar el posicionamiento de los actores humanitarios en general y del sector salud en particular.

Asimismo, las estrategias comunicacionales, se definen como “los criterios, metodología, técnicas y acciones para llevar a cabo las actividades comunicacionales que logren los objetivos previstos” para ello se deben considerar: “El público target (Futuros consumidores), la información y mensajes a transmitir, el diagnóstico de la realidad y los intereses de la institución y del público meta”. (p.5),

Mendoza, refiere también que “para lograr la aplicación de estrategias comunicacionales y que las mismas sean eficientes y oportunas, se requiere de una planificación (a corto y mediano plazo), y la incorporación de especialistas en el área a intervenir de tal manera que se procure acciones de información acertadas”. (Pp.5-6)

En la ciudad de La Paz la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), implementa estrategias comunicacionales como un proceso que se lleva a cabo para tener organizadas a los comerciantes gremialistas de las vías públicas.

El análisis comunicacional es central para entender la dinámica del comercio en mercados y el comercio en vías públicas, porque permite entender al comercio no sólo como un fenómeno económico sino también como un fenómeno político y socio-cultural.

Las estrategias comunicacionales por tanto permiten asegurar cierto nivel de orden al interior de los grupos de comerciantes y de mediar en un conjunto de relaciones, principalmente con actores político-institucionales, quienes tienen funciones diferenciadas de los demás comerciantes que pertenecen al grupo que representan y al mismo tiempo concentra la mediación con las autoridades del sistema institucional de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

El comercio en vía pública y la presencia de reglas y redes sociales nos hablan de la importancia del ordenamiento social, nos muestra la importancia de entender que la distinción entre lo formal y lo informal resulta paradójico, este tipo de regulación social nos muestra que las reglas actúan redefiniendo espacios, delimitando el campo de acción de unos actores frente a otros. Ordenar y administrar las actividades del comercio en la vía pública evitando pugnas entre los vendedores y la proliferación innecesaria de estas actividades garantizando con esto el orden y la tranquilidad en la ciudad.

Verificar y regular el cumplimiento de lo establecido en los diferentes ordenamientos legales vigentes, en cuanto al tipo de actividad comercial o de servicios se refiere, supervisando así el funcionamiento en todas y cada una de sus modalidades, incluyendo entre estas el uso de la vía pública, principalmente que el comercio establecido cumpla con las normas especificadas en su licencia de funcionamiento correspondiente, de conformidad con la reglamentación municipal vigente y en mantener un orden dentro del mismo comercio en sus diferentes giros entre estas la actividad comercial en tianguis en la vía pública.

Por tanto, las estrategias comunicacionales efectivas mejoren el comercio popular dentro de este centro de acopio, promoviendo e incentivando valores de comprensión de estatutos y normativas internas, así como la cooperación y el trabajo en equipo, los cuales aparecen inexistentes entre los comerciantes.

1.2. Actividades Económicas de los Gremiales a Nivel Nacional y Local.

La historia de los mercados de abasto, refleja entre muchos elementos un desarrollo social económico en varias vendedoras de artículos de primera necesidad, estas vendedoras han sido reconocidas a partir de la creación de ferias estableciéndose con el tiempo y han sido reconocidas a partir de la generación de políticas municipales.

La aparición de este tipo de individuos mejoró las condiciones de vida de este sector de comerciantes, lo que motivo al desarrollo de la construcción de infraestructuras destinadas a mercados con recursos de vendedoras y recursos propios de los Gobiernos Autónomos Municipales.

La ciudad de La Paz reúne a una gran cantidad de emprendedores paceños y paceñas que representa al Municipio, y que tienen oportunidades de emprendimiento desde diversos rubros. La actividad económica es cualquier actividad cuyo objetivo sea cubrir una necesidad o deseo independientemente, produciendo intermediando o vendiendo algún bien o servicio.

Entre las actividades económicas que dinamizan el país, se encuentra el comercio en vía pública (C.V.P.), este modo de tener un empleo y generar ingresos económicos forma parte del llamado sector gremial, cuando los Gobiernos Municipales, reconoce a los comerciantes, donde pagan un monto por el espacio ocupado a través de la patente. Donde el comercio es la principal actividad, llegando a tener un movimiento económico bastante elevado por lo cual se reafirma el carácter histórico y cultural y la tradición de la venta de productos y diferentes rubros, ocupando con el transcurrir del tiempo, las calles y aceras.

El objetivo general en el comercio en vía pública y la presencia de reglas y redes sociales nos hablan de la importancia del ordenamiento social nos muestra la importancia de entender que la distinción entre lo formal y lo informal resulta paradójico, este tipo de regulación social nos muestra que las reglas actúan redefiniendo espacios, delimitando el campo de acción de unos actores frente a otros. (Londoño., 2004 - 2006)

El resultado es de controlar y vigilar la actividad del comercio, para lograr un mejor control de los gremiales que ejercen dicha actividad, el contenido establece también las normas en las cuales especifican las actividades que cada miembro de la Dirección de comercio en vías públicas debe realizar

“Ordenar y administrar las actividades del comercio en la vía pública evitando pugnas entre los vendedores y la proliferación innecesaria de estas actividades garantizando con esto el orden y la tranquilidad en la ciudad”. (Municipio de Benito Juarez, 2010).

El desarrollo de la globalización, internet, la web 2.0 y las redes sociales son elementos que han producido numerosas transformaciones en la gestión de la comunicación, donde debe existir una comunicación unidireccional y lineal, para dar lugar a procesos

basados en la retroalimentación, para lograrlo, hay que crear un contenido de calidad y diferenciarse del resto. Tener presencia en internet y participar en la vida de la red.

Este artículo pretende profundizar en el escenario actual del mercado ferial en la Península Ibérica y en América Latina para comprobar la utilización de las herramientas que ponen a disposición de los organizadores feriales la denominada web 2.0 y las redes sociales, con el consiguiente aprovechamiento sobre los distintos ámbitos del sector ferial, con aspectos relacionados con el marketing. (Xosé Manuel Baamonde Silva. UNIVERSIDAD DE Vigo & Fermín Galindo Arranz Universidad de Santiago de Compostela, Año V, Número 8 2012, v2 pp. 89-112)

Toda persona tiene derecho al trabajo y a la actividad económica. Por eso tiene la libertad de implementar un negocio y rubro en el que considere el lugar más estratégico para su éxito. Sin embargo, en función a la propiedad de los espacios y a las normas del ordenamiento urbano, no se puede definir tan libremente dónde instalar un negocio.

El espacio público es de propiedad de todas y todos los ciudadanos, si se tuviera que asignar un sitio para instalar un negocio, el emprendedor o emprendedora tendría que pagar un alquiler a la institución pública competente que representa a todos, que son los gobiernos municipales.

El resultado del estudio del macro distrito de Max Paredes en la rentabilidad del comercio en vía pública, que es el colchón del comercio en vía pública, de las redes familiares y de la institucionalidad de las organizaciones gremiales.

El movimiento gremial es poderoso no sólo por el significativo número de sus afiliados, sino porque está muy bien organizado en Asociaciones. Estas organizaciones gremiales sostienen permanentes conflictos con el gobierno municipal, sobre todo defendiendo la permanencia de los comerciantes populares en las calles. Pero también estas organizaciones transan con el gobierno municipal, a partir de lógicas políticas que van más allá de los métodos estrictamente gremiales. (René Pereira Morato, 2015)

El Plan Estratégico Institucional debe ser adoptado por todos los servidores públicos municipales del G.A.M.L.P. y debe constituirse, de manera conjunta con el Plan Territorial de Desarrollo Integral, en la base de la planificación de gestión de todas las áreas y unidades organizacionales.

La Acciones Estratégicas (Proyectos Quinquenales) formuladas tienen la finalidad de responder, dentro del marco delimitado por el OEE, cómo y con qué instrumentos se cumplirán los objetivos trazados, por lo que deben ser elaboradas en el marco de lo establecido en el presente documento. (Gestión, 2016 - 2020).

El resultado fue la sistematización en base al enfoque de técnicas de recopilación de datos, revisión documental y se evaluaron las experiencias personales, ya que la población alteña, en su condición de actores del desarrollo, demandaron conocer y participar de las políticas, planes y acciones que realiza el municipio de El Alto en beneficio de sus habitantes para este fin, el investigador elaboró una estrategia comunicacional externa e interna que permita mejorar y consolidar la nueva imagen de una institución moderna.

Describir las características, estructura, objetivos, técnicas y acciones en el proceso de implementación de una estrategia comunicacional orientada a contribuir al fortalecimiento de la imagen institucional del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto a cargo de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas. (Eliser Nemesio Roca Tancara, 2017)

El resultado de este análisis y las tres propuestas posibilitaron al investigador brindar las pautas a futuro para mejorar la estrategia comunicacional del G.A.M.E.A., ya que dio lugar a llegar a un nivel de posicionamiento y mejora a la imagen institucional ante la población, para que acompañe esfuerzos y acciones orientados a la construcción de una ciudad segura y promover a la información de las distintas actividades que realiza el GAMEA.

Se enfoca a la aplicación del Márketing referida a la estrategia comunicacional, analizar y proponer tres pilares fundamentales para coadyuvar a la mejora de la estrategia comunicacional del G.A.M.E.A. (LLUSCO, 2018)

De aquí nacen otros contenidos que serán tratados como conceptos complementarios en el marco conceptual por el momento en este punto es importante una contextualización teórica de tal forma que facilite su ubicación en el conjunto de conocimiento existente por eso se ha decidido primeramente un análisis de las estrategias comunicacionales sobre la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), donde final mente se inscribe la labor y los procedimientos que se realiza dentro de la institución.

La información recogida del trabajo de campo más la observación directa a través de visitas, en las diferentes audiencias y reuniones que realiza la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), juntamente con los actores principales que son las federaciones, asociaciones o juntas vecinales sumamente complejos y hasta difíciles de encontrar definiciones conceptuales para reflejar las soluciones que se podrían dar más adelante.

Estas afirman que las solicitudes que hacen ingresar a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) se encuentran en una demora de respuestas a ciertas solicitudes que afligen tanto a las asociaciones y la misma sociedad sería muy general y hasta abstracto porque esconde ciertas particularidades respecto a otros sectores que complican la dimensión objetiva subjetiva y jurídica de las inspecciones que realiza el Auxiliar de Inspección que es dependiente de la D.M.C.V.P., la situación general.

La construcción estratégica dentro de las organizaciones se da en la inmersión de la comunicación y de tener un apoyo estratégico que brinde nuevas alternativas de interacción social, mediada por los procesos de comunicación internos- externos, contribuyendo de esta manera a que todas las decisiones de la organización estén pensadas de una forma totalmente estratégica, debe existir una interacción global entro lo que se planea comunicar, lo que se comunica y lo que finalmente interpretan los públicos, esto se verá reflejado en la competitividad y desarrollo que tenga finalmente la organización (CANO, MARLLY ARCILA, 2012, págs. 3-4).

La complejidad de las solicitudes hace posible visualizar diferentes objetos de estudio según el interés, por lo mismo vale la pena llamar sobre la delimitación y proyección del

objeto de estudio cuyo enfoque tiene un carácter más social y funcional al planteamiento de soluciones específicas, puesto que el análisis de las estrategias comunicacionales se sitúa dentro de los parámetros jurídicos, normativos que cuenta la D.M.C.V.P. para poder regularizar ciertas solicitudes que requiere los gremiales y la misma población.

1.3. - Funciones que Cumple la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas a Nivel local.

Aquí subyace cómo las estrategias comunicacionales sirven tanto a las Federaciones, Asociaciones y a la población, en base a una información sobre como cumple sus funciones de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), en base a las solicitudes que realizan al hacer ingresar por atención al público por las plataformas SITR@M, es de garantizar las respuestas oportunas según a las funciones que compete a la (D.M.C.V.P.), según los marcos jurídicos y tal como las Ordenanzas Municipales (O.M.), Resoluciones Administrativas (R.A.), Decretos Municipales (D.M.), emanadas por las autoridades competentes que se encuentran dentro el concejo municipal y a la firma por la máxima autoridad que es el alcalde municipal.

La información preliminar obtenida es de los funcionarios públicos de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), que son dependientes del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.), quienes nos permiten desestimar el por qué el retraso de las solicitudes, en vista que la información no es relativa por parte de las federaciones, asociaciones a sus bases donde los mismos dirigentes, fueron capacitados con talleres, en audiencias, donde la comunicación convencional es inclusive conveniente por la situación de demandas que tienen los interesados, por lo tanto el trabajo que se realiza dentro la institución de la D.M.C.V.P. son de otra índole como se verá más adelante.

1.4. - Objetivos y Funciones Establecidas Mediante el Manual de Organización y Funciones (M.O.F.) a Nivel Local.

Dar cumplimiento con el objetivo y las funciones establecidas mediante el Manual de Organizaciones y Funciones (M.O.F.), aprobado por el Decreto Municipal N° 035/21 de Fecha 02 de febrero del 2021, el objetivo es tener un equipo capacitado, formado e idóneo

para desempeñar de manera eficiente congruente y transparente las funciones asignadas según el M.O.F., en los procedimientos y la normativa legal vigente.

Desde este punto de vista, una estrategia comunicacional como un programa efectivo de trabajo debe tener una visión clara del futuro y un plan bien concebido que describa los pasos a seguir y que los años venideros, puede hacerse de manera controlada sobre la base de la información previamente valorada.

Los factores considerados, pueden estudiarse y evaluarse a través de una técnica para el análisis y resolución de problemas, (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) estos son los recursos con los que cuenta que dan la posibilidad de llegar a un objetivo.

Un análisis de estos factores permitirá que la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) defina con claridad las diversas actividades, necesarias que se deberán establecer para alcanzar los objetivos planteados, en esta investigación que es de interés y se centra en llamar la atención de la ciudadanía involucradas en el desempeño de las funciones administrativas dentro del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.) y particularmente en la D.M.C.V.P. y la toma de decisiones en las diferentes solicitudes que hacen ingresar las federaciones, asociaciones y la misma ciudadanía de la ciudad de La Paz.

El análisis de las estrategias comunicacionales dentro de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.), es central para entender la dinámica en las que cabe señalar que la comunicación permite complementar las definiciones que se realiza dentro del plan de trabajo que se lleva a cabo en la D.M.C.V.P.

Este análisis es central porque permite realizar un vínculo entre los individuos que pueden ser llevados a un análisis macro social donde se puede ampliar enfoques de comprensión desde una perspectiva intermedia, que considera el comercio en vía pública y mercados como un fenómeno político y socio-cultural.

Otra de las razones para involucrar el análisis de las estrategias comunicacionales es cómo el comerciante accede y permanece en un determinado espacio urbano, aquí entonces, es central ver la manera en que se articula la noción de espacio social con la noción de espacio físico.

Teniendo en cuenta la importancia se pretende realizar un análisis cualitativo del trabajo que se lleva a cabo dentro de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) la difusión a partir de la información obtenida de las entrevistas realizadas, se mostrará la importancia en la política institucional.

1.5. - Manual de Organizaciones y Funciones de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas a Nivel Local.

El manual de organización está dirigido al personal administrativo y operativo que trabaja en la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) como servidores públicos, donde se explica detalladamente las operaciones que deben de realizar y la forma en la que se efectúan por cada una de las personas que integra la Dirección, siendo de suma importancia la revisión y control de para realizar las actividades de forma correcta y dirigirse a la persona adecuada en caso de necesitarlo al igual que evitar la duplicidad de funciones (así como para la designación de responsabilidades, obligaciones y autoridades correspondientes).

El contenido de este manual establece normas, las cuales especifican las actividades que cada uno de los miembros de esta Dirección debe realizar, el tiempo de realizarlas y a quién reportarlas; también se da a conocer la estructura organizacional para que se tenga conocimiento del nivel jerárquico en el cual se encuentran saber quiénes son sus superiores y quienes los subordinados, teniendo como propósito fundamental el desempeño eficiente y eficaz de sus labores.

1. Presenta una visión de conjunto en la organización de funciones.
2. Divide las funciones encomendadas al personal.
3. Delimita al personal del área las responsabilidades y atribuciones para evitar duplicidad en licencias y permisos.

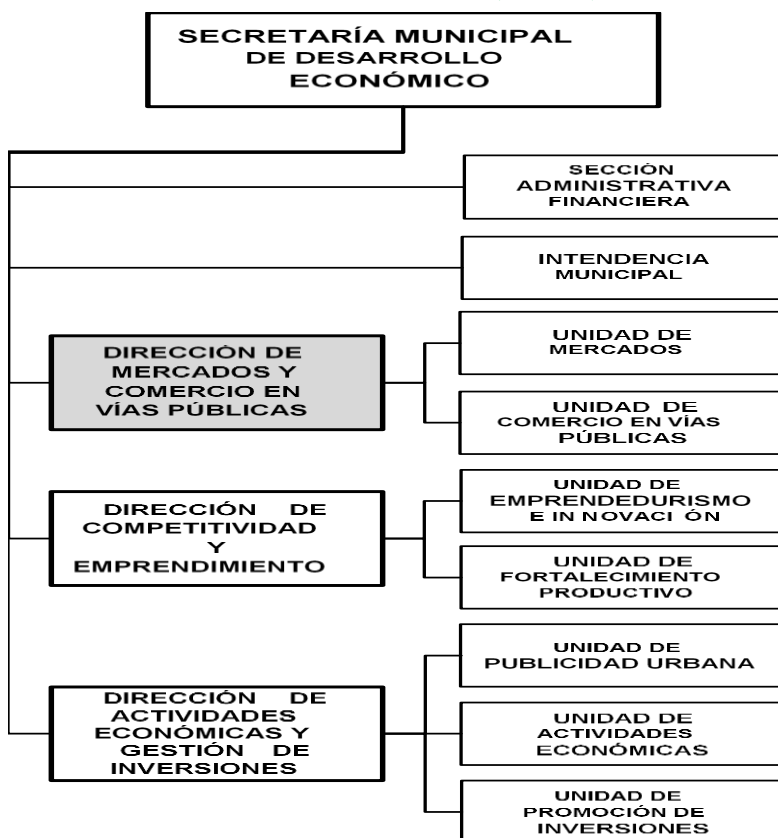
4. Identifica cada tipo de trámite o servicio mostrando un catálogo.
5. Explicar la aplicación de los procedimientos administrativos que en la ocasión corresponda, conformada con su operación ordenada, secuencial, detallada y notificada en términos de Ley.
6. Implementa formalmente las técnicas y métodos de trabajo que deben cumplirse para la realización de las funciones y actividades.

Actualmente la Dirección de Mercados Y Comercio en Vías Públicas se encuentra dependiente de la Secretaria Municipal de Desarrollo Económico, la cual maneja la siguiente estructura organizacional:

1.5.1.- Organigrama de la Secretaria Municipal de Desarrollo Económico (S.M.D.E.).

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. – Manual de Organizaciones y Funciones de la Secretaria Municipal de Desarrollo Económico gestión 2021.

TABLA 1.- NOMBRES DE LA UNIDAD ORGANIZACIONAL DE LA SECRETARIA MUNICIPAL DE DESARROLLO ECONOMICO (S.M.D.E.).



FUENTE: Elaboración propia

- 1) Nombre de la Unidad Organizacional: **DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS.**
- 2) Nivel Jerárquico **EJECUTIVO**
- 3) Dependencia Directa **SECRETARÍA MUNICIPAL DE DESARROLLO ECONÓMICO**
- 4) Ejerce Autoridad Lineal:

 **UNIDAD DE MERCADOS.**

 **UNIDAD DE COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS.**

1. Relaciones Intrainstitucionales.
 - Con todas las unidades organizacionales del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz a través de su Secretaría Municipal. - Con todas las unidades organizacionales dependientes de su Secretaría Municipal.
2. Relaciones Interinstitucionales.
 - A través de su Secretaría Municipal se relaciona con:
 - Ministerios del Estado Plurinacional de Bolivia.
 - Defensoría del Pueblo. - Policía Boliviana.
 - Gobierno Autónomo Departamental de La Paz.
 - Empresas de servicios públicos y/o privados.
 - Organizaciones de la Sociedad Civil.
 - Asociaciones comunitarias, federación de juntas vecinales y/u organismos de control social.
 - Asociaciones gremiales y/o artesanos.
 - Asamblea Permanente de Derechos Humanos.
 - Otras organizaciones y/o instituciones relacionadas.
3. Razón de ser de la Unidad Organizacional.

Formular y ejecutar políticas, estrategias y normas para la administración de los mercados municipales de abasto y comercio en vías públicas del Municipio de La Paz.

- Funciones y Atribuciones Específicas.

- a) Elaborar y proponer planes, programas y políticas, prioritarios para el ordenamiento de mercados y comercio en vías públicas, ubicados en diferentes zonas del Municipio, en coordinación con las instancias correspondiente de acuerdo a normativa vigente.
- b) Realizar el control de registro, procesamiento, análisis estadístico de la información del sector, así como el archivo físico y digital de la documentación.
- c) Aplicar normas y disposiciones legales en la solución de conflictos, atención de denuncias y/o reclamos de los comerciantes minoristas y vendedoras en mercados.
- d) Regular y controlar el funcionamiento de los mercados de abasto y del comercio en vías públicas.
- e) Coordinar la elaboración de planes, programas y políticas, que impulsen la participación de comerciantes debidamente autorizados en puestos de mercados, ferias y comercio en vías públicas para el mejoramiento de los diferentes servicios en cada uno de ellos.
- f) Coadyuvar en la sensibilización de la venta y consumo de bebidas alcohólicas en puestos de mercados, ferias y comercio en vías públicas.
- g) Disponer la reversión de puestos en mercados y comercio en vías públicas, previo cumplimiento del procedimiento establecido en la normativa correspondiente.
- h) Requerir y coordinar con la Unidad de la Guardia Municipal y otras unidades organizacionales, la ejecución de ordenamiento, sostenimiento, decomiso y reversión de puestos de venta, en días y horarios ordinarios y extraordinarios.
- i) Elaborar y proponer proyectos para gestionar la aplicación de mercados saludables y competitivos en la ciudad de La Paz.
- j) Requerir y coordinar con la Unidad de la Guardia Municipal las determinaciones asumidas por esta dirección en beneficio de las políticas definidas.
- k) Diseñar y ejecutar proyectos de inversión relacionados a la construcción, mejoramiento y mantenimiento de infraestructura de mercados, centros de acopio y galerías comerciales, así como su ejecución directa o delegada.
- l) Otorgar autorizaciones de uso temporal de espacios y vías públicas en coordinación con las Subalcaldías.
- m) Otras que le sean asignadas por la autoridad superior.

1. Nombre de la Unidad Organizacional **UNIDAD DE MERCADOS**
2. Nivel Jerárquico OPERATIVO
3. Dependencia Directa **DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS**
4. Ejerce Autoridad Lineal NINGUNA
5. Relaciones Intrainstitucionales

Con todas las unidades organizacionales del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz a través de su Dirección. - Con todas las unidades organizacionales dependientes de su Dirección.

1) Relaciones Interinstitucionales

A través de su Dirección se relaciona con:

- Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras. - Instituto Boliviano de Metrología (IBMETRO).
- Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG). Gobierno Autónomo Departamental de La Paz.
- Organización Mundial de la Salud.
- Organización Panamericana de la Salud. - Asociaciones comunitarias, federación de juntas vecinales y/u organismos de control social.
- Otras organizaciones y/o instituciones relacionadas.

2) Razón de ser de la Unidad Organizacional

Formular políticas y estrategias para mercados, ejecutar proyectos, actualización de datos, así como regular y controlar el funcionamiento de los mercados de abasto, propiedad municipal y centros de acopio.

3) Funciones y Atribuciones Específicas.

- a) Regular, autorizar y registrar el uso de puestos de venta en espacios de dominio público municipal, mercados de abasto y propiedad municipal.

- b) Planificar y coordinar el diseño y ejecución de proyectos de infraestructura de mercados, mercados tambo y mercados calle.
 - c) Supervisar en corresponsabilidad con la Dirección de Supervisión de Obras y la Dirección de Fiscalización de Obras y Servicios, la ejecución de obras de construcción, mejoramiento y mantenimiento de infraestructura de mercados.
 - d) Coordinar y/o gestionar con la Intendencia Municipal, el control de la higiene, en la manipulación de alimentos de primera necesidad, en los mercados municipales de abasto.
 - e) Coordinar las acciones necesarias para el lavado y fumigado de mercados, con las instancias que correspondan.
 - f) Coordinar con la Unidad de la Guardia Municipal, la Intendencia Municipal y otras unidades organizacionales después del proceso administrativo correspondiente, la ejecución de reversión de puestos de venta en mercados abandonados, en transacción civil y/o por incumplimiento de los datos autorizados en la Patente Única Municipal, en cumplimiento a la normativa vigente.
 - g) Aplicar normas y disposiciones legales en la solución de conflictos, atención de denuncias y/o reclamos de los comerciantes, en coordinación con la Intendencia Municipal en los casos que corresponda.
 - h) Ejecutar acciones que impulsen la implementación de mercados saludables en el Municipio de La Paz.
 - i) Mantener actualizado el registro de vendedoras en mercados de abasto y propiedad municipal.
 - j) Elaborar normativa que regule al sector de mercados.
 - k) Otras que le sean asignadas por la autoridad superior.
1. Nombre de la Unidad Organizacional **UNIDAD DE COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS**
 2. Nivel Jerárquico **OPERATIVO**
 3. Dependencia Directa **DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS**
 4. Ejerce Autoridad Lineal NINGUNA

5. Relaciones Intrainstitucionales

Con todas las unidades organizacionales del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz a través de su Dirección. - Con todas las unidades organizacionales dependientes de su Dirección.

1. Relaciones Interinstitucionales.

A través de su Dirección se relaciona con:

- Otras instancias, instituciones u organizaciones públicas y/o privadas relacionadas con sus funciones.
- Organizaciones de la Sociedad Civil.
- Otras organizaciones y/o instituciones relacionadas.

2. Razón de ser de la Unidad Organizacional

Ejecutar planes, proyectos, estrategias, actualización de datos y normas para el reordenamiento y control del sector gremial asentado en vías públicas y crear estrategias de reconversión productiva del sector gremial.

3. Funciones y Atribuciones Específicas.

- a) Proponer y ejecutar políticas y normativa relacionada al comercio en vías públicas.
- b) Organizar y ejecutar acciones para el reordenamiento y control del comercio en vías públicas.
- c) Atender, resolver conflictos, denuncias y/o reclamos sobre el comercio en vías públicas, de los mismos comerciantes en vía pública, propietarios de inmuebles, juntas vecinales y otros.
- d) Efectuar la actualización de datos de comerciantes en vías públicas registrados.
- e) Gestionar la reversión de puestos abandonados y/o subalquilados a terceras personas y por incumplimiento de los datos consignados en la Patente Única Municipal.
- f) Gestionar y ejecutar en coordinación con la Unidad de la Guardia Municipal y otras unidades organizacionales, el retiro de comerciantes minoristas asentados

ilegalmente en vías públicas, así como el retiro de puestos de venta por reversiones en cumplimiento a la normativa vigente.

- g) Ejecutar políticas y acciones para la implementación de la reconversión productiva.
- h) Elaborar normativa específica del sector del comercio minorista asentado en diferentes vías públicas de la ciudad de La Paz.
- i) Otras que le sean asignadas por la autoridad superior.

1.6. - Coordinación Interinstitucional.

La relación interinstitucional está ligada con todas las unidades organizacionales del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz a través de su Secretaría Municipal (S.M.D.E.), así como con todas las unidades dependientes de esta Secretaría Municipal.

La relación interinstitucional está ligada con:

- Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural.
- Policía Boliviana.
- Federaciones y Asociaciones Gremiales.
- Asociaciones, federaciones, asociaciones y gremiales.
- Otras organizaciones y/o instituciones relacionadas.

1.7. - Situación de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

Actualmente la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), tiene un desgaste en medios de comunicación masivos, esto es causado por actuaciones de las personas de a pie al emitir juicios de valores en contra de los funcionarios de la D.M.C.V.P. y al no conocer el trabajo que cumple los mismos, sin conocer la Ordenanza Municipal (O.M.), Resolución Municipal (R.M.) y los Decretos Municipales (D.M.), al intentar hacer cumplir las normas y políticas establecidas para el retiro de los asentamientos ilegales y la regularización de puestos de comerciantes en vía pública establecidos por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

Cabe mencionar que la comunicación interna de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), son prácticos en la información que realiza la Dirección, en la página oficial y muy reducido el tiempo de trasmisión y corto en el área de información que realiza el área socio cultural en su relación con el comercio, el contexto en la ciudad de la paz y la estrategia metodológica que orientó la investigación más que un análisis conceptual sobre el tema se propone ubicar el tema en particular de la presente investigación, orientada a analizar las estrategias comunicacionales de qué manera los comerciantes acceden a la información sobre las acciones que realiza la D.M.C.V.P., en los espacios urbanos.

Teniendo en cuenta que los espacios urbanos en los que se desarrolla el comercio en vía pública y mercados se caracterizan por una alta regulación social, por lo cual nos proponemos a describir algunas de las reglas sociales presentes para el desarrollo de esta actividad por áreas temáticas, a través de las cuales podemos caracterizar las distintas formas de reglamentación, teniendo en cuenta que el comercio en vía pública y mercados puede abordarse desde diferentes enfoques teóricos y metodológicos, además de una breve presentación sobre los diferentes enfoques teóricos, se pretende ubicar el estado del arte sobre la investigación así como el contexto particular en que se desarrolla.

1.8. - Diagnóstico de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

En este contexto surge la necesidad de proyectar una mejor imagen de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), mediante estrategias comunicacionales, siendo que la mayor parte de la población actualmente tiene acceso a internet, dar a conocer cuáles son las funciones del funcionario de la D.M.C.V.P. y convirtiendo esto en un universo de posibilidades para llegar a los ciudadanos y mejorar la imagen institucional la comunicación es el intercambio de información y conocimiento esto conlleva una sólida cadena de estrategias que respondan a alcanzar los objetivos de un plan de acción: una buena estrategia.

La pregunta que motiva esta investigación es ¿Cómo una estrategia de comunicación puede mejorar la imagen de la institución como la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas?

La comunicación para la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), es transformada y adaptada para armonizar la comunicativa actual incluyendo progresivamente las estrategias comunicacionales en la sociedad este proceso genera un enorme beneficio para la institución que será lograr transformar el intercambio de un proceso vertical a uno horizontal, en el que se da mayor apertura, participación, transparencia y la sensación de democracia.

En consecuencia, para elaborar el diagnóstico nos preguntamos ¿Qué imagen tiene la población de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas?

Se identifica un problema en la imagen que proyecta la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) a los ciudadanos, ya que al tener retrasos en las solicitudes, la demora al entregar las respuestas no se dan a conocer los beneficios que realiza la D.M.C.V.P. al realizar los controles en mercados municipales y el control en comercio en vía pública y más en las solicitudes que hacen ingresar los mismos gremiales, por lo cual muchas veces la coyuntura social ocasiona un desgaste de la identidad del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.).

1.9. - Estrategia Comunicacional de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

Es necesario efectuar un diagnóstico que nos ponga en contexto de la situación actual y las necesidades comunicacionales que hay que resolver, para esto, es importante contar con herramientas previamente detalladas que permitirán mejorar la desgastada imagen de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), para con la ciudadanía considerando puntos a tocar y medios más útiles para llegar con más efectividad.

La estrategia comunicacional contribuye con la promoción de los grupos de investigación en los espacios urbanos de la ciudad de La Paz, la comunicación es el pilar fundamental dentro de la institución de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías

Públicas (D.M.C.V.P.), a su vez es como una de las actividades de rigurosidad de sistematización, analiza diversos objetos de solicitudes esto para brindar una mejor calidad de vida y desarrollo, del municipio.

El análisis comunicacional es central para entender la dinámica del comercio en mercados y el comercio en vías públicas, permite complementar las explicaciones, como se argumentan, permite entender el comercio en vía pública no sólo como un fenómeno económico sino también como un fenómeno político y socio-cultural.

Otra de las razones para comprender cómo los comerciantes en vía pública y mercados acceden en un determinado espacio urbano, aquí entonces es central ver la manera en que se articula la noción de espacio público con la noción de espacio físico tal como la patente municipal refleja su actividad en sector con el rubro y las horas de atención.

Según este espacio público es el espacio resultante de las distintas posiciones que los agentes o grupos sociales ocupan de acuerdo con la estructura de la distribución de las diferentes especies de mercadería, se trata de posiciones excluyentes, en el sentido en que cada uno de los agentes o grupos ocupa un lugar distinto y distintivo, producto de las disputas tanto por el capital económico como simbólico, que causan una distinción.

Las estrategias comunicacionales entre ellas la político-institucionales de asegurar cierto nivel de orden al interior de los grupos de comerciantes y de mediar en un conjunto de relaciones, principalmente con actores político-institucionales, quien tiene unas funciones diferenciadas de los demás comerciantes que pertenecen al grupo que representa y al mismo tiempo concentra la mediación con las autoridades del sistema institucional de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), aunque las funciones que puede tener el líder frente a los grupos de comerciantes se diferencia de acuerdo con el contexto en el que cada grupo se ubica, en términos generales puede señalarse que el líder interviene para mediar los conflictos internos en las diferentes asociaciones.

Una comunicación estratégica en un gobierno que integre aspectos de la teoría de la administración pública, lo organizacional, lo político, y el desarrollo, es clave para tener consenso y legitimidad en torno a su gestión, capital simbólico para sus

autoridades, y articulación con los procesos comunicativos en búsqueda de una buena política. La investigación se sustenta en la sistematización de referentes teóricos-conceptuales y metodológicos en las dimensiones organizacionales, política y de desarrollo dentro del contexto de la administración pública. Desde la perspectiva cualitativa con un método de caso de estudio del gobierno autónomo descentralizado de Cuenca, Ecuador, a través de encuestas a responsables de comunicación y entrevistas reestructuradas a autoridades. Se evidenció que no existe una estrategia de comunicación a largo plazo, ni equilibrio ni integración entre la comunicación organizacional, la comunicación política y la comunicación para el desarrollo (Sandy Calle Calle, y Ana Teresa Badía, 2020, p. 1).

1.10. - El Uso del Espacio Urbano en la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

En la ciudad de la paz, la dirección de mercados en comercio en vías públicas implica la regulación del uso de los espacios por parte de los mismos actores involucrados, esto obedece en gran medida, a que se trata de espacios en permanente disputa ya sea entre los grupos de comerciantes en vía pública, entre estos y los comerciantes establecidos o entre los comerciantes y las autoridades competentes.

Estas disputas, producen un conjunto de reglas que actúan como un mecanismo de inclusión-exclusión que regula la entrada y permanencia en esos espacios, esta visión permite entender los espacios en que se desarrolla esta actividad como espacios altamente regulados socialmente.

Este mayor grado de conocimiento y uso de ese conjunto de reglas se presenta porque permite a quienes lo necesitan, defenderse, mantenerse y desenvolverse en este universo social, esta perspectiva sobre lo que significa la construcción de reglas al interior de los grupos de comerciantes en vía pública y mercados, se han centrado principalmente en la discusión sobre su definición conceptual y las metodologías para su medición.

También cabe mencionar, se trata de una manera de reflexionar sobre lo paradójico que resulta distinguir las Leyes Municipales Autonómicas, lo que se observa es que los esfuerzos de legislar con el propósito de intentar contener la dinámica del comercio en vía

pública y mercados, son rebasados por las Leyes que producen y cumplen tanto los comerciantes, son en los espacios en que se desarrolla el comercio en vía pública y mercados, adquieren diversas formas en tanto que la dinámica de esta actividad es compleja y heterogénea.

El comercio en vía pública y mercados es una actividad que se desenvuelve en los espacios urbanos considerados como públicos, ya sea porque se ubica en espacios que en principio son visibles y accesibles a todos los miembros de la sociedad, o por tratarse de espacios de dominio público.

El comercio en vía pública y mercados puede definirse como el rostro más visible del sector informal, el uso de estos espacios urbanos, conflictos que se producen entre los comerciantes en vía pública y mercados, los comerciantes establecidos, el comercio en vía pública implica una forma de ocupación que cuestiona las imágenes de lo que debe ser una ciudad ordenada.

El orden urbano, se caracteriza por las diferentes modalidades que operan como dispositivo de protección, auto segregación, además señala que la pluralidad del espacio público no sólo se relaciona con la variedad de actores presentes en él, sino por la variedad de usos que se hacen del mismo. en este sentido, intenta reivindicar el comercio en vía pública, como una expresión adicional de lo que es propio del espacio público, entendido como el lugar donde se encuentra al mismo tiempo el máximo de intereses, con la presentación de su patente municipal y patente municipal en propiedad municipal.

Desde esta concepción moderna del espacio público se identifican tres dimensiones que caracterizan a los espacios públicos y que muestran la crisis en que se encuentra en Latinoamérica y en especial en Bolivia: la primera dimensión física jurídica y por tanto de acceso; el lugar, el suelo en propiedad del estado y de acceso colectivo a todos, una segunda dimensión sociocultural; que proporciona una imagen e identificación a las personas y en los que realizan sus actividades cotidianas de encuentro, relacionamiento y socialización, y la tercera la dimensión sociopolítica; donde las personas se encuentran, se enfrentan, generan tensiones y permiten la

expresión pública democrática y ciudadana, donde se involucran relaciones de poder, exclusión e inclusión, lugar de construcción de ciudadanía y de permanentes conflictos (Bailey, MSc. Antonio Bustillos, 2020, p. 25).

1.11. - Legitimidad Sobre el Uso del Espacio Público.

El comercio en vía pública y mercados es una actividad que se desenvuelve en los espacios urbanos considerados como públicos, ya sea porque se ubica en espacios que en principio son visibles y accesibles a todos los miembros de la sociedad, o por tratarse de espacios de dominio público.

El comercio en vía pública y mercados puede definirse como el rostro más visible del sector informal, el uso de estos espacios urbanos, conflictos que se producen entre los comerciantes en vía pública y mercados, los comerciantes establecidos, el comercio en vía pública implica una forma de ocupación que cuestiona las imágenes de lo que debe ser una ciudad ordenada.

El orden urbano, se caracteriza por las diferentes modalidades que operan como dispositivo de protección, auto segregación, además señala que la pluralidad del espacio público no sólo se relaciona con la variedad de actores presentes en él, sino por la variedad de usos que se hacen del mismo. en este sentido, intenta reivindicar el comercio en vía pública, como una expresión adicional de lo que es propio del espacio público, entendido como el lugar donde se encuentra al mismo tiempo el máximo de intereses, con la presentación de su patente municipal y patente municipal en propiedad municipal.

En este apartado se pretende hacer una breve presentación de las principales disposiciones acerca del Pago Único Municipal (P.U.M.) que regulan en la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) en la Ciudad de La Paz, con el propósito de presentar brevemente las Ordenanza Municipal (O.M.) por el cual se rige este oficio.

El proceso de asentamiento, consolidación y legitimación del uso de los espacios públicos en el comercio ha sobrepasado la capacidad de control y regulación de las

autoridades municipales en el marco de las normas formales. Por lo expuesto en la sección anterior, el control y regulación se da más en el ámbito de lo informal de convenciones y acuerdos en un constante y persistente asedio al espacio público por parte de comerciantes organizados y no organizados en un medio político que, a partir de tensiones y permanentes negociaciones, con y sin presión, logran concesiones al margen de las normas formales, como lo afirma Diana Silva (2007), (Bailey, MSc. Antonio Bustillos, 2020, p. 28).

1.11.1.- Ordenanza Municipal N° 142/94 HAM – HCM 141/94.

Secretaria General Rolando Enriquez Rojas Alcalde Municipal de La Paz a. i.

CONSIDERANDO: Que, la Ley de Reforma Tributaria 843 de 20/05/86 regula el Sistema Tributario Nacional, la Ley Orgánica de Municipalidades, Art. 201 inciso 3) de la Constitución Política del Estado, le otorga al Municipio atribuciones para considerar Ordenanza Municipal 06 de Patentes e Impuesto.

Que, la Federación Departamental de Gremiales. Artesanos, del Comercio Minorista de La Paz, dirigido por los Señores Zenón Yupanqui, Secretario Ejecutivo y la comisión de Anaqueles, Kiosco, Micro Snacks han solicitado a la Honorable Alcaldía Municipal de la ciudad de La Paz, para que su propuesta de pago de alquileres sea aceptada a través de Ventanilla Única de la Dirección de Servicios Municipales.

Que existen deudores morosos que no han cancelado sus obligaciones al 30 de septiembre de 1994 no obstante los años los a transcurridos y que se halla entre ellos los Kioscos anaqueles. Micro Snacks y Carritos Móviles, etc.

POR TANTO: EL H. Concejo Municipal de La Paz, en atención a las atribuciones conferidas por La Constitución Política del Estado, conferidas por La Ley Orgánica de Municipalidades.

RESUELVE: ARTÍCULO PRIMERO. - Disponer el cobro de alquileres mensuales a los propietarios de Kioscos, Anaqueles Micro Snacks y Carritos Móviles afiliado a las

diferentes organizaciones gremiales través de Ventanilla Única establecidas al efecto de acuerdo a la siguiente relación.

TABLA 2.- COBRO DE ALQUILERES A LOS PROPIETARIOS DE PUESTOS DE VENTA.

Zona Central	BS. 8	por M. cuadrado mensual
Zona Intermedia	BS. 8	por M. cuadrado mensual
Zona Periférica	BS. 8	por M. cuadrado mensual

FUENTE: Elaboración propia

ARTÍCULO SEGUNDO— Los propietarios renuentes a este plan de deberán ser retirados y/o clausurados debiendo el Ejecutivo a través de la Intendencia Municipal las determinaciones del Gobierno Municipal a fin de evitar la continuación de una secuela del incumplimiento y morosidades que han entrado Usuarios del Servicio Público en general.

ARTÍCULO TERCERO. — Los propietarios de Kioscos, Anaqueles, Micro Snacks y Carritos Móviles que no cuenten con la documentación que acredite la cancelación patente y/o sentajes de los periodos 1987 a 1991, deberán pagar derecho de regularización por única vez en favor del Municipio de acuerdo a la siguiente escala.

TABLA 3.- PAGO DE REGULARIZACIÓN, POR ÚNICA VEZ EN FAVOR AL MUNICIPIO DE LA PAZ.

Zona Central	BS. 150
Zona Intermedia	BS. 150
Zona Periférica	BS. 150

FUENTE: Elaboración propia

ARTÍCULO CUARTO. - Queda congelada otorgación de nuevos asentamientos, hasta que se emita de Reglamentación de Kioscos, Anaqueles, Micro Snacks, y Carritos Móviles.

ARTÍCULO QUINTO. - La Dirección de Servicios Municipales de la Honorable Alcaldía queda encargada de la ejecución y cumplimiento de la presente Ordenanza Municipal.

Es dada en la sala de sesiones del Honorable Concejo Municipal de la Ciudad de nuestra Señora de La Paz a los catorce días del mes de diciembre de mil novecientos noventa y cuatro años.

Firmado por: H. Luis Alberto Valle Ureña. Presidente del Concejo Municipal. H. Daniel Quevedo Villagomes. Secretario del H. Concejo Municipal

1.11.2.- Ordenanza Municipal N^o 082/98 HAM - HCM 117/97.

Secretaria General, Germán Monroy Chazarreta H. ALCALDE MUNICIPAL DE LA PAZ, Por cuanto el Honorable Concejo Municipal ha dictado la siguiente Ordenanza:

CONSIDERANDO: Que, es atribución del Honorable Concejo Municipal formular políticas para una correcta administración de los ingresos municipales, provenientes de los comerciantes minoristas que ocupan espacios públicos pertenecientes a la Comuna Paceña.

Que, es preocupación del Gobierno Municipal, el inadecuado control del actual sistema de cobro de administración de los sentajes, patentes y alquileres de espacios públicos municipales.

Que, es necesaria una optimización en los sistemas de liquidación, cobro y administración de los sentajes, patentes y alquileres de espacios públicos municipales.

Que, de igual manera se debe remarcar, que durante una década el Gobierno Municipal ha confrontado serios problemas en materia tributaria con los comerciantes minoristas organizados, en relación con la "doble" tributación referida a sentajes, patentes y alquileres, situación que requiere ser subsanada a través de un pago único.

Que, el Gobierno Municipal de La Paz representado por la H. Alcaldesa Lic. Gaby Candía de Mercado y las Confederaciones de Gremiales de Bolivia y La Paz representadas

por Francisco Figueroa y Walter García participaron en la elaboración del 'nuevo sistema tributario a aplicarse al sector Gremial en la jurisdicción Municipal de La Paz.

Que, el nuevo sistema se aplicará en el marco de "Reglamento de Asentamiento de Puestos de Venta en Vía Pública" para el Sector Gremialista, el mismo que define las zonas, características de puestos, horarios, ubicaciones, controles, respetando el principio de la inamovilidad de puestos de venta de acuerdo a las normas legales vigentes.

POR TANTO: El H. Concejo Municipal de la ciudad de La Paz, en uso de las facultades que señala la Ley Orgánica de Municipalidades y demás disposiciones conexas;

RESUELVE: ARTÍCULO PRIMERO. - Créase el Sistema de Pago Único Municipal para el Sector Gremial a partir del 1 de enero de 1998 por el uso del espacio público municipal para la realización de actividades económicas.

ARTÍCULO SEGUNDO. - se determina las siguientes categorías en el Pago Único Municipal dispuesto en el artículo precedente.

TABLA 4.- PAGO ANUAL PARA KIOSKOS, ANAQUELES, MICRO SNACKS Y CARRITOS MÓVILES.

96 BS. El m2	en zonaCentral
72 BS. El m2	en zona Intermedia
60 BS. El m2	en zona Intermedia

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 5.- PAGO ANUAL PARA TARIMAS.

Estables	90 BS.
Horario	50 BS.
Ferías	20 BS.

FUENTE: Elaboración propia

La cancelación podrá realizarse en 2 cuotas semestrales par cada gestión, fijadas en el último día hábil de los meses de mayo y de noviembre de cada año.

ARTÍCULO TERCERO. - Además del Pago Único Municipal definido en los artículos precedentes no existe para el sector Gremial ningún otro pago por estos conceptos; Sentajes, patentes y alquileres de espacio público municipal.

ARTÍCULO CUARTO. - La cancelación se realizará a través de un formulario específico en los Bancos designados por la administración de la Honorable Alcaldía Municipal, para cuyo efecto las Asociaciones Sindicales, dentro del marco del Reglamento para el Sector, coadyuvarán a la Administración de la Honorable Alcaldía Municipal proporcionando listas de sus asociados y realizando los controles respectivos.

ARTÍCULO QUINTO. - Ordenanza está en relación con la Resolución Senatorial REC N° 010/98 que instruye compatibilizar criterios con los contribuyentes de acuerdo a la Ley 843 para evitar la doble tributación y el "Reglamento de Asentamiento de Puestos de Venta en Vía Pública.

ARTÍCULO SEXTO. - Quedan derogadas todas las disposiciones contrarias a la presente Ordenanza Municipal.

Es dada en la Sala de Sesiones del H. Concejo Municipal de la ciudad de Nuestra Señora de La Paz a los diecisiete días del mes de octubre de mil novecientos noventa y siete años.

Firmado por: H. Alfonso Gosálvez Sologuren. PRESIDENTE DEL H. CONCEJO MUNICIPAL. H. Germán Monroy Chazarreta. SECRETARIO DEL H. CONCEJO MUNICIPAL

1.11.3.- Ordenanza Municipal No. 302/2001 HAM - HCM 292/2001.

Secretaría General. Dr. Juan Del Granado Cosiό. ALCALDE MUNICIPAL DE LA PAZ. Por cuanto el H. Concejo Municipal ha aprobado la siguiente Ordenanza:

CONSIDERANDO: Que, el Gobierno Municipal de La Paz, en fecha 27 de septiembre de 2001 ha aprobado la Ordenanza Municipal No. 198/01 HAM - HCM 202/01

de Patentes y Tasas para la gestión 2001, la misma que ha sido remitida al Ministerio de Hacienda para su revisión técnica de acuerdo a Ley,

Que, una de las observaciones del Ministerio de Hacienda, estaba referida a la división de la Ordenanza antes considerada en dos cuerpos normativos diferentes para Tasas y para Patentes, por lo que el 28 de noviembre de 2001 el G.M.L.P. aprobó la Ordenanza Municipal No. 254/01 HAM - HCM 250/01 de Patentes para la Gestión 2001.

Que, la Ordenanza Municipal No. 254/01 HAM - HCM 250/01 de Patentes para la Gestión 2001 fue aprobada y promulgada conteniendo un error en su artículo 26 en cuanto a los montos de la Base Imponible del Pago Único Municipal, con respecto a la Ordenanza Municipal 198/01 HAM - FICM 202/01 que consigna los montos reales aprobados por el Gobierno Municipal de La Paz.

Que, el Concejo Municipal como órgano normativo del Municipio, tiene atribuciones expresas para modificar las Ordenanzas Municipales que aprueba.

POR TANTO: El H. Concejo Municipal de La Paz en uso de sus atribuciones conferidas por Ley,

RESUELVE: ARTÍCULO ÚNICO. - Modificar el Artículo 26 (Base Imponible) de la Ordenanza Municipal No. 254/01 HAM — HCM 205/01 de Patentes para la Gestión 2001, promulgada en fecha 28 de noviembre de 2001, el cual quedará redactado con el siguiente texto:

Tomando en cuenta las condiciones socio económicas de este sector se fija el Pago Único Municipal (PUM), que se ajustará con la aplicación de un factor de Corrección en base a su localización en trayecto matriz (TM) o vía de acompañamiento (VA), en los siguientes montos anuales.

TABLA 6.- PAGO ÚNICO MUNICIPAL QUE SE AJUSTARA CON LA CORRECCIÓN EN BASE A SU LOCALIZACIÓN EN SU TRAYECTO MATRIZ Y VÍA DE ACOMPAÑAMIENTO.

Nº	ACTIVIDAD	MONTO Bs.	CORRECCIÓN	
			FACTOR DE TRAYECTO MATRIZ	VÍA DE ACOMPAÑAMIENTO
1.	Kioscos, Anaqueles, Micro Snacks y Carritos:			
	a). Zona Central :	48.00	1.50	1.00
	b). Zona Intermedia:	36.00	1.20	1.00
	c). Zona Periférica :	30.00	1.00	1.00
2.	Tarimas, pago único:			
	a). Actividad estable :	40.00	1.50	1.00
	b). Actividad a horario:	20.00	1.50	1.00
	c). Actividad en ferias :	10.00	1.50	1.00

FUENTE: Elaboración propia

$$\text{PUM} = \text{MONTO} \times \text{FC}$$

Es dada en la Sala de Sesiones del H. Concejo Municipal de la ciudad de La Paz, a los diecinueve días del mes de diciembre del año dos mil uno.

Firmado por: H. Cristina Corrales R. PRESIDENTA DEL H. CONCEJO MUNICIPAL DE LA PAZ. H. Guido Capra Jemio. SECRETARIO a.i. DEL H. CONCEJO MUNICIPAL DE LA PAZ.

2.- MARCO CONCEPTUAL

A continuación, se definen los conceptos de las variables sobre los cuales versa la investigación:

2.1. - Estrategias Comunicacionales

Las estrategias comunicacionales son un conjunto de acciones comunicativas que se realizan para lograr los objetivos planteados a obtener resultados y acciones orientados a promover a la información de las distintas actividades que se realiza en la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), en favor de los gremiales de la ciudad

de La Paz y así mismo a la población paceña en la cual permita mejorar y consolidar la nueva imagen de una institución moderna eficaz y eficiente.

Por ello con los resultados de la presente investigación se busca trazar estrategias comunicacionales eficaces para la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), a objeto de buscar mejoras a la relación actual con los ciudadanos y gremiales, es por ello que la presente investigación intenta llenar de alguna manera las expectativas de la población, asimismo a los funcionarios dependientes de la D.M.C.V.P., mismos que están destinados a realizar las inspecciones a mercados municipales y al comercio en vía pública, atendiendo dichas demandas y solicitudes promovidas por la población en los siete Macro Distritos de la ciudad de La Paz.

Haciendo así uso de flujos comunicativos y redes de información referentes a temáticas internas como externas cumpliéndose de esta manera la función proveedora de información destinada a activar un análisis de discusión y participación, la Administración junto con la comunicación crea un escenario participativo, razonado y reflexivo, los comerciantes, así como la población constituyen el escenario más adecuado para generar estrategias.

2.2. - Actividades Económicas

Las actividades económicas son aquellas actividades relacionadas con la producción, el intercambio y el consumo de bienes o servicios. Son parte importante de la identidad de una población y contribuye a la economía de ella.

Entre las actividades económicas que dinamizan el país, se encuentra el comercio en vía pública (C.V.P.), este modo de tener un empleo y generar ingresos económicos forma parte del llamado sector gremial ya que el comercio es la principal actividad, por lo cual se reafirma el carácter histórico y cultural y la tradición de la venta de productos de diferentes rubros en el que considere adecuado y en el lugar más estratégico para su éxito, por lo cual tendría que pagar un alquiler a la institución pública competente que representa a todos, que son los gobiernos municipales.

En la actualidad es difícil dar una mirada a la ciudad de La Paz sin encontrar espacios, ocupados por comerciantes con mercadería de diversa naturaleza, origen y precios, que ambulan o permanecen fijos en las aceras y calzadas impidiendo el libre tránsito de personas y vehículos, afectando a la imagen de la ciudad.

Donde muestran una imagen con sus espacios públicos cubiertos en gran medida por comerciantes en vías públicas o comercio callejero, sobre todo en cercanías a centros comerciales, administrativos, educativos o de salud, aunque su presencia también es observada en zonas residenciales o zonas poco pobladas.

Se propone analizar de manera en que los comerciantes acceden y permanecen en el espacio urbano, el cual es considerado como espacio público, para lograr esto, se considera fundamental entender que existe una relación entre espacio físico y espacio social, relación que es central para entender de manera en que se relaciona el uso de estos espacios con la producción de reglas sociales, redes y una percepción particular sobre la legitimidad del uso del mismo.

La Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) es encargada de controlar y administrar el comercio formal e informal para la seguridad y bien estar de la comunidad a través de la credencialización de los trabajadores de la D.M.C.V.P., ser una institución que mantenga controlado el comercio en la ciudad de La Paz y brinde el mejor servicio a la ciudadanía siempre atendiendo las necesidades e inconformidades bajo una filosofía mejora continua.

Atender de manera eficiente y amable a todos y cada uno de los comerciantes y ciudadanos en los trámites que turne en la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) siempre apegados a lo que establecen las leyes, ordenanzas municipales, resoluciones administrativas y demás disposiciones legales aplicables.

Nuestra visión es ir corrigiendo las deficiencias que por años se han presentado en el área de mercados y comercio en vías públicas enfocando también la demanda de productos alimenticios de la ciudad de La Paz.

Donde constituye un importante instrumento de regulación que es la oferta y de la demanda de productos, que a su vez influye en la formación del bien estar económico para la sociedad y lograr que la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) sea impulsora para tener un mercado y comercio en vías públicas, digno y saludable a la ves un comercio competitivo en pesos completos y detonar a un mejor servicio ser una dependencia para reglamentar el orden público con carácter municipal.

Con propuestas de vanguardia para el mejoramiento para los diferentes tipos de comercio brindándoles una atención de calidad y calidez común, acuerdo que impulse el desarrollo económico y social en el municipio y fortalezca la cooperación integral de los ciudadanos y comerciantes, bajo los siguientes valores:

TABLA 7.- VALORES QUE DEBE IMPULSAR LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS (D.M.C.V.P.)

1. Humildad.	8. Compromiso.
2. Lealtad.	9. Honradez.
3. Disciplina.	10. Trabajo en Equipo.
4. Ética.	11. Mejora Continua.
5. Responsabilidad.	12. Sensibilidad Social.
6. Honestidad.	13. Transparencia.
7. Actitud de Servicio.	14. Orden.

FUENTE: Elaboración propia

3.- MARCO NORMATIVO.

A continuación, se presenta el detalle de las principales disposiciones Municipales Autonómicas que en muchas ocasiones son vulneradas por las federaciones, asociaciones y la misma población del municipio de la ciudad de L a Paz.

Se aplicará su contenido al momento de examinar asuntos relativos al tema de la tesis. Sin embargo, es fundamental aclarar que no se trata de forzar el cumplimiento de la

normativa que corresponde, a la actividad de las diferentes asociaciones que se hallan dentro el municipio de La Paz.

Se verá, entonces, las disposiciones de la que rige la D.M.C.V.P. dentro sus actividades y otras disposiciones que, según la normativa están permitidas según el manual de funciones MOF, ya que los mismos que realizan sus solicitudes las incumplen.

Por lo cual es responsable el área difusión ponerlo a disposición de cada uno de los servidores públicos adscritos a su área y ser una unidad administrativa que regule todos los padrones de comercio teniendo en cuenta que se encuentren actualizados.

Se debe de respetar los lineamientos y políticas incluidas en la guía e instrucciones para la elaboración del Manual de Organización y Funciones (M.O.F.).

3.1. – Disposiciones Municipales.

Se ha revisado la Normativa Municipal a lujo de detalle, verificándose que cursan las siguientes Disposiciones Municipales que se detallan.

3.1.1.- Resolución Municipal N° 1588/87, de fecha 25 de septiembre de 1987.

Visto y considerando que es política de la actual gestión edilicia brindar a la comunidad, de los servicios acorde con las necesidades de una ciudad en permanente expansión, considerando su alto nivel jerárquico como el principio de la capital de república.

Que en los últimos años se ha venido advirtiendo un desequilibrio entre las necesidades de la población paceña y la capacidad de los servicios básicos que brinde el Gobierno Municipal por la innecesaria concentración de algunas unidades de su dependencia.

Que los objetivos del desarrollo urbano, aconsejan que los SERVICIOS MUNICIPALES que se presentan a través de la Terminal de Buses, del Matadero Municipal, el Cementerio General Municipal y otros, opten una organización que garanticen su eficiencia.

Quede en conformidad a lo dispuesto por el inciso 5) del artículo 39 de la Ley Orgánica de Municipalidades del 10 de enero de 1985, corresponde dictar la norma legal correspondiente.

Primero. - disponer la creación dentro de la Estructura Orgánica de la H. Alcaldía Municipal de La Paz, de la Dirección General de Servicios Municipales que controlara, planificara, supervisará y realizara todas las actividades inherentes a un buen servicio de terminal de Buses, el cementerio General Municipal el matadero Municipal y otros Servicios Municipales.

Segundo. - se designa al Lic. Oscar Arzabe Ariscurinaga como Director a.i. de Servicios Municipales, con los derechos.

3.1.2.- Resolución Municipal N° 0559/92, de fecha 8 de diciembre de 1992.

Que está súper dotación y transferencia de servicios públicos efectuando, efectuando sin conocimiento del H. Concejo Municipal, ha creado un estado de sobre posición de autoridad y funciones, del FOMDES con varias reparticiones municipales, razón por la cual el Seminario Municipal del 23 de septiembre de 1992, realizado por las principales autoridades del actual gobierno ejecutivo municipal ha concluido por recuperar las facultades otorgadas irregularmente al FOMDES, y efectuar un estudio sobre su situación financiera para que posteriormente, se le dote de los instrumentos legales que permitan su regularidad por ante el H. Concejo Municipal.

Que el amparo del artículo 39 numeral de la Ley Orgánica de Municipalidades del 10 de enero 1985.

Artículo Primero. - se suspende las atribuciones otorgadas al FOMDES, por las Resoluciones Municipales N° 3702/86, de 28 de noviembre de 1986, 866/90 de 15 de noviembre de 1990, 089/91 de 23 de julio de 1991, 933/91 de 19 de agosto de 1991, 985/91 de 2 de septiembre de 1991 y 984/90 de 21 de diciembre de 1990, hasta que se forme su funcionamiento y extensión de facultades, con el concurso de patrimonio, reglamentos y estatutos propios.

Artículo Segundo. - se autoriza a la oficialía Mayor Administrativa Financiera, para tomar de inmediato las precauciones necesarias sobre el inventario, balance, auditoria cierre de cuentas en los bancos y otros que demuestran el buen manejo administrativo del FOMDES.

Artículo Tercero. - por la Dirección Jurídica debe dejarse sin efecto los poderes extendidos en favor del ejecutivo de FOMDES.

Registre y comuníquese y envíese a la Oficialía Mayor Administrativa Financiera, Dirección Jurídica, Dirección de la Policía Urbana, Dirección Recaudaciones Municipales, Auditoria Interna.

3.1.3.- Resolución Municipal N° 0126/93, de fecha 19 de febrero de 1993.

Visto y considerando que, como consecuencia de la policía impuesta por la actual Administración Municipal, relativo al manejo de los recursos económicos financieros de la H. Alcaldía Municipal de la ciudad de La Paz, se hace necesario crear la DIRECCIÓN DE SERVICIOS MUNICIPALES, para un apropiado y eficiente ejercicio de sus específicas funciones y atribuciones.

Que el artículo 39 de la Ley Orgánica de Municipalidades del 10 de enero de 1985, en sus numerales 3 y 5 faculta al H. Alcalde Municipal, a planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento técnico a los respectivos sistemas; como a dictar Resoluciones técnico administrativo.

Por lo tanto, resuelve: Artículo 1ro. - A partir de la fecha la DIRECCIÓN DE SERVICIOS MUNICIPALES tendrá a su cargo las siguientes reparticiones cuya función básica será administrar, recaudar, controlar y supervisar.

1. Matadero.
2. Terminal de Buses.
3. Cementerio General (Ordenanza 09/90 de 11/12/90).
4. **Mercados.**

5. Mingitorios.
6. Parques.
7. Zoológico.
8. Panadería.
9. Kioskos, anaqueles y otros.

Artículo 2do.- En el presupuesto Municipal de la gestión 1993 se debería consignar las partidas presupuestarias correspondientes, así como la asignación de los ítems en concordancia con el organigrama asignado.

Artículo 3ro. - La Dirección de Servicios Municipales en la estructura orgánica del Ejecutivo Municipal, dependerá de la Oficialía Mayor Administrativa Financiera.

Artículo 4to.- Sin perjuicio de su inmediata inmediato cumplimiento a tenor del Artículo 19 numeral 6 de la Ley Orgánica de Municipalidades, elevar la presente Resolución Municipal a conocimiento del H. Consejo Municipal.

3.1.4.- Resolución Municipal N° 0192/93, de fecha 15 de abril de 1993.

Visto y considerando que por resolución municipal N° 559/92 del 8 de diciembre de 1992, fueron suspendidas temporalmente las atribuciones y facultades otorgadas al Fondo Municipal de Desarrollo FOMDES.

Que por Resolución Administrativo N° 01/92 del 8 de diciembre de 1992, el FOMDES está desarrollando normalmente sus actividades y al haber concluido el trabajo de reestructuración, se hace imperiosa su consolidación.

Que el FOMDES, se ha caracterizado por construir obras en periodos cortos y ejecutar programas de mejoramiento urbano, mejoramiento de viviendas con sistemas de crédito en base a contribuciones por mejoras detalladas en las Ordenanzas Municipales N° 15/85 y 84/85, para sectores de ingresos medios.

Que por Resolución Municipal N° 126/93 del 19 de febrero de 1993, se ha creado la Dirección de Servicios Municipales, con las siguientes áreas para su administración y control:

Matadero, Terminal de Buses, Cementerio General (Ordenanza 09/90 de 11/12/90), Mercados, Mingitorios, Parques, Zoológico, Panadería y Kioskos, anaqueles y otros.

Que habiéndose producido una transferencia de los departamentos de ventanilla única y Trabajo Social a la nueva Dirección de Servicios Municipales se hace necesario e indispensable regularizar, establecer y determinar el estatus jurídico de FOMDES, como así cambien sus atribuciones y actividades, para que siga cumpliendo las tareas y labores asignadas en áreas que tiene amplia experiencia, como las de mejoramiento urbano y vivienda, créditos en materiales, obras destinadas a urbanizaciones, creación y fomento micro empresas y pequeñas industrias.

Que el amparo de lo dispuesto por el artículo 39, numeral 5 de la Ley Orgánica de Municipalidades resuelve.

- A partir de la fecha el Fondo Municipal de Desarrollo FONDES, consolida su funcionamiento como Dirección Departamental de la Oficialía Mayor Técnica.
- Sus actividades estarán en marcadas y circunscritas en los siguientes programas que son: mejoramiento urbano, mejoramiento de viviendas, crédito en materiales de construcción y artesanales, fomento y desarrollo micro empresarial y peña industria, construcción y refacción de obras menores en zonas que así lo soliciten.
- El FOMDES, para su funcionamiento seguirá cobrando y recuperando créditos otorgados en los programas de mejoramiento urbano, mejoramiento de vivienda, créditos en materiales de construcción y prestamos artesanales; efectuando depósito en la cuenta bancaria señalada por la Oficialía Mayor Administrativo Financiera de la H. Alcaldía Municipal, el saldo de gastos e inversión serán cubiertos por la H. Alcaldía Municipal, en base a al presupuesto aprobado en la presente gestión.
- Se aprueba la nueva estructura del FOMDES, que orgánicamente que está conformada por sus unidades y decisiones, Dirección, nivel de asesoramiento, planificación y coordinación, auditoria, asesoría jurídica, nivel operativo, departamento de operaciones, departamento de micro empresas, unidad contable, de acuerdo al presupuesto asignado y organigrama.

- En cumplimiento a disposiciones contenidas en el artículo 19 numeral 6 de la Ley Orgánica de Municipalidades, póngase en conocimiento del H. Consejo Municipal.

3.1.5.- Ordenanza Municipal N° 046/2001, HAM-HCM 041/2001.

Secretaria General promulgada el 29 de marzo de 2001, Organización del Ejecutivo Municipal Capitulo VII Nivel de Operación Centralizada.

Artículo N° 42 (Dependencias de la Oficialía Mayor de Promoción Económica). - las unidades organizacionales que dependen de la Oficialía Mayor de Promoción Económica son las siguientes.

1. Coordinación y Administración Técnica Financiera.
2. Dirección de Promoción Económica Turística.
3. Dirección de Apoyo a la Artesanía, Microempresa y Pequeña Industria.
4. Dirección de Promoción de Competitividad e Inversiones.
5. **Dirección de Mercados.**

Artículo N° 47 (Dirección de Servicios Municipales). - Es responsable de formular propuestas de estrategias, políticas y normas para el sector mercados, comercio minorista, comercio informal y servicios municipales, está constituida por cuatro unidades.

1. **Unidad de Regularización de Mercados y Comercio en Vías Públicas.**
2. Unidad de Medición de conflictos.
3. Matadero Municipal (en tanto no sea objeto de concesión).
4. Cementerio (en tanto no sea objeto de concesión).

3.1.6.- Ordenanza Municipal N° 016/2002 y Ordenanza Municipal N° 255/2003

CAPITULO “II” NIVEL DE DIRECCIÓN

Artículo 79 (Dependencias de la Dirección de Promoción Económica).

Las Unidades organizacionales que dependen de la Dirección de Promoción Económica son las siguientes:

1. Enlace Administrativo Financiero
2. **Unidad de Mercados y Comercio en Vías Públicas y Microempresas**
3. Unidad de Promoción de Inversiones
4. Unidad de Servicios Municipales

Artículo 81.- (**Unidad de Mercados, Comercio en Vías Públicas y Microempresas**).

Responsable de formular propuestas de estrategias y normas para el sector de mercados, comercio minorista, comercio informal en vías públicas y encargada de desarrollar políticas de fortalecimiento a los agentes generadores de artesanía, microempresa y pequeña empresa industria.

CAPITULO “V” NIVEL DE OPERACIÓN CENTRALIZADA

Artículo 64.- (Dependencias de la Oficialía Mayor de Promoción Económica).

Las Unidades Organizacionales que dependen de la Oficialía Mayor de Promoción Económica son las siguientes:

- a. Dirección de Productividad.
- b. **Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.**
- c. Dirección de Promoción Turística.
- d. Dirección de Servicios Públicos Municipales.
- e. Unidad de Investigación e Información Económica.
- f. Centro Administrativo y Financiero.

Artículo 66.- (**Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas**).

Es responsable de formular y ejecutar políticas estrategias y normas para el sector de los mercados municipales de abasto, el comercio minorista y el comercio en vías públicas.

La Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas está constituida por:

- a) **Unidad de Mercados.**
- b) **Unidad de Comercio en Vías Públicas.**

3.2. - Normativas que Regulan la Administración de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

Formular y ejecutar políticas, estrategias y normas para la administración de los puestos de venta en vía pública del Municipio de La Paz, los resultados que se quiere llegar dentro la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) es de fiscalizar, verificar y regular el cumplimiento de lo establecido en los diferentes ordenamientos legales vigentes, en cuanto al tipo de actividad comercial o de servicios se refiere, supervisar así el funcionamiento en todas y cada una de sus modalidades, entre estas el uso de la vía pública, que el comercio establecido cumpla con las normas especificadas en su Patente Único Municipal (P.U.M.) correspondiente con la reglamentación municipal vigente y en mantener un orden dentro del mismo comercio en sus diferentes giros entre estas la actividad comercial.

Ordenar y administrar las actividades de comercio en vías públicas como mercados, evitando pugnas entre los gremiales y la proliferación innecesaria de puestos ilegales garantizando con esto el orden y la tranquilidad en la ciudad ser una dependencia para reglamentar el orden público con carácter municipal, con propuestas de vanguardia para el mejoramiento de los diferentes tipos de comercio, brindándoles una atención de calidad y calidez común, acuerdo que impulse el desarrollo económico y social en el municipio de la ciudad de La Paz, y que fortalezca la cooperación integral de los ciudadanos y comerciantes.

Resultados y funciones que sé que desea llegar dentro la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) es de proponer un análisis de manera en que los comerciantes accedan y permanezcan en el espacio urbano, el cual es considerado como espacio público, para lograr esto se considera fundamental entender que existe una relación entre espacio físico y espacio social, relación que es central para entender de manera en que se relaciona el uso de estos espacios con la obtención de reglas sociales, una percepción particular sobre la legitimidad del uso del mismo.

La Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), es encargada de controlar y administrar el comercio formal e informal para la seguridad y bien estar de la comunidad a través de la credencialización de los trabajadores de la D.M.C.V.P., ser una

institución que mantenga controlado el comercio en la ciudad de La Paz y que brinde el mejor servicio a la ciudadanía siempre atendiendo las necesidades e inconformidades bajo una filosofía de mejora continua.

3.3. - Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

Desde nuestro punto de vista, un programa efectivo de trabajo debe tener una visión clara del futuro y un plan bien concebido que describa los pasos a seguir ahora y en los años venideros y aunque es indiscutible que los planes pueden cambiar, el cambio puede hacerse de manera controlada sobre la base de información previamente valorada.

Se pueden estudiar y evaluar a través de una técnica para el análisis y resolución de problemas denominada FODA (Fortalezas, Opportunidades, Debilidades, Amenazas) por las siglas del nombre de los elementos de análisis, esto es, cuáles son los recursos con los que cuento que me dan la posibilidad de llegar a mi objetivo y, por otra parte, cuál es el impacto de las debilidades, así como de las amenazas y oportunidades que el medio ofrece.

Un análisis de estos factores permitirá que la persona defina con claridad las diversas actividades y por tanto, las metas necesarias que se deberán establecer para alcanzar los objetivos planteados.

En este artículo nuestro interés se centra en llamar la atención de las personas (profesionales o no) involucradas en el desempeño de las funciones administrativas y particularmente en la toma de decisiones en las organizaciones, hacia la importancia que se tiene que iniciar los proyectos de trabajo tanto a nivel organizacional como individual, con el proceso de planeación, y, en particular, hacia la utilización del FODA como una técnica de análisis de problemas en cierta forma sencilla que les facilite el desarrollo del mismo.

Sin embargo, si bien el proceso de planeación tiene como resultado la propuesta formalizada de una serie de acciones a realizar, también es parte de éste la continuidad de su evaluación, ya que en todos los niveles de la organización es conveniente verificar permanentemente los cambios que se presentan en el contexto externo a través del estudio de

los factores del ambiente que incidan en la organización como pueden ser los de tipo económico, político, social, tecno-lógico, etcétera, y hacer los ajustes necesarios para que el proceso de planeación sea realmente un ejercicio de eficiencia.

TABLA 8.- PROCESO DE PLANIFICACIÓN.

PREGUNTAS	RESPUESTAS EN EL PROCESO DE PLANEACIÓN
¿Qué deseamos ser a futuro?	Visión. Mejorar el manejo de las distintas solicitudes, realizadas por el ciudadano, como por el sector gremial
¿Qué somos?	Misión: Somos un ente regulador y fiscalizador, dentro el Comercio formal e informal.
¿Qué queremos lograr?	Los objetivos generales: Se espera obtener en un período de tiempo establecido la fluidez de los trámites y/o solicitudes.
¿Cómo lo vamos a lograr?	La estrategia: Colocándonos como metas los tiempos de manejo de trámites, incluyendo los métodos de intervención que ayudarán a la organización a cumplir su misión y a lograr sus objetivos generales de manera factible y eficaz.
¿Adónde queremos llegar?	Las metas: Son resultados y beneficios cuantificables esperados, que la D.M.C.V.P. tenga mayor impacto en el comercio en vías públicas y mercados.
¿Qué actividades se requieren?	La organización: Son el conjunto de las actividades necesarias que respaldarán el logro de los objetivos. (reuniones de conciliación y/o coordinación con las diferentes instancias del D.M.C.V.P. así como el sector gremial)

FUENTE: Elaboración propia

3.4. - Operativos, Fiscalización y Control de Actividades Económicas.

Establecer los mecanismos internos de relacionamiento y coordinación del trabajo conjunto, entre las unidades organizacionales vinculadas a los procedimientos de fiscalización y control de actividades económicas y de atención de denuncias.

1. D.M.: Defensorías Municipales — Secretaría Municipal de Desarrollo Social
2. **D.M.C.V.P.: Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – SMDE**

3. G.A.M.L.P.: Gobierno Autónomo Municipal de La Paz
4. G.M.: Guardia Municipal — SMSC
5. G.O.E.: Grupo Operativo Especial — SMDE
6. U.P.E.: Unidad de Promoción Económica – Subalcaldía
7. U.R.A.E.: Unidad de Regulación de Actividades Económicas - SMDE
8. U.I.: Unidad de Intendencia – Subalcaldía
9. I.I.: Inspector Integral — Subalcaldía/SMDE

Los operativos de fiscalización y control podrán ser realizados por las siguientes formas:

- Macro Distritales. - Operativos de fiscalización y control que se realizan a actividades económicas en establecimientos y espacios o vías públicas del mismo macro distrito.
- Especiales. - Operativos de fiscalización y control que se realizan a las actividades económicas en establecimientos y espacios o vías públicas donde exista gran afluencia de personas, desarrolladas en horarios extraordinarios, o que respondan una necesidad institucional integral, así como aquellas que abarca a más de un macro distrito, como por ejemplo entradas folklóricas o verbenas.
- De Seguridad Ciudadana. - Operativos de intervención, fiscalización y control que se realizan a todas aquellas actividades económicas vinculadas al expendio y o consumo de bebidas alcohólicas, o que podrían generar factores, condiciones o situaciones de inseguridad, así como el comportamiento violento de las personas.

La Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) es la instancia responsable de la inspección del comercio en vía pública, tanto en mercados municipales los operativos Macro Distritales como en Operativos Especiales con el apoyo y coordinación con la Guardia Municipal, se presentará, se acreditará y realizará la inspección a los puestos de venta emplazados en espacios o vías públicas como en mercados municipales, portando el respectivo Formulario de notificación y de Inspección deberá llenar en su integridad verificando, en normativa vigente.

3.5. - Disposiciones Legales de la Unidad de Mercados.

1. Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo del 23 de abril de 2002.
2. Ley N° 482 de Gobiernos Autónomos Municipales de 09 de enero de 2014; Capítulo V Art. 34 Dispone los Bienes Municipales Patrimoniales.
3. Ley Municipal Autónoma N° 217 de integración, modificación e integración de patentes municipales; Capítulo IV Patente Única Municipal (P.U.M.).
4. Ley Municipal Autónoma N° 221 de modificación a la Ley Municipal Autónoma N° 217 de integración, modificación e integración de patentes municipales.
5. Decreto Municipal N° 012 de 05 de septiembre de 2016 que aprueba el Manual de Organización y funciones del GAML P.
6. Decreto Municipal N° 001/2017; aprueba el Reglamento Municipal para el Funcionamiento de Mercados Campesinos
7. Instructivo G.A.M.L.P. /S.M.D.E. /D.M.C.V.P. N° 002/2016 de fecha 01 de julio de 2016; Abandono de puesto de venta anaqueles, quioscos, tiendas mingitorios y otros viene de dominio municipal.
8. Instructivo G.A.M.L.P. /S.M.D.E. /D.M.C.V.P. N° 004/2016 de fecha 22 de diciembre de 2016; Aplicación de sanciones administrativas generar y/o ser partícipe de riñas y peleas, entre vendedoras y/o ciudadanos transeúntes.
9. Proyecto de Normativa general de Mercados de Abasto, el mismo que fue remitido a la SMDE para la correspondiente revisión (en proceso).

3.6. - Normativa Aplicable a Propiedad Municipal.

1. Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo del 23 de abril de 2002.
2. Ley N° 482 de Gobiernos Autónomos Municipales de 09 de enero de 2014; Capítulo V Art. 34 Dispone los Bienes Municipales Patrimoniales.
3. Ley N° 2434 “Ley de Unidad de Fomento de Vivienda”. Que en su Art. 2°. - (Actualización de Obligaciones con el Estado). - Inciso I. determina “Las alícuotas, valores, montos, patentes, tasas y contribuciones especiales establecidas en las leyes, se actualizarán respecto a la variación de la Unidad de Fomento de Vivienda, publicada por el Banco Central de Bolivia”.

4. Decreto Municipal N° 012 de 05 de septiembre de 2016 que aprueba el Manual de Organización y funciones del GAMLP.
5. Ordenanza Municipal N° 002/2003; Aprueba Reglamento de Disposición Temporal de Bienes Inmuebles del Gobierno Municipal.
6. Ordenanza Municipal N° 105/2003; Modificación al Reglamento de Disposición Temporal de Bienes Inmuebles del Gobierno Municipal.
7. Resolución Administrativa N° 05/2006 y 039/06; Autoriza la desconcentración a las Subalcaldías de funciones de recepción, procesamiento, verificación y emisión de autorizaciones eventuales.
8. Resolución Administrativa N° 033/2010 Guía Técnica.

3.7. - Normativa que Regula la Administración de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

El individuo estará facultado, en sus relaciones con la Normativa que Regula la Administración de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), para hacer todo aquello que no le esté prohibido, se entenderá prohibido todo aquello que impida o perturbe el ejercicio legítimo de las potestades administrativas o de los derechos del particular, así como lo que quebrante el orden público, la moral o las buenas costumbres.

En esta investigación se analiza, desde una perspectiva general, la naturaleza, fundamentos y efectos de las diversas normas que emanan de los órganos de la Administración del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.), con el objeto de establecer un marco general para comprender la forma en que se integran en nuestro ordenamiento jurídico, a su vez, se afirma que las normas administrativas solo pueden ser reconducidas a dos categorías (reglamentos y circulares), criterio que también aplica a las facultades de interpretación que la ley atribuye a diversos órganos de la Administración.

Las principales características de las Ordenanzas municipales, Resolución Municipal y Resoluciones Administrativas son:

1. De obligatorio cumplimiento.
2. Emanadas por la máxima autoridad legislativa local.

3. Regulan temas que son de interés común.
4. Su aplicación busca la organización de las principales actividades en el municipio o el distrito metropolitano.
5. Generan orden y control.

3.7.1.- Ordenanzas Municipales (O.M.).

Las principales características de las Ordenanzas municipales son: De obligatorio cumplimiento, emanadas por la máxima autoridad legislativa local, que regulan temas que son de interés común ya que son el principal instrumento legal sujeto a las Ordenanzas que son leyes, normas y resoluciones locales, emanadas por parte del Concejo Municipal o ayuntamiento del territorio gobernado por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.) que regula la organización, administración o prestación de los servicios públicos, el cumplimiento de las funciones generales o específicas del municipio, y el establecimiento de limitaciones y modalidades a la propiedad privada la misma es un concepto económico y del ámbito legal, este establece el derecho del individuo, o las organizaciones, a la posesión, el control y la disposición de un bien.

TABLA 9.- PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS ORDENANZAS MUNICIPALES.

Nº	DÍA	MES	AÑO	CONTENIDO
OM 038/95	16	05	1995	Prohíbe la venta de productos que no tengan etiquetado de fecha de vencimiento.
OM 078/95	01	08	1995	Beneficia al denunciante de subinquilinos de puestos.
OM 047/97	11	06	1997	Prohíbe la venta de productos alimenticios a nivel del suelo.
OM 101/94	21	09	1997	Establece la inmovilidad de puestos de venta y Prohíbe los nuevos asentamientos.
OM 109/97	27	10	1997	Prohíbe la venta callejera de venenos y tóxicos.

OM 163/97	26	11	1997	Autoriza la instalación y construcción de casetas en el centro de la calle Chorolque al Sindicato de Comerciantes Minoristas en Mercachifles Central Chorolque.
--------------	----	----	------	---

FUENTE: Elaboración propia

3.7.2.- Resoluciones Municipales (R.M.).

Las Resoluciones son notas de gestión administrativa emitida por el Concejo Municipal, las resoluciones a diferencia de las ordenanzas, son normas de gestión administrativa del Concejo municipal y de cumplimiento obligatorio.

TABLA 10.- PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS RESOLUCIONES MUNICIPALES.

Nº	DÍA	MES	AÑO	CONTENIDO
OM 125/80	11	09	1980	Prohíbe que los propietarios de tiendas expongan sus mercaderías sobre aceras y calzadas.
RM 1021/85	25	07	1985	Dispone el traslado de los comerciantes de la calle Chorolque.
RM 1696/87	16	10	1987	Regula la instalación y funcionamiento de puestos.
RM 451/88	04	08	1988	Pago de alquileres devengados desde 1979.
RM 805/89	07	11	1989	Prohíbe todo tipo de transacción civil o comercial de puestos de venta.
RM 013/90	05	02	1990	Procedimiento de regularización de puestos de venta.
RM 866/90	15	11	1990	Asignar la administración de Mercados a la Unidad de Mejoramiento Urbano
RM 809/91	23	07	1991	Dispone regularización de kioscos y anaqueles.
RM 810/91	23	07	1991	Pagos devengados de tasas o derechos de ocupación
RM 491/92	26	10	1992	Pago excepcional de gravámenes devengados 1991 y 1992.
RM 270/95	21	07	1995	Regula la apertura de puestos abandonados
RM 275/96	21	11	1996	Autoriza a los No videntes la instalación de puestos en zonas intermedias y periféricas.

RM 173/02	21	06	2002	Saneamiento de comerciantes en vía pública.
RM 317/04	08	09	2004	Reglamenta la emisión de Resoluciones Administrativas.
RM 351/04	01	10	2004	Abroga la RM 173/02. Dispone el retiro de comerciantes flagrantes. Prohíbe asentamientos en Pasos de Cebra, Vías Vehiculares del Eje Troncal y Paradas de Transporte.
RM 056/05	17	02	2005	Solicitud de Convenio de Usufructo de Mercados de Abasto Municipal
RM 234/05	20	06	2005	Implementación del sistema informático GENESIS y aprobación del FUM.
RM 394/05	05	09	2005	Conformación del Comité de Ordenamiento del Espacio Público.
RM 054/06	23	02	2006	Aprueba el reglamento del SITR@M
RM 117/06	30	03	2006	Traspaso presupuestario.
RM 261/06	29	05	2006	Dispone la reubicación de 117 gremialistas de la Av. 16 de Julio al P. Marina Nuñez del Prado

FUENTE: Elaboración propia

3.7.3.- Resoluciones Administrativas (R.A.).

La importancia de las resoluciones administrativas radica en presentan información actualizada y específica una resolución administrativa en este sentido es una orden que pronuncia al responsable de un puesto de venta en vía pública y cuyo cumplimiento es obligatorio y son dictadas para que se cumplan con las funciones que son estipuladas a través de la ley.

TABLA 11.- PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS RESOLUCIONES MUNICIPALES.

Nº	DÍA	MES	AÑO	CONTENIDO
RA 003/02	22	08	2002	Aprueba el procedimiento de registro de comerciantes en vía pública
RA 004/02	23	08	2002	Art. 9.- Los comerciantes que ocupen un espacio mayor al autorizado, que ocupen espacio municipal después del horario establecido o en un día no autorizado, serán notificados para que aquella irregular ocupación se enmendada. De persistir se aplicarán de forma sucesiva las siguientes sanciones: a.- Clausura de puesto de veta o tienda por el lapso de 5 días b.- Clausura de puesto de venta o tienda por el lapso de 15 días c.- Cancelación de la autorización de asentamiento
RA 290/05	03	10	2005	Aprueba el Reglamento del Procedimiento Administrativo de inicio y resolución de peticiones y trámites.

FUENTE: Elaboración propia

3.8. - Funciones que Ejerce la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

Describir las diferentes formas de reglamentación que se producen socialmente en ejercicio que dispone la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) y su relación con el acceso y uso del espacio urbano en la ciudad de La Paz.

Controlar de manera ordenada, en que los comerciantes ocupan el uso del espacio público como titular de las diferentes actividades económicas, ofrecer un servicio de calidez a la comunidad en las diferentes plataformas, manteniendo el respeto mutuo entre las autoridades municipales y las personas que ejerzan todo tipo de actividad comercial, supervisar la instalación y el funcionamiento en mercados municipales y los diferentes comercios en todo el municipio, buscando la manera de buscar el bienestar, ejerciendo el respeto al ordenamiento legal aplicable y reafirmando el compromiso social con los titulares de las actividades comerciales.

Ser una dependencia para reglamentar el orden público con carácter municipal, con propuestas de vanguardia para el mejoramiento de los diferentes tipos de comercio,

brindándoles una atención de calidad en común, llegar a acuerdos que impulsen el desarrollo económico social en el municipio, y fortalezca la cooperación integral de los ciudadanos y comerciantes.

1. Proponer y ejecutar políticas y normativa relacionada al comercio en vías públicas y mercados.
2. Organizar y ejecutar acciones para el reordenamiento y control del comercio en vías públicas.
3. Atender, concertar y resolver conflictos, denuncias y/o reclamos sobre el comercio en vías públicas, de los mismos comerciantes en vía pública, propietarios de inmuebles, juntas vecinales y otros.
4. Mantener actualizado el registro de comerciantes en vías públicas y de mercados.
5. Gestionar la reversión de puestos abandonados y/o subalquilados a terceras personas y por incumplimiento de los datos consignados en la Patente Única Municipal.
6. Gestionar y ejecutar en coordinación con la Unidad de la Guardia Municipal y otras instancias técnicas, el retiro de comerciantes minoristas asentados ilegalmente en vías públicas.
7. Ejecutar políticas y acciones para la implementación de la reconversión productiva.
8. Elaborar normativas específicas del sector del comercio minorista asentado en diferentes vías públicas y mercados de la ciudad de La Paz.

3.9. - Estructura de las Áreas de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

Van desde sencillas oficinas que atiende la DMCVP, y van distribuidos en los 7 Macro Distritos que se realizan acciones de diplomacia al público, esta estructura de una organización viene representada de manera gráfica la funcionalidad y que se lleva a cabo dentro de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) de las tareas de fiscalización y control al sector gremial a cargo de los funcionarios que trabajan en dicha institución, la estructura es una manera ordenada de organizar la institución y sentar las bases para lograr una buena estructura organizacional.

TABLA 12.- ESTRUCTURA DE LAS SIETE ÁREAS DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS (D.M.C.V.P.).

Nº	DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS.
1.	PLATAFORMA DE ATENCIÓN CIUDADANA MERCADO MIRAFLORES ARCHIVO D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Para entrega al ciudadano finalizados P.A.D. mercados
	Para entrega al ciudadano observados P.A.D. mercados
2.	ASESORÍA LEGAL D.M.C.V.P – S.M.D.E.
	Auxiliar A.L. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Técnico 01 A.L. – D.M.C.V.P. - S.M.D.E.
3.	ENLACE ADMINISTRATIVO D.M.C.V.P. - S.M.D.E.
	Archivo E.A. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
4.	MERCADOS CAMACHO D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Archivo M.C. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
5.	MERCADEO LANZA D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Archivo M.L. - D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
6.	PROCESAMIENTO AUTOMÁTICO DE DATOS D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Archivo P.A.D. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Técnico I P.A.D. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Técnico II P.A.D. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
7.	RESPONSABLE COMUNICACIÓN D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
8.	UNIDAD DE COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Archivo U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Auxiliar 01 U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Coordinador de Áreas U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Equipo Áreas priorizadas U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
M.D. 1 COTAHUMA U.C.V.P.	Responsable Distrito 01 U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E. (COTAHUMA)

M.D. 2 MAX PAREDES U.C.V.P.	Responsable Distrito 02 U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E. (MAX PAREDES)
	Técnico I Distrito II R.D. – U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Técnico II Distrito II R.D. – U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Técnico III Distrito II R.D. – U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Técnico IV Distrito II R.D. – U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
M.D. 3 PERIFERICA U.C.V.P.	Responsable Distrito 03 U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E. (PERIFÉRICA)
	Técnico I Distrito III R.D. – U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Técnico II Distrito III R.D. – U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
M.D. 4 SAN ANTONIO U.C.V.P.	Responsable Distrito 04 U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E. (SAN ANTONIO)
M.D. 5 Y 6 SUR Y MALLASA U.C.V.P.	Responsable Distrito 05 U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E. (SUR - MALLASA)
M.D. 7 CENTRO U.C.V.P.	Responsable Distrito 07 U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E. (CENTRO)
	Técnico I Distrito VII R.D. – U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Técnico II Distrito VII R.D. – U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Técnico III Distrito VII R.D. – U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Técnico IV Distrito VII R.D. – U.C.V.P. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
9.	UNIDAD DE MERCADOS D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Abogado 01 U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Archivo U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Coordinador U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Profesional Conciliador 01 U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.

	Responsable conciliador Mercados U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Responsable de Propiedad Municipal U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
M.D. 1 COTAHUMA U.M.	Responsable Equipo Distrito 01 U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
M.D. 2 MAX PAREDES U.M.	Responsable Equipo Distrito 02 U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
M.D. 3 Y 4 PERIFERICA U.M.	Responsable Equipo Distrito 03 U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
M.D. 5 Y 6 SUR Y MALLASA U.M.	Responsable Equipo Distrito 05 U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
M.D. 7 CENTRO U.M.	Responsable Equipo Distrito 07 U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Responsable I Distrito 04 U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
	Responsable II Distrito 04 U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
10.	Técnico Supervisor de Obras 01 U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.
11.	Técnico Supervisor de Obras 02 U.M. – D.M.C.V.P. – S.M.D.E.

FUENTE: Elaboración propia en base a datos en sistema de la D.M.C.V.P.

3.10. - Funciones y Actividades de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

Verificar y regular el cumplimiento de lo establecido en los diferentes ordenamientos legales vigentes, en cuanto al tipo de actividad comercial o de servicios se refiere, supervisando así el funcionamiento en todas y cada una de sus modalidades, incluyendo entre

estas el uso de la vía pública, principalmente que el comercio establecido cumpla con las normas especificadas en su licencia de funcionamiento correspondiente, de conformidad con la reglamentación municipal vigente y en mantener un orden dentro del mismo comercio en sus diferentes giros entre estas la actividad comercial en la vía pública.

Coordinar la operatividad y gestionar las actividades para el buen funcionamiento de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), ordenar y administrar las actividades de mercados y comercio en vías públicas, evitando pugnas entre los gremiales y la proliferación innecesaria de puestos ilegales garantizando con esto el orden y la tranquilidad en la ciudad.

TABLA 13.- ACTIVIDADES DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS (D.M.C.V.P.).

N°	DUEÑO DEL (LOS) PROCESO(S)	PROCESOS
1.	Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas	Emisión de certificaciones y fotocopias legalizadas de mercados y comercio en vías públicas
2.	Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas - Unidad de Comercio en Vías Públicas.	Modificación del nombre del titular del puesto de venta. Rectificación de datos autorizados en la patente municipal. Autorización de uso de espacios públicos y plazas para eventos temporales
3.	Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas - Unidad de Comercio en Vías Públicas	Reversión de puestos de venta. Ejecución de retiro de comerciantes minoristas ilegales. Atención de conflictos y/o reclamos atinentes a la actividad económica del comercio minorista. Obtención de la Tarjeta Electrónica de Identificación Gremial.

<p>4. Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas - Unidad de Mercados</p>	Emisión del registro de alta de la actividad económica en propiedad municipal.
	Emisión de registro de baja de la actividad económica en propiedad municipal.
	Construcción y ampliación de infraestructura de mercados.
	Autorización de mantenimiento y refacción de mercados.
	Audiencias para resolución de conflictos y atención de demandas.
	Desarchivo de trámites de Mercados.
	Emisión del registro de alta o renovación del uso de bien municipal en dominio público, servicios higiénicos.
	Emisión de baja de derecho de uso de bien inmueble en dominio público, servicios higiénicos.
	Cambio de nombre y rectificación de datos autorizados en la Patente Única Municipal (Unidad de Mercados).
	Ejecución de Lavado y fumigado de mercados

FUENTE: Elaboración propia

3.11. - Solicitudes que Ingresan a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

Aquí se desarrollara las diferentes solicitudes que realiza el ciudadano, en que consiste el trámite, donde inicia, cuales son las instancias correspondientes, se dará días y horarios de atención, el tiempo que debería demorar una solicitud, para lo cual será valorado verificado si cumple con todos los requisitos que debe cumplir, los requisitos que debería cumplir el solicitante, por lo cual se le dará una respuesta positiva o negativa de acuerdo a la verificación o fiscalización que se realizara y se le indicara según normativa municipal.

Para lo cual existen 24 solicitudes donde doy detalle y referencia de cada uno:

1. CAMBIO DE NOMBRE DE PUESTO DE VENTA EN MERCADOS
2. RETIRO DE COMERCIANTES MINORISTAS ILEGALES
3. ATENCIÓN A DENUNCIAS

4. DENUNCIA POR INCUMPLIMIENTO A DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL
5. ATENCIÓN DE CONFLICTOS, DENUNCIAS Y/O RECLAMOS A LA ACTIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA EN VÍA PÚBLICA
6. DENUNCIA POR ABANDONO DE PUESTO DE VENTA
7. RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL
8. FOTOCOPIAS LEGALIZADAS
9. DESARCHIVO DE TRÁMITES
10. CERTIFICACIONES
11. BAJA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE BIEN INMUEBLE DE DOMINIO MUNICIPAL (SERVICIO HIGIÉNICO)
12. AUTORIZACIÓN DE AMPLIACIÓN Y OBRAS MAYORES EN MERCADOS
13. AUTORIZACIÓN MANTENIMIENTO DE MERCADO
14. RENOVACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE USO DE BIEN INMUEBLE DE DOMINIO MUNICIPAL (SERVICIO HIGIÉNICO)
15. BAJA DE AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL
16. RENOVACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL
17. AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL
18. AUTORIZACIÓN DE REUBICACIÓN DE PUESTO
19. AUTORIZACIÓN DE ATENCIÓN SECUNDARIA
20. RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL
21. CAMBIO DE NOMBRE PUESTO DE VENTA EN MERCADOS
22. REUBICACIÓN DE PUESTO DE VENTA
23. CAMBIO DE NOMBRE DEL TITULAR DEL PUESTO DE VENTA Y RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL
24. CAMBIO DE NOMBRE DEL TITULAR DEL PUESTO DE VENTA

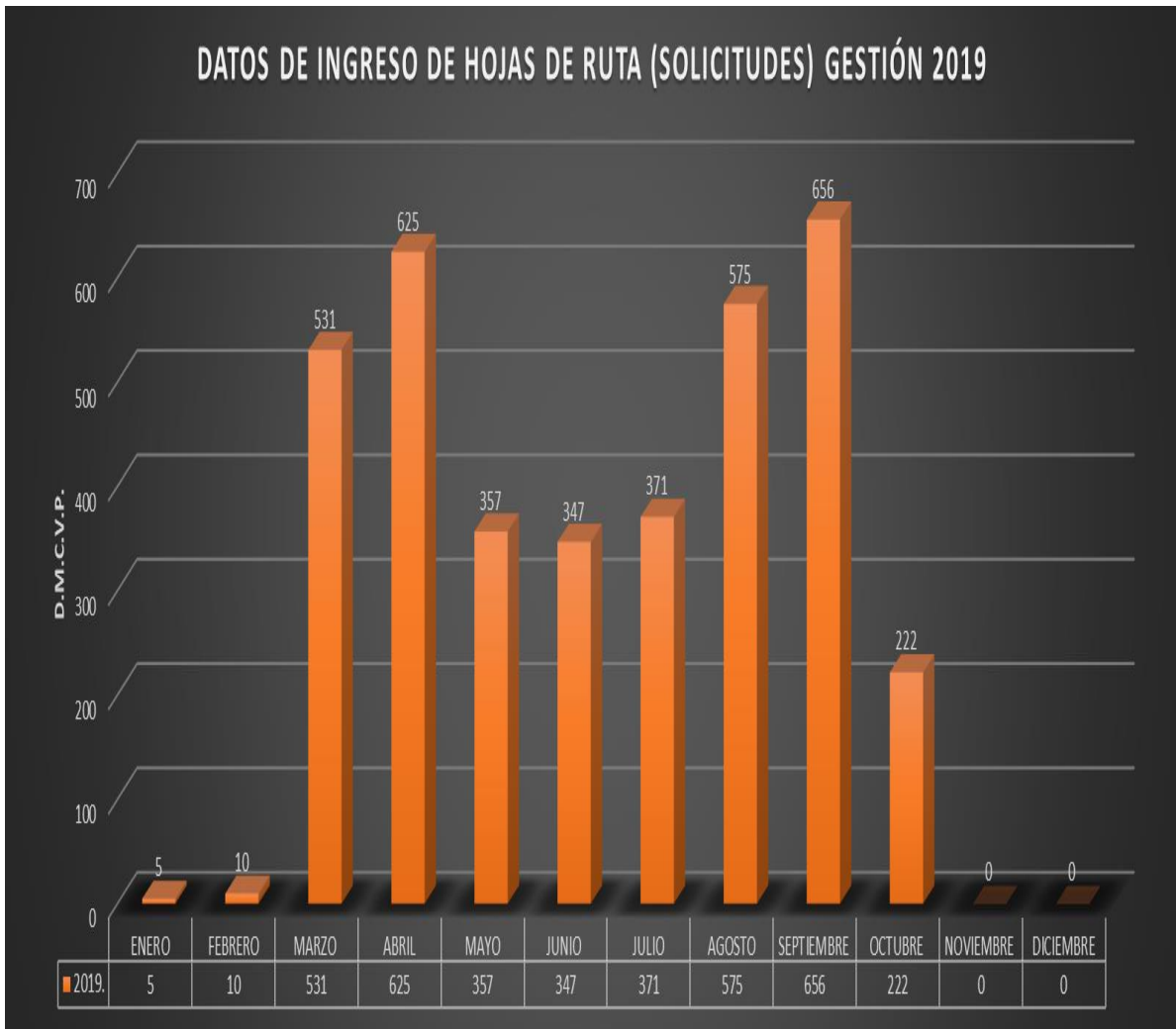
3.12. - Datos de Solicitudes por Gestión que Ingresan a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

Por lo cual se realizó la recolección de datos de cuantas solicitudes ingresan en las gestiones 2019, 2020 y 2021, ya que en cada gestión se realiza una pausa en los meses de noviembre y diciembre donde se cierra el sistema de ingreso de solicitudes para realizar una fiscalización interna de cuantas Hojas de Ruta ingresa cada mes.

La presente Guía tiene como objetivo orientar de cuantas solicitudes y requerimientos ingresa a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), anualmente y por cada mes para evaluar la capacidad de evolución que se tiene a cada documento y así hacer ingresar al sistema de Procesamiento Automático de Datos registros, para medir la capacidad de aprovechamiento a través del cual se capte información de los beneficiarios de los puestos de venta, y sobre todo de la misma población.

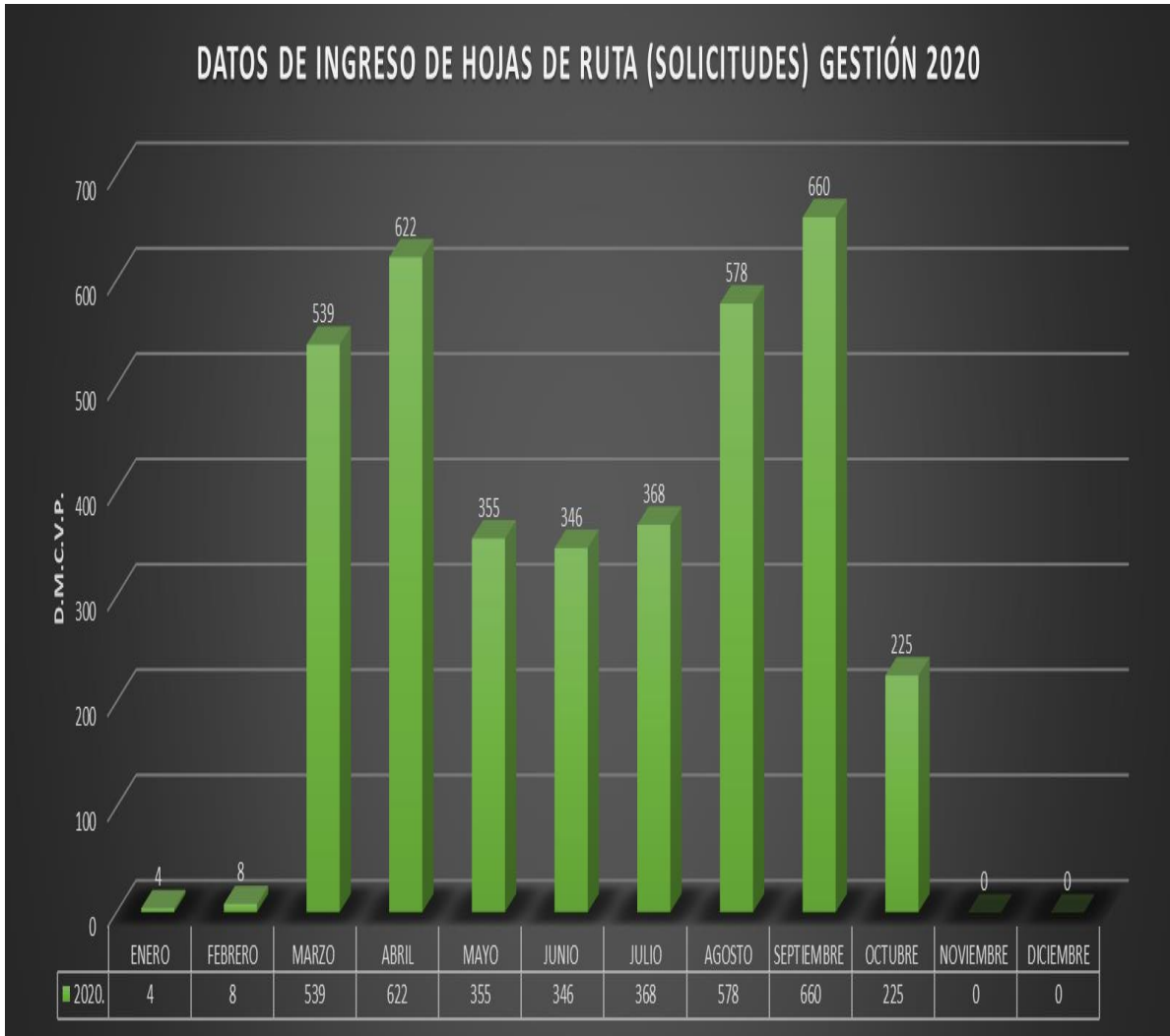
En la figura 1., podemos observar los resultados del análisis de varianza donde nos indica que, para el porcentaje, de hojas de ruta que ingresa en cada mes durante un año, donde se tiene una diferencia significativa, esto nos menciona que existe una alta demanda de solicitudes o requerimientos, como se puede observar en la figura 1, 2, y 3.

FIGURAS N° 1.- DATOS DE INGRESO DE HOJAS DE RUTA (SOLICITUDES) GESTIÓN 2019.



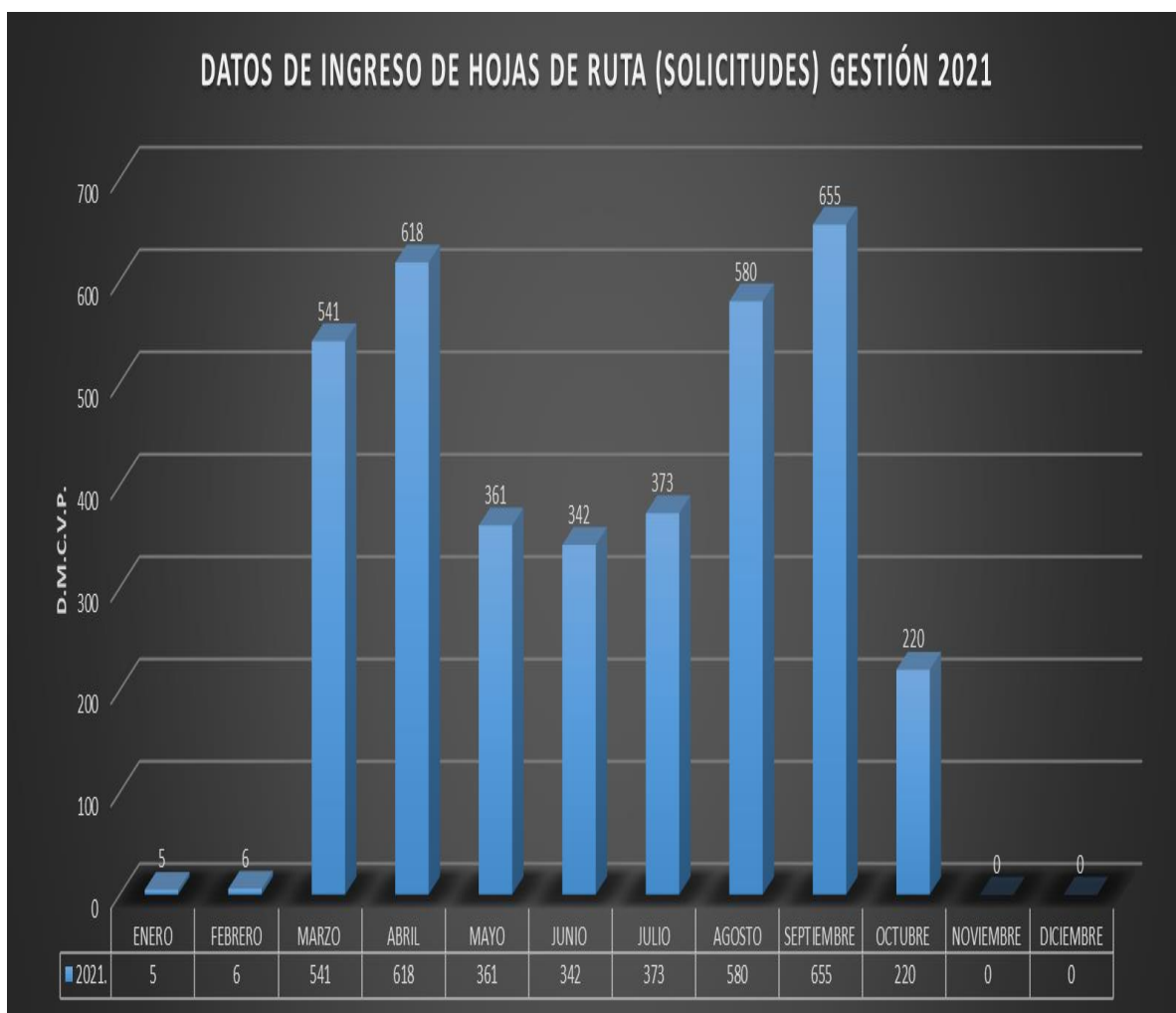
FUENTE: Elaboración propia en base a datos en sistema de la D.M.C.V.P. 2019.

FIGURAS N° 2.- DATOS DE INGRESO DE HOJAS DE RUTA (SOLICITUDES) GESTIÓN 2020.



FUENTE: Elaboración propia en base a datos en sistema de la D.M.C.V.P. 2020.

FIGURAS N° 3.- DATOS DE INGRESO DE HOJAS DE RUTA (SOLICITUDES) GESTIÓN 2021.



FUENTE: Elaboración propia en base a datos en sistema de la D.M.C.V.P. 2021

4.- MARCO CONTEXTUAL.

El Municipio de La Paz, es la primera sección de la provincia Murillo del Departamento de La Paz, se compone administrativamente de nueve macro distritos, 7 urbanos:




1. Cotahuma.
2. Max Paredes.
3. Periférica.
4. San Antonio.

5. Sur.
6. Mallasa.
7. Centro.

 **Dos Macro Distritos Rurales:**

8. Hampaturi.
9. Zongo.

Si bien el Gobierno Municipal, cuenta con instrumentos detallados para el control del comercio en la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), en espacios cedidos con la ocupación de distintos tipos de muebles como los kioscos y casetas municipales, donde se presenta al tratar con los comerciantes en vía pública y mercados, las más fuertes tensiones se registran cuando el comerciante de este sector inicia movilizaciones de presión contra la D.M.C.V.P., este grupo de trabajadores del comercio se encuentra organizada en tres niveles de decisión, como las siguientes federaciones:

-  FEDERACIÓN DEPARTAMENTAL DE TRABAJADORES GREMIALES DEL COMERCIO MINORISTA DE LA PAZ.
-  FEDERACIÓN DEPARTAMENTAL DE GREMIALES ARTESANOS DEL COMERCIO MINORISTA LA PAZ.
-  FEDERACIÓN ÚNICA DEPARTAMENTAL DE GREMIALES DEL COMERCIO MINORISTA DE LA PAZ JULIO PATIÑO.

Durante el periodo de estudio, se registró un incremento sustancial de 437 gremiales, que se representan en:

1. Asociaciones.
2. Sindicatos.
3. Concejo de Amautas.
4. Maestras Mayores de Mercados Municipales.
5. Organización de Gremiales.
6. Sociedad de Comerciantes.

Estos 4374 gremiales se encuentran registrados en el sistema SIGAE y GENESIS de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), que es una base de datos de todos los gremiales que cuentan con una autorización y un documento que es la Patente Único Municipal que es el (P.U.M.), sin embargo para la validación de estos registros estos deben tener las patentes municipales para realizar cualquier trámite correspondiente donde se rigen a las Ordenanza Municipal (O.M.), Resolución Municipal (R.M.) y Decreto Municipal (D.M.), tanto el número como la variedad de los rubros de estas asociaciones.

En estos siete macro distritos se concentra la mayor proporción de gremiales:

TABLA 14.- LOS SIETE MACRO DISTritos CON LA MAYOR CONCENTRACIÓN DE GREMIales.

1. Cotahuma.	5. Sur.
2. Max Paredes.	6. Mallasa.
3. Periférica.	7. Centro.
4. San Antonio.	

FUENTE: Elaboración propia

En este análisis, se trata de resolver cada problema existente que conduzcan a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) hacia la obtención de los objetivos que se quiere realizar, explotando las fortalezas internas, superando las debilidades organizacionales, aprovechando las oportunidades y minimizando las amenazas externas, entonces las estrategias comunicacionales representan una guía clara para el desarrollo institucional de la D.M.C.V.P.

CAPÍTULO 3 MARCO METODOLÓGICO.

1.- DELIMITACIÓN TEMPORAL.

Este estudio se relaciona a las actividades que realiza la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.) que se relaciona dentro de la ciudad de La Paz, esto comprende el área urbano del municipio y que se compone por 7 macro distritos urbanos para la demostración del modelo econométrico que es una representación simplificada de la relación entre dos o más variables que permite estimaciones empíricas que conforman el área urbano del Municipio de La Paz.

Existen muchas razones que llevan a pensar que el tipo de datos, las metodologías cuantitativas, como el caso de los modelos econométricos, entre otras cosas, dejan de lado información importante en el momento de hacer análisis socioeconómicos. Por tal razón, se acude a propuestas de tipo cualitativas, en donde se presente un acercamiento a la población objetivo, pero no sólo es importante el hecho de estar en el campo de estudio de la población analizada, sino también desde la postura del investigador, ésta debe ser más participativa (Castillo Caicedo, & Maribel; González, Jorge Iván, 2012, p. 362).

El periodo de estudio para la presente investigación comprende los años **2019, 2020 y 2021**, debido a que, durante este periodo, se registraron importantes cambios en la actividad comercial gestionados desde el Gobierno Municipal de La Paz.

Uno de los epicentros de la actividad económica del comercio en Vías Públicas y Mercados, a través de las investigaciones, los diagnósticos, e indagaciones de información individual y grupal, estas estrategias comunicacionales tienen como propósito crear una estrategia comunicacional para la divulgación de la información del trabajo que se realiza dentro de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.).

2.- DELIMITACIÓN ESPACIAL.

La investigación, tiene por objeto realizar el Análisis de las Estrategias Comunicacionales en la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) en el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.) entre las gestiones 2019, 2020 y 2021, a las diferentes solicitudes y las prontas soluciones a cada caso promovidas por los gremiales y vecinos de los diferentes macro distritos, que lleva al desconocimiento de sus obligaciones y prohibiciones para el desarrollo de sus actividades económicas, donde se compone administrativamente de nueve macro distritos:

TABLA 15.- SIETE MACRO DISTRITOS URBANOS Y DOS RURALEAS.

Nº	SIETE MACRO DISTRITOS URBANOS	Nº	DOS MACRO DISTRITOS RURALES
1.	Cotahuma	1.	Hampaturi.
2.	Max Paredes.	2.	Zongo.
3.	Periférica.		
4.	San Antonio.		
5.	Sur.		
6.	Mallasa.		
7.	Centro.		

FUENTE: Elaboración propia

3.- ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación cuenta con dos enfoques cuantitativo y cualitativo.

Una vez que tenemos elaborado el problema de investigación, preguntas, objetivos se elabora el diseño y se selecciona la muestra que se utilizará en el estudio de acuerdo con los enfoques cualitativos y cuantitativos, la siguiente etapa consiste en recolectar datos

pertinentes sobre los objetos involucrados en la investigación, los cuales de manera conjunta forman un tercer enfoque: El enfoque mixto.

Método inductivo generalmente asociado con la investigación cualitativa que consiste en ir de los casos particulares a la generalización; mientras que el método deductivo, es asociado habitualmente con la investigación cuantitativa cuya característica es ir de lo general a lo particular.

Donde se realizó estos dos enfoques es para conocer los asuntos de la investigación, en las estrategias comunicacionales dentro de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), mismos que establecerán sus patrones de comportamiento, en cada rubro de trabajo, los mismos que permitieron comprender la dinámica laboral interna y externa en la que se desempeñan los funcionarios públicos dependientes de la D.M.C.V.P.

4.- TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Para el desarrollo de la presente investigación se empleara la investigación descriptiva, ya que el fin es realizar una estado de situación de la problemática a tratar para un contraste con la realidad con frecuencia, detallar los estudios que buscan las personas, los grupos sociales que pretenden medir o recoger de información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

El objetivo es conocer los intereses del público en general para abordar a las estrategias comunicacionales, posteriormente identificara los medios de comunicación actuales con los que se desarrolla las actividades de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) como el de la observación y la práctica, ya que permitirá ver en el momento mismo los instrumentos con los cuales actualmente desarrolla sus actividades de comunicación a la sociedad.

5.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

Para el presente estudio, se emplea los métodos de investigación que describo a continuación:

TABLA 16.- INVESTIGACIÓN CUALITATIVO Y CUANTITATIVO.

Métodos	Característica	Tipo
Meta-análisis	Análisis de investigaciones cuantitativas previas.	Cuantitativo
Entrevista	Obtención de información verbal directamente de la Directora de mercados y las tres Federaciones.	Cualitativo
Etnográfico	Observación de un grupo particular Externo e Interno	
Grupos de enfoque	Audiencias simultánea de varias personas sobre un asunto en la D.M.C.V.P.	
Meta-síntesis	Análisis de investigaciones cualitativas previas	
Observacional	Investigador emplea sus sentidos para obtener información.	
Secuencial exploratorio	Método cualitativo seguido de método cuantitativo.	Mixto
Secuencial explicativo	Método cuantitativo seguido de método cualitativo.	
Paralelo	Método cuantitativo y cualitativo se aplican simultáneamente	

FUENTE: Elaboración propia

Puesto que este análisis opera desde lo general a lo particular, además por el tipo de información a emplearse se procesará información secundaria obtenida por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz y el Instituto Nacional de Estadística.

Mediante el método descriptivo de investigación, es posible llegar a conclusiones directas, cuando deducimos lo particular sintetizando los pasos intermedios, esto es un método directo, cuando esto no es posible requerimos el empleo del método descriptivo indirecto en el que necesitamos operar con conclusión lógica.

Mediante este método, concluimos lo particular de lo general, mediante la comparación la investigación permite inferir nuevos conocimientos o leyes aún no conocidas.

Las fuentes de información que se utilizaron fueron las siguientes:

El estudio produjo resultados cuantitativos con cierto grado de precisión además de información cualitativa que proporcionó datos del tipo descriptivo, para lo cual se recurrió a entrevistas abiertas, cuyos temas de diálogo y sondeo se enmarcaron según los lineamientos desplegados de los objetivos principales de la investigación.

5.1. - Enfoque Cuantitativo.

Este enfoque cuantitativo facilita el análisis sobre lo que requiere la ciudadanía acerca de estas estrategias comunicacionales susceptible de expresarse de forma empírica el levantamiento de la información fue simultáneo en todas las áreas propuestas, un aspecto novedoso de la investigación es que por primera vez, en el estudio del comercio en vías públicas se incluye a también a los consumidores, para los cuales se construyó un instrumento específico de estrategias comunicacionales lo que permitirá analizar cómo se comporta esta información.

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población (Roberto Hernández Sampieri, & Fernández, Baptista, 2004, p. 10).

Algunos de los temas a investigarse fueron: frecuencia del asentamiento, afiliación sindical, marco legal e implicaciones del uso del espacio las zonas seleccionadas para la recolección de información, estas pertenecen a los diferentes sectores, establecidas por el Gobierno Municipal de La Paz.

TABLA 17.- ZONAS ESTABLECIDAS POR LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS (D.M.C.V.P.).

1. Manco Kapac.	8. Pichincha.	15. Buenos Aires.
2. Calle Murillo.	9. Pérez Velasco.	16. Calle Santa Cruz.
3. Illampu.	10. Yanacocha.	17. Alonso de Mendoza.
4. Tusmula.	11. Pichincha.	18. Pando.
5. Evaristo Valle.	12. Plaza Max Paredes.	19. Figueroa.
6. Tiquina.	13. Calle Max Paredes.	20. Bozo.
7. Comercio.	14. Rodríguez.	21. Montes.

FUENTE: Elaboración propia

✚ Que contempla a las diferentes actividades:

1. Kiosco en vía pública.
2. Puestos fijos en vía pública.
3. Puesto tipo horario en vía pública.
4. Anaquel en vía pública.
5. Puestos de venta dentro el mercado.
6. Puestos de venta en propiedad municipal en mercados y vía pública.

Recolectada la información primaria, el siguiente paso consistió en la codificación y verificación de la información antes de transcribir a la base de datos, y en la cual se realizó el análisis.

5.2. - Enfoque Cualitativa.

Complementariamente, se utilizó el enfoque cualitativo, para estudiar principalmente las consecuencias de los gremiales que tienen una buena información sobre los pasos a seguir en acerca de la administración que lleva la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), el instrumento que se usó fue la observación directa en los lugares seleccionados, para ver el funcionamiento de los puntos territoriales que hacen al estudio que fue una actividad de reconocimiento.

El enfoque cualitativo, por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis (Grinnell, 1997). Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin

medición numérica, como las descripciones y las observaciones. Por lo regular, las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación y éste es flexible, y se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido (Roberto Hernández Sampieri, & Fernández, Baptista, 2004, p. 10).

6.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOJO DE INFORMACIÓN.

Este trabajo de investigación que se realiza dentro la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) en el uso de espacios públicos, se plantearan las preguntas, que no solamente orientaran el trabajo sino, al esquema de la investigación, como las entrevistas que se les dio a las tres federaciones que pertenecen a la ciudad de La Paz Y a la directora de la D.M.C.V.P.

Estos elementos nos permitirá que la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) defina con claridad las diversas actividades, necesarias que se deberán establecer para alcanzar los objetivos planteados, en esta investigación que es de interés y se centra en llamar la atención de la ciudadanía involucradas en el desempeño de las funciones administrativas dentro del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.) y particularmente en la D.M.C.V.P. y la toma de decisiones en las diferentes solicitudes que hacen ingresar las federaciones, asociaciones y la misma población de la ciudad de La Paz.

Por lo cual está constituida por la información recogida previamente de la Unidad de Seguimiento y Archivo General del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (G.A.M.L.P.), el proceso de investigación se inició con la revisión de las fuentes documentales del objeto de estudio, económica y social cultural, por ello permitió conocer qué aspectos han sido estudiados del objeto de investigación específico, desde qué perspectivas se han enfocado las propuestas de investigación, qué instrumentos se han diseñado y construido para su observación y análisis, cuáles han sido las aplicaciones prácticas y teóricas de los resultados encontrados, o qué recomendación realizara el investigador para enfocar estudios posteriores.

Se complementó con la revisión de la normativa municipal sobre el uso del suelo y el desarrollo de actividades económicas en el ámbito de su jurisdicción la normativa municipal, brindó el conocimiento sobre las normas que son acatadas y vulneradas por estas actividades comerciales.

CAPÍTULO 4 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.

A continuación, presentamos los resultados de la investigación:

1.- ENTREVISTA A LA DIRECTORA DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS. Y A LOS EJECUTIVOS DE LAS TRES FEDERACIONES DE LA CIUDAD DE LA PAZ.

Esta entrevista nos permitirá entender a través de la relación entre espacio físico y espacio público y nos consentirá una aproximación a través de un análisis si las federaciones, asociaciones, y la misma ciudadanía que requiere una respuesta inmediata a sus solicitudes que hacen ingresar a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), y a su vez nos permitirá si cuentan con una comunicación e información acerca de las Leyes Municipales Autonómicas, por lo cual se realizara las entrevistas a las tres federaciones que son las máximas autoridades de las diferentes asociaciones que pertenecen a estos grupos sociales dentro la urbe paceña.

Asimismo se realizara la entrevista a la Directora de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) “PAOLA VALDENASSI FLORES”, Licenciada en Administración de Empresas con Maestría en Gestión Pública y Diplomados en Desarrollo Organizacional y Gestión Estratégica de Recursos Humanos, con más de 12 años de experiencia en la gestión municipal implementando nuevos modelos de gestión enfocados en la optimización y mejora continua de procesos y procedimientos, que permitieran una mejora en las estrategias comunicacionales dentro la institución y lograr el cumplimiento de planes y proyectos que generara alianzas públicas, privadas con la firma de convenios interinstitucionales que permitieran mejorar la calidad de vida del ciudadano y la atención de los servicios municipales prestados.

La entrevista como conversación, necesariamente tiene que ser aceptada por ambos, ya que de otra forma no podría concebirse como tal. No se puede pensar en un ejercicio comunicativo similar, si alguien no está de acuerdo en su realización, sea

en preguntar o en contestar, aunque esto no significa que necesariamente ambos deben coincidir en el resultado que se persigue (Ochoa, 2011, p. 34).

1.1. - Entrevista a la Directora de la **Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas**
Lic. Paola Valdenassi Flores.

TABLA 18.- PERCEPCIÓN SOBRE LAS NORMAS DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS.

P. N° 1.		1. ¿Cree usted como autoridad, que es necesario normar de alguna manera las actividades económicas de los gremiales de la ciudad de La Paz?
R. de.	Paola Valdenassi Flores.	<p>Por supuesto que sí, este tipo de actividades nos generan bastantes conflictos ya que los gremiales y la misma ciudadanía hacen ingresar sus solicitudes a la dirección, y son los mismos gremiales que no cumplen con las patentes municipales según su actividad económica.</p> <p>Por lo cual se deben normar aspectos que los mismos usuarios de los puestos de venta cometen, como la transacción de puestos de venta (compra y venta), realizan subinquilinos a terceras personas, incumpliendo cada uno de los datos en la patente municipal, puestos abandonados.</p> <p>Por lo cual hay normas y Leyes que fiscalizan dicho acto, aspectos que vayan relacionados a la regulación del sector gremial según a sus actividades, pero al mismo tiempo, y con una mayor importancia las denuncias dan curso a las denuncias del ciudadano y de los mismos gremiales por la ocupación de puestos no autorizados o la misma competencia desleal entre los diferentes sectores.</p> <p>Esto sólo se logrará con la implementación según el manual de organizaciones y funciones que rige como tal la D.M.C.V.P.</p>
F.	12/10/2020	

FUENTE: Elaboración propia

*Por lo cual la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas, se refiere a que este tipo de actividades trae conflictos, ya que los gremiales y la propia ciudadanía exigen que cumplan las normas según su patente municipal y que se realice las fiscalizaciones por parte de la Dirección de Mercados y que las federaciones y los gremiales cumplan en base a sus actividades, por lo tanto los usuarios de los puestos de venta deben ser controlados, estos

aspectos están relacionados con la regulación del sector gremial de acuerdo a sus actividades del sector gremial.

TABLA 19.- CONTROL Y FISCALIZACIÓN SEGÚN A LAS NORMATIVAS MUNICIPALES.

P. N° 2		2. ¿Realiza el G.A.M.L.P. a través de su Dirección acciones a favor del control de estas manifestaciones que son recurrentes?
R. de.	Paola Valdenassi Flores.	Tenemos a nuestro cargo a todo el comercio gremial de la ciudad de La Paz, en los 7 Macro Distritos, mismos que aprovechan en realizar solicitudes de diferentes casos, donde nuestro personal realiza la fiscalización el control según a las normativas que regulan la administración de mercados y comercio en vías públicas cumpliendo según las O.M. R.A. R.M. en ese sentido, todo el personal de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas tiene que atender denuncias, reclamos sobre el comercio en vías públicas, de los mismos comerciantes, propietarios de inmuebles, juntas vecinales.
F.	12/10/2020	

FUENTE: Elaboración propia

*La Directora afirma que el personal realiza el control de acuerdo a las normas que rigen la administración de mercados, porque están a su cargo los 7 Macro Distritos de la ciudad de La Paz, por lo cual utilizan a su favor la presentación de solicitudes para diversos casos, en este sentido todos los empleados de la Dirección de Mercados y Comercio en Vía Pública están obligados a atender las quejas y reclamos en materia al comercio, en la vía pública que realizan los gremiales.

TABLA 20.- FORTALECER LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES.

P. N° 3		3. ¿Cómo se podría fortalecer las estrategias comunicacionales que su Dirección realiza?
R. de.	Paola Valdenassi Flores.	La dirección, particularmente se debe fortalecer en las acciones de las respuestas de las diferentes solicitudes que ingresa a la D.M.C.V.P., organizar y ejecutar acciones de reordenamiento y control del comercio en

		vía pública y mercados, mantener actualizado el registro de comerciantes, elaborar normativas específicas del sector del comercio minorista asentados en diferentes vías de la ciudad.
F.	12/10/2020	

FUENTE: Elaboración propia

*Para manejar mejor las diversas solicitudes que ingresan al Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas, en particular se debe fortalecer las acciones para reorganizar y regular el comercio en la vía pública y los mercados, mantener actualizado el padrón de comerciantes y desarrollar normas específicas para el sector del comercio, establecido en las diversas calles de la ciudad de La Paz.

TABLA 21.- UNA MAYOR FISCALIZACIÓN A LOS SIETE MACRO DISTRITOS.

P. N° 4		4. ¿Cree usted que en los 7 Macro Distritos de la ciudad de La Paz debería existir una mejor y mayor fiscalización a las actividades económicas?
R. de.	Paola Valdenassi Flores.	Totalmente de acuerdo, es un tema sensible por las autorizaciones que ejercen otros municipios, sin embargo la D.M.C.V.P. está ahí presente controlando de manera comprometida con todo el personal a su disposición, como anécdota puedo contar que yo misma salgo a los controles y a las fiscalizaciones con el personal de los diferentes Macro Distritos, sin embargo, no tuve ningún problema en realizar los operativos de control, verificaciones de las solicitudes, y las fiscalizaciones conjuntamente con mi personal a cargo de los distritos que son responsables, por lo cual nos toca desde nuestro cargo de autoridades, también dar el ejemplo a la ciudadanía y demostrar el compromiso asumido.
F.	12/10/2020	

FUENTE: Elaboración propia

*La Directora asegura que es un tema delicado debido a las autorizaciones que emiten otros municipios aledaños, sin embargo la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas está ahí presente controlando de manera comprometida con todo el personal que

está a su cargo los controles e inspecciones en los 7 Macro Distritos, en realizar los operativos de control, verificación de solicitudes e inspección y un dar ejemplo a la ciudadanía y demostrar el compromiso asumido por parte de la Dirección.

TABLA 22.- CONOCIMIENTOS SOBRE LAS LEYES MUNICIPALES.

P. N° 5		5. ¿Está usted de acuerdo en que deberían tener conocimiento de estas O.M., R.A, R.M. y Leyes Municipales los gremiales y la ciudadanía?
R. de.	Paola Valdenassi Flores.	Desde luego que sí, es deber de todo ciudadano y de los gremiales tener conocimiento de las reglamentaciones y toda figura legal que pueda coadyuvar a mejorar el conocimiento del trabajo que se realiza dentro de la D.M.C.V.P., que nos permitirá un trabajo eficaz.
F.	12/10/2020	

FUENTE: Elaboración propia

*Es deber de todo ciudadano y de los gremiales tener conocimiento de las Leyes Municipales y tener conocimientos y la responsabilidad de estar informados de cualquier otra información legal que pueda ayudarlos a comprender mejor el trabajo que realiza la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas para que se pueda funcionar correctamente.

1.2. - Entrevista a los Ejecutivos de las Tres Federaciones de la Ciudad de La Paz.

Federación Departamental de Trabajadores Gremiales del Comercio Minorista de La Paz. Fundado el 10 de noviembre de 1954 con Resolución Suprema N° 171770 afiliado a la C.S.T.G.A.C.M.V.B. - Central Obrera Departamental - Central Obrera Boliviana, Resolución Ministerial N° 504/11, (Actual Ejecutivo: Julio Oscar Aranda Urquizo).

Federación Departamental de Gremiales Artesanos del Comercio Minorista La Paz. Fundado el 10 de noviembre de 1954 - R.S.171770, afiliado a la Central Obrera Departamental - C.O.B. - C.S.T.A.C.M.V.B. (Actual Ejecutivo: Zenón Yupanqui Alejo).

Federación Única Departamental de Gremiales del Comercio Minorista de La Paz Julio Patiño. Fundado el 10 de noviembre de 1954 - R.S. 171770, afiliado a la Central Obrera Boliviana - C.O.D. - C.S.T.G.A.C.M.V.D.B. (Actual Ejecutivo: Luzmila Aurora Patiño Morales).

TABLA 23.- ESPACIOS EN LAS QUE SE REALIZA EL COMERCIO.

N° 1		1. ¿Cuáles son los espacios en los que se practica el comercio en la ciudad de La Paz?
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Comercio en vías públicas, pasajes peatonales y plazas.
F.	20/10/2021	
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	En las calles más conocidas de la ciudad de La Paz, Max Paredes, Centro Paceño, Cotahuma, Periférica etc.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	En los sectores de Max Paredes y el Centro Paceño.
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*Las tres federaciones de la ciudad de La Paz afirman que el comercio se practica en una amplia variedad de espacios y algunos de los principales lugares donde se lleva a cabo el comercio son las calles públicas, las aceras y las plazas públicas y las calles más conocidas de La Paz incluyen Max Paredes, Centro Paceño, Cotahuma, Periférica, etc.

TABLA 24.- INFORMACIÓN CON LAS AUTORIDADES MUNICIPALES.

N° 2		2. ¿Existe una relación de comunicación e información con las autoridades competentes de la DMCVP??
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Existe una nueva comunicación y coordinación para una buena información
F.	20/10/2021	
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	Existe una coordinación para una mejoría dentro el comercio y dentro la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	Antes de su fallecimiento del ex Ejecutivo Julio Patiño, existía una comunicación a fin de evitar conflictos o mala información con el sector gremial actualmente no existe esa

		información esa comunicación con las autoridades con la federación y las asociaciones.
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*Afirman que sí, existe una relación de comunicación e información entre las autoridades de la Dirección de Mercados de la Alcaldía de La Paz y los comerciantes, la Dirección de Mercados es la entidad encargada de regular y supervisar los mercados en la ciudad, por lo que es fundamental que haya una comunicación constante entre ambas partes.

*Las autoridades de la Dirección de Mercados suelen mantener reuniones y diálogos con los comerciantes para discutir temas relacionados con las normas y regulaciones que deben cumplir, así como para abordar cualquier problema o inquietud que puedan tener los comerciantes, también proporcionan información actualizada sobre las políticas y regulaciones vigentes, así como sobre cualquier cambio que pueda afectar a los comerciantes.

TABLA 25.- RECEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LOS GREMIALES.

Nº 3		3. ¿Cuáles son las formas que toma la información en el comerciante?
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Mediante su directiva de su asociación y la federación.
F.	20/10/2021	
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	Se lleva la información a las bases mediante un ampliado y las reuniones que se realiza con las diferentes asociaciones que pertenecen a la federación.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	Se lleva a cabo la información mediante un grupo de WhatsApp, y se realiza ampliados con las asociaciones para darles una mayor información de las demandas que exigen nuestros afiliados.
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*Las directivas las asociaciones y federaciones de comerciantes aseguran que la información es transmitida mediante un ampliado y reuniones con los distintos sectores de gremiales que integran las tres federaciones, donde se comunica a las bases para brindarles más detalles sobre las demandas que exigen sus afiliados a través de un grupo de WhatsApp.

TABLA 26.- SOLICITUDES QUE REQUIERE LOS GREMIALES.

N° 4		4. ¿Cuáles son las solicitudes que requieren los comerciantes, jerárquicamente?
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Mediante su asociación, como cambios de nombre, cambio de rubro, rectificación de medidas, alta de patentes (por la mora a la cancelación de sus patentes a la ATM), reubicaciones de puestos de venta y denuncias por diferentes casos.
F.	20/10/2021	
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	Las solicitudes que requieren son la defensa de sus actividades económicas y el respeto a sus puestos de venta.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	Las solicitudes que exigen son como cambios de nombre, cambio de rubro, rectificación de medidas, y el respaldo que tiene con la federación ante cualquier atropello que pueda surgir.
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*Las solicitudes que requieren jerárquicamente a través de su asociación o federaciones que necesitan los comerciantes, son tales como cambios de nombre, cambios de artículos, rectificación de medidas, registro de patentes por la demora en la cancelación de sus patentes ante el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, apoyo de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas en caso de posibles violaciones.

TABLA 27.- EL COMERCIO GREMIAL ESTÁ REPRESENTADO.

Nº 5		5. ¿El comercio está representado por federaciones o asociaciones?
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	A nivel nacional está representado por federaciones a nivel departamental, asociaciones y afiliados.
F.	20/10/2021	
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	Están representados por las asociaciones y la federación.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	Por una asociación que pertenece a una federación que es su ente matriz.
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*Las tres federaciones afirman estar representados como federaciones y asociaciones, a nivel departamental de la Confederación Sindical de Trabajadores Gremiales, Artesanos, Comerciantes Minoristas y Vivanderos de Bolivia, es una organización sindical que agrupa diferentes federaciones departamentales y sus afiliados son responsables de esta representación de su organización matriz.

TABLA 28.- LOS COMERCIANTES ESTÁN ASOCIADOS A UN GRUPO ESPECÍFICO.

Nº 6		6. ¿Los comerciantes están asociados a un grupo específico o a un grupo étnico cultural?
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Raza de bronce de aymaras y quechuas.
F.	20/10/2021	
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	No existen grupos no son sindicatos, es una asociación integrada no hay distinción de clases.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	Somos una federación que no discrimina.
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*Los comerciantes pertenecen a la etnia aymara y quechua de bronce, que es un grupo particular o etnia cultural, es una asociación cohesionada donde no hay distinción de clases sin embargo, el cierre que induce esta definición configura sólo un tipo ideal de economía étnica, compuesta por la propiedad del negocio por parte del migrante individual, el uso necesario de los llamados recursos étnicos, por una circulación condicional en torno a una determinada identidad o minoría cultural.

TABLA 29.- FORMAS DE COMERCIO SON CONSIDERADOS FORMAS TRADICIONALES.

N° 7		7. ¿Qué formas del comercio pueden ser considerados como formas tradicionales o culturales propias?
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Todas las actividades comerciales son culturales.
F.	20/10/2021	
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	Los gremiales somos artesanos.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	Todas las actividades económicas del gremial son tradicionales.
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*Los comerciantes suelen intercambiar bienes y servicios utilizando un medio de intercambio como el dinero así la venta y el beneficio pueden distinguirse de la compra por lo cual todas las actividades comerciales son culturales. Los sindicatos representan a los artesanos. El sindicato se dedica únicamente a actividades económicas convencionales.

TABLA 30.- POLÍTICAS PÚBLICAS ENFOCADOS AL COMERCIO.

N° 8		8. ¿Existen políticas públicas, programas y proyectos enfocados específicamente al comercio en la ciudad de La Paz?
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Existen proyectos enfocados en el mejoramiento del sector gremial.
F.	20/10/2021	

R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	No existe ningún proyecto asía los gremiales.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	Actualmente si existen asía los gremiales
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*Poseer datos actualizados, organizados sobre los proyectos, programas y áreas prioritarias relacionadas con los Objetivos de desarrollo de los gremiales, examinar y elegir las fuentes municipales de datos primarios y secundarios relacionados con los con las patentes municipales, crear un tercer registro debidamente institucionalizada dentro del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz que permita el seguimiento continuo y sistemático dentro de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

TABLA 31.- MARCOS POLÍTICOS QUE SON AMPARADOS LOS GREMIALES.

Nº 9		9. ¿En qué marcos políticos y legales se amparan los gremiales?
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Amparados bajo el código civil y la constitución política del estado que reconoce a las organizaciones de trabajadores libres y organizados sindicalmente por los trabajadores gremiales.
F.	20/10/2021	
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	Son amparados con el documento del FUM Formulario Único Municipal.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	Están amparados en base a las normativas del G.A.M.L.P. como la 101 – 102, la Ley 078 y 308
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*Los gremiales en ciudad de La Paz, se amparan en varios marcos políticos y legales para ejercer sus actividades uno de los marcos más importantes la Ordenanza Municipal 101

– 102, la Ley 078 y 308, es importante tener en cuenta que la legislación puede cambiar con el tiempo, por lo que es recomendable consultar las leyes y regulaciones más actualizadas para obtener información precisa y actualizada sobre los marcos legales en los que se amparan los gremiales en La Paz, Bolivia.

TABLA 32.- FORMAS DE REGULACIÓN.

N.º 10		10. ¿Cuáles son las formas de regulación entre el comercio y las autoridades de la D.M.C.V.P.?
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Según la Ordenanza Municipal 101 – 102/94 y reconocido por la ley 078 inamovilidad de puestos de venta y la Ordenanza Municipal 308/2001.
F.	20/10/2021	
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	La regularización es cuando nosotros tributamos a la ATM pagando nuestros patentes.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	En el control a los pagos de la patente en los diferentes rubros y horarios.
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*La Dirección de Mercados de La Paz es la entidad encargada de regular y supervisar el comercio en la ciudad. Algunas de las formas de regulación del comercio y las autoridades de la Dirección de Mercados incluyen:

1. Leyes y normativas.
2. Inspecciones y fiscalizaciones.
3. Permisos y licencias.
4. Control de precios.
5. Resolución de conflictos.

TABLA 33.- REGLAS QUE REGULAN LOS ESPACIOS PÚBLICOS.

N.º 11		11. ¿Cómo se manifiestan las reglas que regulan las acciones en los espacios públicos en que se desarrolla el comercio en vía pública y mercados de la ciudad de La Paz?
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Atreves del manual de organizaciones y funciones que rige la D.M.C.V.P.
F.	20/10/2021	
R.	Zenón Yupanqui Alejo.	Son las autoridades competentes que regulan según la Ordenanza Municipal 308/2001, y las asociaciones se regulan a través de sus estatutos orgánicos internos.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	De acuerdo a las denuncias que se emiten a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas, donde las autoridades deben de hacer cumplir la norma.
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*Por lo cual en la ciudad de La Paz, las reglas que regulan las acciones en los espacios públicos donde se desarrolla el comercio en vía pública y en los mercados se manifiestan de las siguientes maneras:

1. Autorizaciones y de puestos de venta en propiedad municipal.
2. Delimitación de áreas.
3. Normas de higiene y seguridad.
4. Fiscalización y control.

TABLA 34.- RELACIÓN ENTRE EL USO DEL ESPACIO PÚBLICO.

N.º 12		12. ¿Cómo se manifiesta la relación entre el uso del espacio público y las autoridades de la D.M.C.V.P. en las estrategias comunicacionales?
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Se manifiesta a través de las normativas municipales, para el uso del espacio público a nivel sindical de las asociaciones gremiales, en base a sus estatutos orgánicos y reglamento interno.
F.	20/10/2021	
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	Tenemos el amparo al trabajo.
F.	20/10/2021	
R. de.	Luzmila Aurora Patiño Morales.	La mayoría de nuestro sector no tiene mucha información acerca de las funciones que realiza las autoridades.
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia

*La relación entre el uso del espacio público y las autoridades de dirección de mercados en las estrategias comunicacionales puede manifestarse de varias maneras. El uso del espacio público como escenario para las actividades comerciales está estrechamente vinculado a las estrategias de comunicación utilizadas por las autoridades de dirección de mercados para promover y difundir la oferta comercial.

*En primer lugar, el espacio público proporciona un entorno físico donde se llevan a cabo las actividades comerciales, como mercados al aire libre o ferias. Estos espacios son utilizados por los comerciantes para mostrar sus productos y establecer conexiones directas con los clientes. Las autoridades de dirección de mercados pueden aprovechar este uso del espacio público para diseñar estrategias comunicacionales que promuevan la presencia y participación de los comerciantes en estos espacios, a través de campañas publicitarias, promociones y eventos especiales.

TABLA 35.- LEGITIMAN EL ESPACIO PÚBLICO.

N.º 13		13. ¿Cómo conciben los comerciantes el espacio público y de qué manera legitiman su uso?
R. de.	Julio Oscar Aranda Urquizo.	Se conciben el espacio público en función a la territorialidad de las asociaciones gremiales y los puestos de venta legalmente establecidos que legitiman su actividad económica del comercio minorista.
F.	20/10/2021	
R. de.	Zenón Yupanqui Alejo.	Atreves de los derechos que nos amparan la ley y el código penal.
F.	20/10/2021	
R. de	Luzmila Aurora Patiño Morales.	Mediante nuestra patente que nos otorga el D.M.C.V.P. donde se realiza el pago único municipal.
F.	20/10/2021	

FUENTE: Elaboración propia.

*En resumen, los comerciantes y gremiales en La Paz, conciben el espacio público como un lugar de trabajo vital para sus actividades comerciales, legitiman su uso argumentando su contribución económica, arraigo cultural y buscando acuerdos con las autoridades locales, mediante la patente municipal que otorga la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas donde se realiza el pago único municipal.

A través de las entrevistas se indagó sobre las principales líneas y campos de acción que consolidan el conocimiento asía las normativas que rige la D.M.C.V.P. como ente fiscalizador de los gremiales, ante este cuestionamiento se encontró respuestas coincidentes y que en algunas que no tenían el conocimiento y se determinó que la D.M.C.V.P. junto a la Directora de mercados y comercio en vías públicas debe tener la habilidad para consolidar las estrategias de comunicacionales en el entorno de los gremiales para lo cual debe trabajar y debe hacerlo coordinando con todas las áreas de la dirección para transmitir un solo mensaje tanto al interior de la institución como hacia fuera y así mismo con las tres federaciones.

En ocasiones, el entrevistado contesta las preguntas de la entrevista por razones que no son de su interés; pueden ser motivos laborales, clínicos, sociales o políticos ajenos a su deseo de participar, por lo que las respuestas serán un reflejo equivocado o desviado del interés inicial. Es aquí donde el entrevistador deberá propiciar que quien se ha ubicado en la entrevista tenga necesidad de expresar en forma clara, sincera y profunda cada uno de los argumentos que se exponen. La motivación constituye un elemento fundamental para su realización (Ochoa, 2011, p. 30).

CAPÍTULO 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Las conclusiones han sido realizadas de acuerdo a los objetivos planteados en la tesis, por lo tanto, es conforme a ellos las consideraciones que vienen a continuación.

1.- CONCLUSIONES.

1.1. - Conocer las Diferentes Solicitudes que Demandan los Comerciantes / Gremialistas a la Dirección de Mercados y Comercio en vías públicas de la Ciudad de La Paz a través de las Plataformas de Atención Ciudadana (*SITR@M*).

Los comerciantes / gremiales de la ciudad de La Paz, pueden tener varias solicitudes y demandas a la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas a través de las plataformas SITR@M, algunas de estas pueden incluir:

1. Mejoras en las infraestructuras de los mercados: Los comerciantes pueden solicitar mejoras en la infraestructura de los mercados, como la construcción o renovación de puestos de venta, la instalación de servicios básicos como agua y electricidad, y la implementación de medidas de seguridad.
2. Regularización y legalización de los espacios de venta: Los comerciantes pueden requerir a la dirección de mercados que regularice y legalice los espacios de venta en los mercados, brindándoles seguridad jurídica y protección contra desalojos o reubicaciones.
3. Cambio de nombre del titular: Los comerciantes pueden requerir a la dirección de mercados que se realice el cambio de nombre del titular del puesto de venta a una segunda persona, brindándoles seguridad jurídica y protección contra desalojos o reubicaciones.
4. Rectificación de medidas a la Patente Municipal: Los comerciantes pueden requerir a la dirección de mercados que se realice la rectificación de medidas de su patente municipal, brindándoles seguridad jurídica y protección contra desalojos o reubicaciones.

Estas son solo algunas de las posibles solicitudes y demandas que los comerciantes gremiales pueden tener hacia la dirección de mercados en la ciudad de La Paz. Puede haber otras demandas específicas dependiendo de las circunstancias y necesidades de cada grupo de comerciantes.

1.2. - Describir las Acciones de Solución que Realiza la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas de la Ciudad de La Paz, Frente a las Demandas de los Comerciantes / Gremialistas.

La Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas de la ciudad de La Paz, se encarga de gestionar y regular las actividades comerciales en espacios públicos ante las demandas de los gremiales o comerciantes, esta dirección lleva a cabo una serie de acciones para encontrar soluciones, algunas de estas acciones incluyen:

1. Diálogo y negociación: La dirección busca establecer un diálogo constante con los gremiales y comerciantes para entender sus demandas y llegar a acuerdos que beneficien a ambas partes.
2. Regularización de espacios: La dirección trabaja en regularizar y asignar espacios adecuados para el comercio en vías públicas, esto implica identificar áreas específicas donde los gremiales puedan desarrollar sus actividades de manera ordenada y segura.
3. Implementación de normativas: La dirección establece y hace cumplir normativas que regulan el comercio en vías públicas, estas normas buscan garantizar la seguridad, el orden, la limpieza y el respeto hacia los derechos de otros ciudadanos.
4. Capacitación y asesoramiento: La dirección brinda capacitación y asesoramiento a los gremiales y comerciantes en temas de gestión empresarial, normativas legales y buenas prácticas comerciales, esto busca mejorar la calidad de los servicios y fomentar la formalización de los negocios.
5. Monitoreo y control: La dirección lleva a cabo un monitoreo constante de las actividades comerciales en vías públicas para asegurar el cumplimiento de las normativas establecidas, además, se realizan inspecciones periódicas para verificar la seguridad y la calidad de los productos ofrecidos.

6. Verificación a las solicitudes que ingresan: La dirección lleva a cabo una fiscalización y verificación a todas las solicitudes y dar pronta respuesta a dichas demandas en vías públicas y mercados para asegurar el cumplimiento de las normativas establecidas.

Estas son algunas de las acciones que la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas de la ciudad de La Paz realiza para abordar las demandas de los gremiales o comerciantes y lograr una convivencia ordenada y equitativa en los espacios públicos de la ciudad.

1.3. - Identificar las Formas que Utilizan los Comerciantes / Gremialistas en la Obtención y el uso del Espacio Urbano como Legítimo para Desarrollar el Comercio en Vía Pública y Mercados de la Ciudad de La Paz.

Los comerciantes o gremiales utilizan diversas formas para obtener y utilizar el espacio urbano y público de manera legítima para desarrollar el comercio en vía pública y en mercados en la ciudad de La Paz. Algunas de estas formas incluyen:

1. Tradición y arraigo histórico: Muchos comerciantes argumentan que han estado vendiendo en determinadas áreas públicas durante años, lo que les otorga un sentido de tradición y arraigo histórico. Esto puede ser utilizado como una forma de legitimar su presencia en esos espacios.
2. Necesidad económica: Los comerciantes pueden argumentar que el comercio en vía pública es su única fuente de ingresos y que necesitan utilizar el espacio público para poder sostener a sus familias y cubrir sus necesidades básicas. Esto puede ser utilizado como una forma de justificar su presencia y obtener el apoyo de la comunidad.
3. Contribución a la economía local: Los comerciantes pueden destacar que su actividad comercial en vía pública contribuye al desarrollo económico de la ciudad y aporta empleo a la comunidad. Argumentan que están generando actividad económica y dinamizando la zona donde se encuentran.
4. Falta de alternativas: Algunos comerciantes pueden argumentar que no tienen acceso a locales comerciales formales debido a barreras como el alto costo de los alquileres

o la falta de oportunidades. Utilizan esta falta de alternativas como justificación para utilizar el espacio público.

5. El registro único a la patente municipal: Los comerciantes pueden destacar que su actividad comercial en vía pública De los propietarios de Kioscos, Anaqueles, Micro Snacks y Carritos Móviles que no cuenten con la documentación que acredite la cancelación patente y/o sentajes de los periodos 1987 a 1991, deberán pagar derecho de regularización por única vez en favor del Municipio de acuerdo a la siguiente escala.

Es importante tener en cuenta que estas formas pueden variar de acuerdo a la situación específica y contexto de la ciudad de La Paz.

1.4. - Elaborar una Propuesta Actualizada de las Estrategias Comunicacionales de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas en el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

Para lo cual puedo ofrecer algunas sugerencias para elaborar algunas propuestas actualizadas de las Estrategias Comunicacionales de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas en el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, estas estrategias pueden ayudar a mejorar la comunicación y el entendimiento entre la dirección y los comerciantes/gremiales, aquí tienen algunas propuestas:

1. Crear una plataforma de comunicación integral: Desarrollar una plataforma en línea que facilite la comunicación bidireccional entre la dirección y los comerciantes. Esta plataforma podría incluir un portal WEB y una aplicación móvil WHATSAPP, que permita a los comerciantes acceder a información relevante, recibir notificaciones actualizadas y enviar consultas o sugerencias de manera directa.
2. Uso de tecnología de comunicación: Utilizar herramientas tecnológicas como las redes sociales, crear plataformas de Radio TV y Medios Digitales para una mensajería instantánea y correo electrónico para mantener una comunicación ágil y efectiva con los comerciantes y gremiales, estas plataformas pueden ser utilizadas para enviar

recordatorios, compartir actualizaciones y responder consultas de manera rápida y eficiente.

3. Campañas de concienciación y educación: Lanzar campañas de concienciación dirigidas tanto a los comerciantes como al público en general como las Ferias Multisectoriales de información, estas campañas pueden abordar temas como la importancia de la regulación del comercio en vías públicas, la promoción del respeto y la convivencia en los espacios urbanos, así como los beneficios de la colaboración entre la dirección y los comerciantes para el desarrollo sostenible de la ciudad.
4. Fomentar la participación activa: Realizar Cursos y Talleres, organizar reuniones periódicas, foros de discusión y mesas de trabajo donde los comerciantes y la dirección puedan intercambiar ideas, plantear inquietudes y buscar soluciones conjuntas, estas actividades permitirán fortalecer la participación activa de los comerciantes en la toma de decisiones y generar un sentido de pertenencia e involucramiento en las políticas y acciones implementadas.
5. Realizar compartimientos reveladores: Promover la transparencia en la gestión de la Dirección de Implementar Paneles Informativos, esto puede incluir la publicación de información reiterada sobre las acciones realizadas sobre cualquier solicitud que realicen los gremiales y la misma población de la ciudad de La Paz, asimismo se podría establecer un sistema de retroalimentación y evaluación donde los comerciantes puedan brindar sus comentarios y sugerencias sobre la gestión de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

Por lo cual es importante adaptarlas a las necesidades y requerimientos específicos de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

2.- RECOMENDACIONES.

2.1. - Conocer las Diferentes Solicitudes que Demandan los Comerciantes / Gremialistas a la Dirección de Mercados y Comercio en vías públicas de la Ciudad de La Paz a través de las Plataformas de Atención Ciudadana (*SITR@M*).

Evaluar la importancia de las actuales solicitudes que requieren los comerciantes / gremiales y de la propia ciudadanía, en los 7 macro distritos que están a cargo de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas y dar una pronta solución y respuesta según a las diferentes solicitudes.

2.2. - Describir las Acciones de Solución que Realiza la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas de la Ciudad de La Paz, Frente a las Demandas de los Comerciantes / Gremialistas.

Para poder realizar las acciones de solución se debe tomar en cuenta que en cada macro distrito ingresa más de 625 solicitudes de diferentes temas por lo cual la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas debe establecer un diálogo constante con los gremiales y comerciantes para entender sus demandas y llegar a acuerdos que beneficien a ambas partes, de establecer y hacer cumplir las normativas que regulan el comercio en vías públicas

2.3. - Identificar las Formas que Utilizan los Comerciantes / Gremialistas en la Obtención y el uso del Espacio Urbano como Legítimo para Desarrollar el Comercio en Vía Pública y Mercados de la Ciudad de La Paz.

En los estudios realizados sobre el uso del espacio urbano como legítimo, lo que generalmente aparece es la apropiación de vías públicas en los diferentes sectores de la ciudad de La Paz, sin embargo, la presente investigación ha hecho conocer que la mayoría de los gremiales optan el espacio público por la incorporación al sistema de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas y que han sido registrados por efecto de una política social del gobierno municipal, como un indicador valioso a poner en claro, sería los modos con los cuales las personas logran conseguir una patente.

3. - PROPUESTA OPERATIVAS DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES.

Las estrategias comunicacionales para la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.), son impulsores del desarrollo social haciendo así de uso de flujos comunicativos a las diferentes federaciones y organizaciones conjuntamente con las redes de información referentes a diferentes temáticas tanto internas como externas dentro de la ciudad de La Paz de esta manera realizando la función proveedora de información destinada a activar un análisis, de discusión y participación.

Por lo cual se crea un escenario participativo, razonado y reflexivo de los comerciantes así como de la ciudadanía donde se constituye el escenario más adecuado para generar estrategias de acuerdo a la propuesta planteada, para lo cual las federaciones asociaciones y el público en general con fines sociales y económicos pueden alimentarse de varias herramientas tecnológicas que mejoren ciertos niveles de información.

Estas Estrategias comunicacionales será para que mejore la Comunicación Interna dentro de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) así como los diferentes tramites que hacen ingresar, como también las Resoluciones Municipales (R.M), Ordenanzas Municipales (O.M.), que regulan el uso del espacio público y de mercados municipales, los programas de reordenamiento que se van realizando en las diferentes zonas de la urbe paceña y los servicios que cumple hacia el público.

Para fortalecer y retroalimentar las estrategias de comunicación que se hace inevitable realizar un trabajo territorial en los 7 Macro Distritos (M.D.) tanto externo como interno como las siguientes acciones operativas:

1. Crear plataformas de la WEB y WHATSAPP.
2. Crear plataformas de Radio TV y Digitales.
3. Realizar Ferias Multisectoriales de Información.
4. Realizar Cursos y Talleres.
5. Implementar Paneles Informativos.

Por lo que detallo a continuación:

3.1. - Plataformas de la WEB – WHATSAPP.

Se plantea crear grupos comunicacionales en Plataformas de la WEB - WHATSAPP, para que la información dada por la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) llegue de una mejor manera a todos los comerciantes pertenecientes a las diferentes secciones de la ciudad de La Paz.

FIGURAS N° 4.- PLATAFORMAS DE WEB - WHATSAPP.

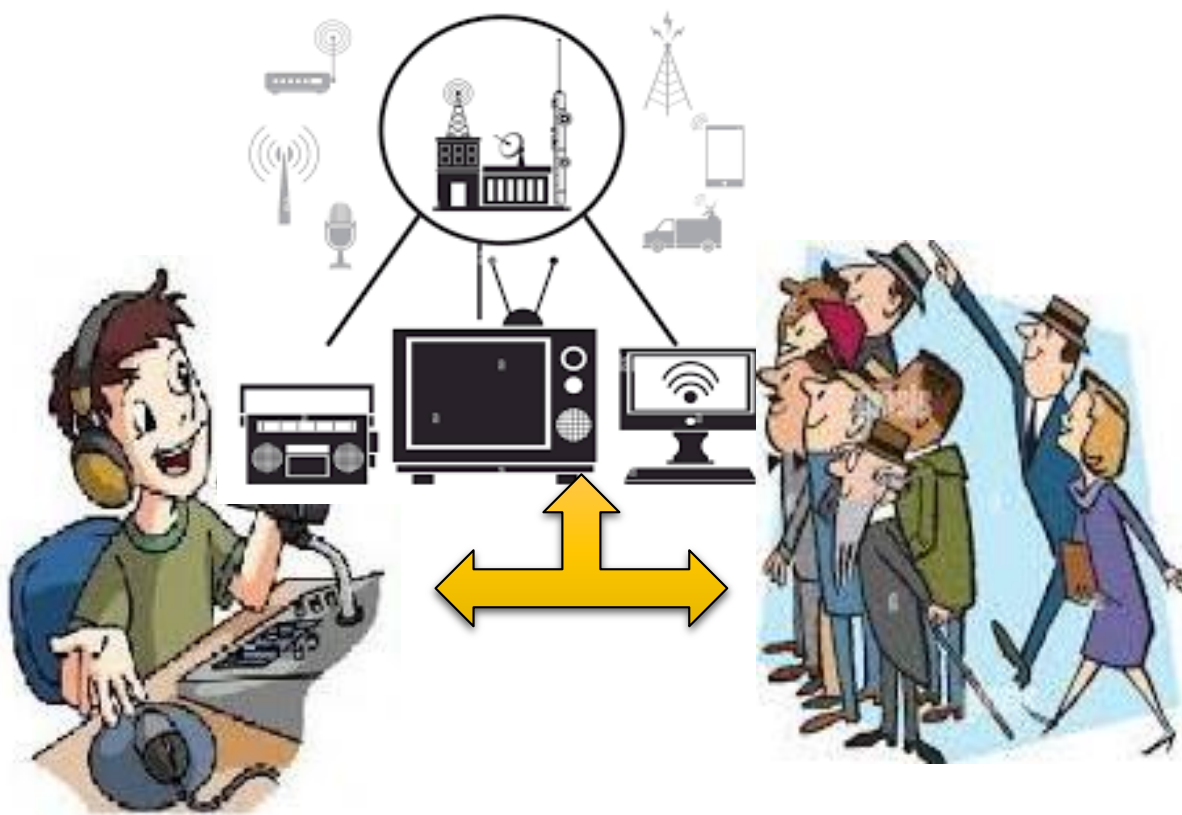


FUENTE: Elaboración propia

3.2. - Plataformas de Radio, Televisión y Medios Digitales.

Se planea crear un espacio de información en las Plataformas de RADIO, TELEVISIÓN y MEDIOS DIGITALES, para que la información dada por la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) llegue de manera eficiente a toda la población y así mismo a los comerciantes pertenecientes a las diferentes secciones de la ciudad de La Paz.

FIGURAS N° 5.- PLATAFORMAS DE RADIO, TELEVISIÓN Y MEDIOS DIGITALES.



FUENTE: Elaboración propia

3.3. - Ferias Multisectoriales de Información.

Se propone realizar Ferias Multisectoriales de Información para el objetivo estratégico comunicacional de socializar y transparentar las acciones y los resultados de que conlleva la información sobre los procedimientos sobre una solicitud, proyectando una imagen moderna, eficaz y eficiente que dignifica las condiciones sociales de la población.

FIGURAS N° 6.- FERIAS MULTISECTORIALES DE INFORMACIÓN.



FUENTE: Elaboración propia

3.4. - Cursos y Talleres.

También se propone realizar cursos y talleres de capacitación que fomenten la cooperación y el trabajo en equipo entre los actores principales.

FIGURAS N° 7.- CURSOS Y TALLERES DE CAPACITACIÓN.



FUENTE: Elaboración propia

3.5. - Implementar Paneles Informativos.

Realizar Paneles informativos acerca de las solicitudes (¿En qué consiste? - ¿Dónde se inicia el servicio? - Instancia responsable - Días y horarios de atención - Tiempo de duración - Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que – Requisitos - Pasos del ciudadano - Documento/Servicio final - Marco Legal) desde el principio hasta el fin en sus 24 solicitudes en las diferentes plataformas SITR@M y Subalcaldías de los 7 macro distritos de la ciudad de La Paz.

FIGURAS N° 8.- PANELES DE INFORMATIVOS ACERCA DE LAS SOLICITUDES.



FUENTE: Elaboración propia

En la cual doy a conocer las 24 solicitudes que ejecuta la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (D.M.C.V.P.) continuación:

1. CAMBIO DE NOMBRE DE PUESTO DE VENTA EN MERCADOS
2. RETIRO DE COMERCIANTES MINORISTAS ILEGALES
3. ATENCIÓN A DENUNCIAS
4. DENUNCIA POR INCUMPLIMIENTO A DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL
5. ATENCIÓN DE CONFLICTOS, DENUNCIAS Y/O RECLAMOS A LA ACTIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA EN VÍA PÚBLICA
6. DENUNCIA POR ABANDONO DE PUESTO DE VENTA
7. RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL
8. FOTOCOPIAS LEGALIZADAS
9. DESARCHIVO DE TRÁMITES
10. CERTIFICACIONES
11. BAJA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE BIEN INMUEBLE DE DOMINIO MUNICIPAL (SERVICIO HIGIÉNICO)
12. AUTORIZACIÓN DE AMPLIACIÓN Y OBRAS MAYORES EN MERCADOS
13. AUTORIZACIÓN MANTENIMIENTO DE MERCADO
14. RENOVACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE USO DE BIEN INMUEBLE DE DOMINIO MUNICIPAL (SERVICIO HIGIÉNICO)
15. BAJA DE AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL
16. RENOVACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL
17. AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL
18. AUTORIZACIÓN DE REUBICACIÓN DE PUESTO
19. AUTORIZACIÓN DE ATENCIÓN SECUNDARIA
20. RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL
21. CAMBIO DE NOMBRE PUESTO DE VENTA EN MERCADOS
22. REUBICACIÓN DE PUESTO DE VENTA

23. CAMBIO DE NOMBRE DEL TITULAR DEL PUESTO DE VENTA Y RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL
24. CAMBIO DE NOMBRE DEL TITULAR DEL PUESTO DE VENTA.

TABLA 36.- CAMBIO DE NOMBRE DE PUESTO DE VENTA EN MERCADOS.

CAMBIO DE NOMBRE DE PUESTO DE VENTA EN MERCADOS	
¿En qué consiste?	Cambio de titularidad del puesto de venta con la respectiva modificación en el sistema GENESIS del cambio de nombre
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	60 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	Persona Natural: Oficio de solicitud dirigido a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas. Fotocopia simple de cedula de identidad (vigente) del titular del puesto. Fotocopia simple de cedula de identidad (vigente) del solicitante del puesto. Certificado de conformidad de cambio de nombre firmado por el o la titular del puesto y el o la solicitante (cuando corresponda). Certificado de defunción original del titular del puesto (cuando corresponda). Fotocopia simple del pago de la última patente municipal (gestión fiscal vigente). Certificado del maestrero o directorio del mercado.

	<p>Croquis de ubicación (puede ser elaborado a mano alzada).</p> <p>Persona Jurídica:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del representante legal (vigente).</p> <p>Fotocopia simple del Número de Identificación Tributaria (NIT)</p> <p>Fotocopia simple de la Licencia de Funcionamiento</p> <p>Fotocopia simple de la Matrícula de FUNDAEMPRESA.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Desarrollar Actividad Económica en el Puesto de Venta a fin de evidenciar datos técnicos (verificación)</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Procedente: Resolución Administrativa</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta</p>
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 37.- RETIRO DE COMERCIANTES MINORISTAS ILEGALES.

RETIRO DE COMERCIANTES MINORISTAS ILEGALES	
¿En qué consiste?	Verificación in situ respecto a la legalidad del comerciante minorista instalado en vía pública.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Unidad de Comercio en Vías Públicas – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – S.M.D.E.
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	30 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	El trámite debe ser realizado de manera personal o con Poder Notariado. En Plataforma SITR@M verificaran la presentación del trámite.

Requisitos:	<p>Persona Natural:</p> <p>Solicitud escrita dirigida al Director (a) de Mercados y Comercio en Vías Públicas.</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del titular del puesto de venta.</p> <p>Croquis de ubicación.</p> <p>Documentación de respaldo que acredite la rectificación solicitada (Documento individual FUM, comprobante de caja, certificaciones, otros)</p> <p>Persona Jurídica agregar:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Procedente: Oficio de respuesta.</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta.</p>
Marco Legal:	DM N° 011/2015; LMA 078/14; RM N° 351/2004.

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 38.- ATENCIÓN A DENUNCIA.

ATENCIÓN A DENUNCIAS	
¿En qué consiste?	Denuncias por conflictos entre comerciantes y otros.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	60 días hábiles

Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	<p>Persona Natural:</p> <p>Solicitud escrita dirigida a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas.</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del denunciante.</p> <p>Fotocopia simple del pago de la última patente municipal (gestión fiscal vigente), (si corresponde).</p> <p>Documentación de fundamentación que demuestre la denuncia o queja.</p> <p>Croquis de ubicación del puesto de venta denunciado (puede ser elaborado a mano alzada).</p> <p>Persona Jurídica:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del representante legal (vigente)</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	Oficio de respuesta
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 39.- DENUNCIA POR INCUMPLIMIENTO A DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL.

DENUNCIA POR INCUMPLIMIENTO A DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL	
¿En qué consiste?	Verificación de la denuncia, acciones de acuerdo a procedimiento y consecuente emisión de la Resolución Administrativa de incumplimiento de datos en la Patente Municipal.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero

Instancia responsable.	Asesoría Legal – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas S.M.D.E.
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	De Acuerdo a Plazos conforme a procedimiento establecido.
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	La denuncia debe ser realizada de manera personal o con Poder Notariado en Plataforma Sitr@m quien verificará la presentación de la denuncia.
Requisitos:	<p>Persona Natural: Denuncia escrita dirigida al Director de Mercados y Comercio en Vías Públicas, que deberá contener: a) nombre y apellido del denunciante, b) los hechos, motivos y solicitud en la que se concrete con toda claridad lo que se pretende, c) domicilio a efectos de la notificación y d) firma de denunciante o apoderado</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del denunciante. Croquis de ubicación del puesto denunciado.</p> <p>Persona Jurídica: Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Oficio de respuesta: Denunciante</p> <p>Resolución Administrativa de reversión: Denunciando</p>
Marco Legal:	<p>Ley N° 2341</p> <p>R.M. N° 317/2004 de 08 de septiembre de 2004</p> <p>A. N° 004/2002</p> <p>Ordenanza Municipal N° 308/2001 HAM – HCM 291/2001</p> <p>D.M. N° 24/2017 de 01 de septiembre de 2017</p>

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 40.- ATENCIÓN DE CONFLICTOS, DENUNCIAS Y/O RECLAMOS A LAS ACTIVIDADES DEL COMERCIO MINORISTA EN VÍAS PÚBLICAS.

ATENCIÓN DE CONFLICTOS, DENUNCIAS Y/O RECLAMOS A LA ACTIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA EN VÍA PÚBLICA	
¿En qué consiste?	Atender, concertar y resolver conflictos, denuncias y/o reclamos del sector gremial, propietarios de inmuebles, Juntas Vecinales, y otros.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable	Unidad de Comercio en Vías Públicas – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – S.M.D.E.
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	30 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	En sujeción a lo dispuesto por normativa municipal vigente NO se emiten nuevas autorizaciones para el desarrollo del comercio minorista en espacios o vías de dominio público municipal. Los comerciantes minoristas deben cumplir con los datos autorizados en la patente municipal. Son bienes de dominio público municipal las calles, aceras, cordones de acera, etc., sin que personas naturales o colectivas puedan ejercer titularidad sobre esos espacios.
Requisitos:	Persona Natural: Solicitud escrita dirigida al Director (a) de Mercados y Comercio en Vías Públicas. Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del denunciante. Croquis de ubicación. Documentación de respaldo (fotografías, otros) Persona Jurídica agregar: Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.
Pasos del ciudadano:	Inicio de trámite. Presentación de requisitos. Participación en audiencias de conciliación.

	Finalización de trámite. Recepción de oficio de respuesta.
Documento/servicio final:	Procedente: Oficio de respuesta. Improcedente: Oficio de respuesta.
Marco Legal:	DM N° 011/2015; LMA 078/14; RM N° 351/2004.

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 41.- DENUNCIA POR ABANDONO DE PUESTO DE VENTA.

DENUNCIA POR ABANDONO DE PUESTO DE VENTA	
¿En qué consiste?	Verificación de la denuncia, acciones de acuerdo a procedimiento y consecuente emisión de la Resolución Administrativa de reversión de puesto de venta por abandono.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Asesoría Legal – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas S.M.D.E.
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración	De Acuerdo a Plazos conforme a procedimiento establecido.
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	El trámite debe ser realizado de manera personal o con Poder Notariado. En Plataforma SITR@M verificaran la presentación del trámite.
Requisitos:	Persona Natural: Denuncia escrita dirigida al Director de Mercados y Comercio en Vías Públicas, que deberá contener: a) nombre y apellido del denunciante, b) los hechos, motivos y solicitud en la que se concrete con toda claridad lo que se pretende, c) domicilio a efectos de la notificación y d) firma de denunciante o apoderado Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del denunciante. Croquis de ubicación del puesto denunciado. Persona Jurídica: Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.

Pasos del ciudadano:	Inicio de trámite. Presentación de requisitos. Finalización de trámite. Recepción del documento final.
Documento/servicio final:	Oficio de respuesta: Denunciante Resolución Administrativa de reversión: Denunciando
Marco Legal:	Ley N° 2341 de 23 de abril de 2002 Leyes Municipales Autonómicas GAMLP N° 007/2011, GAMLP N° 013/2011, GAMLP N° 014/2012, GAMLP N° 222/2017 y GAMLP N° 269/2017. D.M. N° 24/2017 de 01 de septiembre de 2017

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 42.- RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL.

RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL	
¿En qué consiste?	Modificación en el Sistema Georeferenciado de Actividades Económicas (SIGAE) de datos autorizados en el Pago Único Municipal (tipo de mueble, rubro, medidas y horario)
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Unidad de Comercio en Vías Públicas – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – S.M.D.E.
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	30 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	El trámite debe ser realizado de manera personal o con Poder Notariado. En Plataforma Sitr@m verificaran la presentación del trámite.
Requisitos:	Persona Natural: Solicitud escrita dirigida al Director (a) de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

	<p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del titular del puesto de venta.</p> <p>Croquis de ubicación.</p> <p>Documentación de respaldo que acredite la rectificación solicitada (Documento individual FUM, comprobante de caja, certificaciones, otros)</p> <p>Fotocopia simple de la patente municipal (Gestión fiscal vigente).</p> <p>Persona Jurídica agregar:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Procedente: Memorándum.</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta.</p>
Marco Legal:	DM N° 011/2015; RA DMCVP N°104/2015.

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 43.- FOTOCOPIAS LEGALIZADAS.

FOTOCOPIAS LEGALIZADAS	
¿En qué consiste?	Emisión de Fotocopias Legalizadas de la Documentación Original Cursante en Archivo del Área Procesamiento Automático de Datos.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable	Procesamiento Automático de Datos – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas S.M.D.E.
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	10 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	<p>Las fotocopias legalizadas son únicamente de documentos generados por la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.</p> <p>El trámite debe ser realizado de manera personal o con Poder Notariado.</p> <p>En Plataforma Sitr@m verificaran la presentación del trámite.</p>

Requisitos:	<p>Persona Natural: Solicitud escrita dirigida al Director (a) de Mercados y Comercio en Vías Públicas. Fotocopia simple de las Cédulas de Identidad del solicitante. Fotocopia simple del documento solicitado (no imprescindible).</p> <p>Persona Jurídica agregar: Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos. Continuar con el seguimiento del trámite en plataforma de Información DMCVP. Recoger en Ventanilla P.A.D., proforma de Pago por la emisión de Fotocopias Legalizadas. Pago de la proforma en la Entidad Financiera Autorizada por el G.A.M.L.P. Realizado el Pago retornar a Ventanilla P.A.D. con fotocopia simple del comprobante de pago. Finalización de trámite. Recepción de las fotocopias legalizadas.</p>
Documento/servicio final:	Fotocopias Legalizadas de los documentos solicitados.
Marco Legal:	<p>Resolución Administrativa N° 0102/1999 de fecha 18 de febrero de 1999. Resolución Municipal N° 0347/2004 de fecha 30 de septiembre de 2004. Decreto Municipal 034/2017, aprueba el Manual de Procesos y Procedimientos.</p>

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 44.- DESARCHIVO DE TRÁMITES.

DESARCHIVO DE TRÁMITES	
¿En qué consiste?	La reactivación de un trámite que fue archivado por abandono o falta de seguimiento por parte del contribuyente.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero

Instancia responsable.	Procesamiento Automático de Datos – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas S.M.D.E.
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	10 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	El trámite debe ser realizado de manera personal o con Poder Notariado. En Plataforma Sitr@m verificaran la presentación del trámite.
Requisitos:	<p>Persona Natural:</p> <p>Solicitud escrita dirigida al Director (a) de Mercados y Comercio en Vías Públicas. Fotocopia simple de las Cédulas de Identidad del solicitante. Croquis de ubicación.</p> <p>Persona Jurídica agregar:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Continuar con el seguimiento del trámite en el Área Organizacional al cual ha sido derivado el trámite desarchivado.</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	Documentación o tramite desarchivado, para proseguir con el tramite abandonado y enviado a la Unidad Organizacional correspondiente, o entrega de documentación original solicitada.
Marco Legal:	<p>Resolución Municipal N° 0347/2004 de fecha 30 de septiembre de 2004.</p> <p>Decreto Municipal 034/2017, aprueba el Manual de Procesos y Procedimientos.</p>

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 45.- CERTIFICACIONES.

CERTIFICACIONES	
¿En qué consiste?	Emisión de Documento que certifique información cursante en Archivo del Área Procesamiento Automático de Datos, así como datos registrados

	en sistemas de la D.M.C.V.P de puestos de venta en Mercados y Vías Públicas.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Procesamiento Automático de Datos – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas S.M.D.E.
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	10 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	La certificación es únicamente de documentos y/o actos generados por la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas. El trámite debe ser realizado de manera personal o con Poder Notariado. En Plataforma SITR@M verificarán la presentación del trámite.
Requisitos:	Persona Natural: Solicitud escrita dirigida al Director (a) de Mercados y Comercio en Vías Públicas. Fotocopia simple de las Cédulas de Identidad del solicitante. Fotocopia simple del documento solicitado (no imprescindible). Persona Jurídica agregar: Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.
Pasos del ciudadano:	Inicio de trámite. Presentación de requisitos. Continuar con el seguimiento del trámite en plataforma de Información D.M.C.V.P. Recoger en Ventanilla P.A.D., proforma de Pago por la emisión de Certificación. Pago de la proforma en la Entidad Financiera Autorizada por el G.A.M.L.P. Realizado el Pago retornar a Ventanilla P.A.D. con fotocopia simple del comprobante de pago. Finalización de trámite. Recepción de certificación.
Documento/servicio final:	Certificación solicitada.

Marco Legal:	Resolución Administrativa N° 0102/1999 de fecha 18 de febrero de 1999. Resolución Municipal N° 0347/2004 de fecha 30 de septiembre de 2004. Decreto Municipal 034/2017, aprueba el Manual de Procesos y Procedimientos.
--------------	---

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 46.- BAJA DE AUTORIZACIONES USO DE BIEN INMUEBLE DE DOMINIO MUNICIPAL (SERVICIOS HIGIÉNICOS).

BAJA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE BIEN INMUEBLE DE DOMINIO MUNICIPAL (SERVICIO HIGIÉNICO)	
¿En qué consiste?	Solicitud de baja y supresión de la autorización delegada para el uso de Bien Inmueble Municipal en Dominio Público (Servicios Higiénicos)
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	60 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	Persona Natural: (No aplicable para Persona Natural, solo para Asociaciones, Directorio o Maestrerío del Mercado). Persona Jurídica agregar: Oficio de solicitud dirigido a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

	<p>Fotocopia simple del Acta de elección y posesión del Maestrerío o Directorio (según corresponda con sello original).</p> <p>Fotocopia simple de la personería jurídica (según corresponda).</p> <p>Fotocopia simple de estatutos o reglamento interno de la Asociación.</p> <p>Fotocopia simple de cédulas de identidad (vigente) de los representantes del directorio o maestrerío (según corresponda).</p> <p>Croquis de ubicación (puede ser elaborado a mano alzada).</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
¿En qué consiste?	<p>Procedente: Resolución Administrativa</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta</p>
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 47.- AUTORIZACIÓN DE AMPLIACIÓN OBRAS MAYORES EN MERCADOS.

AUTORIZACIÓN DE AMPLIACIÓN Y OBRAS MAYORES EN MERCADOS	
¿En qué consiste?	Autorización de ampliación y obras mayores en mercados (construcción de obras complementarias como servicios higiénicos, salas de reunión, oficinas, guarderías, salas de maduración de fruta, depósitos, tinglados o cualquier construcción de espacio cubierto)
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	60 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	<p>Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud.</p> <p>El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.</p>

Requisitos:	<p>Persona Natural: (No aplicable para Persona Natural, solo para Asociaciones, Directorio o Maestrerío del Mercado).</p> <p>Persona Jurídica agregar: Solicitud del directorio o maestrerío del Mercado, dirigida a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas.</p> <p>Fotocopia simple del Acta de elección y posesión del maestrerío o directorio (según corresponda con sello original).</p> <p>Fotocopia simple de cédulas de identidad (vigente) de los representantes del directorio o maestrerío (según corresponda).</p> <p>Documento en físico y digital del proyecto a diseño final de la construcción (Planos, presupuesto, precios unitarios, cronograma de ejecución y estudios adicionales de ser necesarios).</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Procedente: Orden de Proceder</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta, solicitando corrección de observaciones.</p>
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 48.- AUTORIZACIÓN DE MANTENIMIENTO DE MERCADOS.

AUTORIZACIÓN MANTENIMIENTO DE MERCADO	
¿En qué consiste?	Autorización de mantenimiento y refacción de obras menores (reposición de revoque en tabiques, cielo raso, cielo falso, cobertura de grietas; reposición de cerámica en piso como en tabique, reposición de hormigón simple en baches y huecos, reposición de vidrios rotos, reposición de placas de cubierta, pintado de fachada interna y externa entre otros)
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero

Instancia responsable.	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	15 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	<p>Persona Natural:</p> <p>Oficio de solicitud dirigido a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas.</p> <p>Fotocopia simple de cédula de identidad (vigente) del titular del puesto.</p> <p>Fotocopia simple de la última patente pagada (gestión fiscal vigente).</p> <p>Certificado del maestrerío o directorio del mercado (según corresponda).</p> <p>Croquis de ubicación (puede ser elaborado a mano alzada).</p> <p>Persona Jurídica agregar:</p> <p>Oficio de solicitud dirigido a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas.</p> <p>Fotocopia simple del Acta de elección y posesión del maestrerío o directorio (según corresponda con sello original).</p> <p>Fotocopia simple de cédula de identidad (vigente) de los representantes del Directorio o Maestrerío (según corresponda).</p> <p>Croquis de ubicación (puede ser elaborado a mano alzada).</p>
Pasos del ciudadano:	Inicio de trámite. Presentación de requisitos. Finalización de trámite. Recepción del documento final.
Documento/servicio final:	Procedente: Resolución Administrativa Improcedente: Oficio de respuesta
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 49.- RENOVACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE USO DE BIEN INMUEBLE DE DOMINIO MUNICIPAL (SERVICIO HIGIÉNICOS).

RENOVACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE USO DE BIEN INMUEBLE DE DOMINIO MUNICIPAL (SERVICIO HIGIÉNICO)	
¿En qué consiste?	Renovación de la autorización en la administración delegada para el uso de Bien Inmueble Municipal en Dominio Público (Servicios Higiénicos)
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	60 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	<p>Persona Natural: (No aplicable para Persona Natural, solo para Asociaciones, Directorio o Maestrerío del Mercado).</p> <p>Persona Jurídica agregar: Oficio de solicitud dirigido a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas. Fotocopia simple del Acta de elección y posesión del Maestrerío o Directorio (según corresponda con sello original). Fotocopia simple de la personería jurídica (según corresponda). Fotocopia simple de estatutos o reglamento interno de la Asociación. Fotocopia simple de cédulas de identidad (vigente) de los representantes del directorio o maestrerío (según corresponda). Croquis de ubicación (puede ser elaborado a mano alzada).</p>
Pasos del ciudadano:	Inicio de trámite. Presentación de requisitos.

	Finalización de trámite. Recepción del documento final.
Documento/servicio final:	Procedente: Resolución Administrativa Improcedente: Oficio de respuesta
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 50.- BAJA DE AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL.

BAJA DE AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL	
¿En qué consiste?	Otorgar la baja de la autorización de la actividad económica en espacios de Dominio Municipal, para la suspensión de actividades lucrativas.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
. Instancia responsable.	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	22 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	Persona Natural: Oficio de solicitud dirigido a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas. Fotocopia simple de cedula de identidad (vigente) del titular del puesto de venta. Fotocopia simple del último documento de autorización. Fotocopia simple del pago de la última patente municipal (Gestión Fiscal vigente).

	<p>Croquis de ubicación (puede ser elaborado a mano alzada).</p> <p>Persona Jurídica agregar:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del representante legal (vigente).</p> <p>Fotocopia simple del Número de Identificación Tributaria (NIT)</p> <p>Fotocopia simple de la Licencia de Funcionamiento</p> <p>Fotocopia simple de la Matrícula de FUNDAEMPRESA.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Procedente: Resolución Administrativa</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta</p>
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 51.- RENOVACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL.

RENOVACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL	
¿En qué consiste?	Otorgar al solicitante la renovación de la autorización para realizar actividad económica en espacios de Dominio Municipal, con fines lucrativos.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	60 días hábiles

Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	<p>Persona Natural:</p> <p>Oficio de solicitud dirigido a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas.</p> <p>Fotocopia simple de cedula de identidad (vigente) del titular del puesto.</p> <p>Fotocopia simple del último documento de autorización.</p> <p>Fotocopia simple del pago de la última patente municipal (gestión fiscal vigente).</p> <p>Documentos actualizados que acrediten el estado de necesidad (enfermedad, discapacidad o personas adultas mayores).</p> <p>Croquis de ubicación (puede ser elaborado a mano alzada).</p> <p>Persona Jurídica agregar:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del representante legal (vigente).</p> <p>Fotocopia simple del Número de Identificación Tributaria (NIT)</p> <p>Fotocopia simple de la Licencia de Funcionamiento</p> <p>Fotocopia simple de la Matrícula de FUNDAEMPRESA.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Procedente: Resolución Administrativa</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta</p>
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 52.- AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL.

AUTORIZACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PROPIEDAD MUNICIPAL	
¿En qué consiste?	Otorgar al solicitante la autorización para realizar actividad económica en espacios de Dominio Municipal, con fines lucrativos.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	60 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	<p>Persona Natural:</p> <p>Oficio de solicitud dirigido a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas.</p> <p>Fotocopia simple de cedula de identidad (vigente).</p> <p>Documentos que acrediten el estado de necesidad (enfermedad, discapacidad o persona adulta mayor)</p> <p>Croquis de ubicación del lugar solicitado (puede ser elaborado a mano alzada).</p> <p>Persona Jurídica:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del representante legal (vigente).</p> <p>Fotocopia simple del Número de Identificación Tributaria (NIT)</p> <p>Fotocopia simple de la Licencia de Funcionamiento</p> <p>Fotocopia simple de la Matrícula de FUNDAEMPRESA.</p>
Pasos del ciudadano:	Inicio de trámite. Presentación de requisitos.

	Finalización de trámite. Recepción del documento final.
Documento/servicio final:	Procedente: Resolución Administrativa Improcedente: Oficio de respuesta
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 53.- AUTORIZACIÓN DE REUBICACIÓN DE PUESTO DE VENTA.

AUTORIZACIÓN DE REUBICACIÓN DE PUESTO	
¿En qué consiste?	Reubicación física y cambio de numero de puesto con la respectiva modificación en el sistema GENESIS de datos autorizados
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	32 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	Persona Natural: Solicitud escrita dirigida a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas. Fotocopia simple de cedula de identidad (vigente) del titular del puesto. Certificación del directorio o maestrero del mercado (según corresponda). Fotocopia simple del pago de la última patente municipal (gestión fiscal vigente). Croquis de ubicación (puede ser elaborado a mano alzada). Persona Jurídica agregar: Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.

	<p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del representante legal (vigente).</p> <p>Fotocopia simple del Número de Identificación Tributaria (NIT)</p> <p>Fotocopia simple de la Licencia de Funcionamiento</p> <p>Fotocopia simple de la Matrícula de FUNDAEMPRESA.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Desarrollar Actividad Económica en el Puesto de Venta a fin de evidenciar datos técnicos (verificación)</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Procedente: Resolución Administrativa</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta</p>
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 54.- AUTORIZACIÓN DE ATENCIÓN SECUNDARIA.

AUTORIZACIÓN DE ATENCIÓN SECUNDARIA	
¿En qué consiste?	Otorgar el permiso al autorizado para ausentarse en el desarrollo de su actividad económica.
¿Dónde se inicia el servicio?	<p>Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P.</p> <p>Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero</p>
Instancia responsable.	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	10 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	<p>Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud.</p> <p>El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.</p>

Requisitos:	<p>Persona Natural:</p> <p>Solicitud escrita dirigida a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas.</p> <p>Fotocopia simple de cédula de identidad (vigente) del titular del puesto.</p> <p>Fotocopia simple de cédula de identidad (vigente) de quien va atender el puesto de venta.</p> <p>Certificación del directorio o maestrero del mercado (según corresponda).</p> <p>Fotocopia simple de descargos que acredite la solicitud (problemas de salud, viaje, otros).</p> <p>Fotocopia simple del pago de la última patente municipal (Gestión Fiscal vigente).</p> <p>Croquis de ubicación (puede ser elaborado a mano alzada).</p> <p>Persona Jurídica agregar:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del representante legal (vigente).</p> <p>Fotocopia simple del Número de Identificación Tributaria (NIT)</p> <p>Fotocopia simple de la Licencia de Funcionamiento</p> <p>Fotocopia simple de la Matrícula de FUNDAEMPRESA.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Desarrollar Actividad Económica en el Puesto de Venta a fin de evidenciar datos técnicos (verificación)</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Procedente: Resolución Administrativa</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta</p>
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 55.- RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL.

RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL	
¿En qué consiste?	Modificación de los datos autorizados (tipo de mueble, rubro, medidas y horario), en el sistema GENESIS
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	32 días hábiles
Tiempo de duración:	De Acuerdo a Plazos conforme a procedimiento establecido.
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	<p>Persona Natural:</p> <p>Solicitud escrita dirigida a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas.</p> <p>Fotocopia simple de cedula de identidad (vigente) del titular del puesto</p> <p>Certificado del maestrerío o directorio del mercado.</p> <p>Fotocopia simple del pago de la última patente municipal (gestión fiscal vigente).</p> <p>Croquis de ubicación (puede ser elaborado a mano alzada).</p> <p>Persona Jurídica agregar:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del representante legal (vigente).</p> <p>Fotocopia simple del Número de Identificación Tributaria (NIT)</p> <p>Fotocopia simple de la Licencia de Funcionamiento</p> <p>Fotocopia simple de la Matrícula de FUNDAEMPRESA.</p>
Pasos del ciudadano:	Inicio de trámite. Presentación de requisitos.

	Desarrollar Actividad Económica en el Puesto de Venta a fin de evidenciar datos técnicos (verificación) Finalización de trámite. Recepción del documento final.
Documento/servicio final:	Procedente: Memorándum Improcedente: Oficio de respuesta
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 56.- CAMBIO DE NOMBRE DE PUESTO DE VENTA EN MERCADOS.

CAMBIO DE NOMBRE PUESTO DE VENTA EN MERCADOS	
¿En qué consiste?	Cambio de titularidad del puesto de venta con la respectiva modificación en el sistema GENESIS del cambio de nombre
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Unidad de Mercados – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas – Secretaría Municipal de Desarrollo Económico
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	60 días hábiles
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	Persona Natural: Oficio de solicitud dirigido a la Directora de Mercados y Comercio en Vías Públicas. Fotocopia simple de cedula de identidad (vigente) del titular del puesto. Fotocopia simple de cedula de identidad (vigente) del solicitante del puesto. Certificado de conformidad de cambio de nombre firmado por el o la titular del puesto y el o la solicitante (cuando corresponda).

	<p>Certificado de defunción original del titular del puesto (cuando corresponda).</p> <p>Fotocopia simple del pago de la última patente municipal (gestión fiscal vigente).</p> <p>Certificado del maestrero o directorio del mercado.</p> <p>Croquis de ubicación (puede ser elaborado a mano alzada).</p> <p>Persona Jurídica:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del representante legal (vigente).</p> <p>Fotocopia simple del Número de Identificación Tributaria (NIT)</p> <p>Fotocopia simple de la Licencia de Funcionamiento</p> <p>Fotocopia simple de la Matrícula de FUNDAEMPRESA.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Desarrollar Actividad Económica en el Puesto de Venta a fin de evidenciar datos técnicos (verificación)</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Procedente: Resolución Administrativa</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta</p>
Marco Legal:	DM N° 034/2017; La Paz 28 diciembre 2017

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 57.- REUBICACIÓN DE PUESTO DE VENTA.

REUBICACIÓN DE PUESTO DE VENTA	
¿En qué consiste?	Modificación en el Sistema Georeferenciado de Actividades Económicas (SIGAE) del lugar autorizada en la patente municipal a otro.
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable	Asesoría Legal – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas S.M.D.E.

Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	De Acuerdo a Plazos conforme a procedimiento establecido.
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	El trámite debe ser realizado de manera personal o con Poder Notariado. En Plataforma Sitr@m verificaran la presentación del trámite.
Requisitos:	<p>Persona Natural:</p> <p>Solicitud escrita dirigida al (la) Director (a) de Mercados y Comercio en Vías Públicas, que deberá contener: b) nombre y apellido del interesado y en su caso de la persona que lo represente, c) El domicilio a efectos de la notificación y d) firma de denunciante o apoderado.</p> <p>Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del titular del puesto de venta.</p> <p>Croquis de ubicación.</p> <p>Fotocopia simple de la patente municipal (Gestión Fiscal vigente).</p> <p>Documentación de respaldo que acredite la rectificación solicitada (Documento individual FUM, comprobante de caja, certificaciones, otros)</p> <p>Persona Jurídica:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Procedente: Resolución Administrativa</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta</p>
Marco Legal:	<p>Ley N° 2341 de 23 de abril de 2002</p> <p>Leyes Municipales Autonómicas GAMLP N° 007/2011, GAMLP N° 013/2011, GAMLP N° 014/2012, GAMLP N° 222/2017 y GAMLP N° 269/2017.</p> <p>D.M. N° 24/2017 de 01 de septiembre de 2017</p>

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 58.- CAMBIO DE NOMBRE DEL TITULAR DEL PUESTO DE VENTA Y RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL.

CAMBIO DE NOMBRE DEL TITULAR DEL PUESTO DE VENTA Y RECTIFICACIÓN DE DATOS AUTORIZADOS EN LA PATENTE MUNICIPAL	
¿En qué consiste?	Modificación en el Sistema Georeferenciado de Actividades Económicas (SIGAE) del nombre del Titular por el del solicitante y rectificación de datos autorizados en la patente municipal (tipo de mueble, rubro, medidas y horario).
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable.	Asesoría Legal – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas S.M.D.E.
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	De Acuerdo a Plazos conforme a procedimiento establecido.
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	Su documentación será valorada en SITR@M, verificando si cumple con todos los requisitos exigidos para el ingreso de su solicitud. El trámite debe ser realizado de manera personal o con poder notariado.
Requisitos:	Persona Natural: Solicitud escrita dirigida al Director (a) de Mercados y Comercio en Vías Públicas, que deberá contener: b) nombre y apellido del interesado y en su caso de la persona que lo represente, c) El domicilio a efectos de la notificación y d) firma de denunciante o apoderado. Fotocopias simples de las Cédulas de Identidad (Titular del puesto de venta y solicitante). Croquis de ubicación. Fotocopia simple de la patente municipal (Gestión Fiscal vigente). Documento de Conformidad original (suscrito por ambas partes, titular y solicitante) o Certificado de Defunción.

	Documentación de respaldo que acredite la rectificación solicitada (Documento individual FUM, comprobante de caja, certificaciones, otros) Persona Jurídica: Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.
Pasos del ciudadano:	Inicio de trámite. Presentación de requisitos. Finalización de trámite. Recepción del documento final.
Documento/servicio final:	Procedente: Resolución Administrativa, memorándum. Improcedente: Oficio de respuesta
Marco Legal:	Ley N° 2341 de 23 de abril de 2002 Leyes Municipales Autónomas GAMLP N° 007/2011, GAMLP N° 013/2011, GAMLP N° 014/2012, GAMLP N° 222/2017 y GAMLP N° 269/2017. D.M. N° 24/2017 de 01 de septiembre de 2017

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 59.- CAMBIO DE NOMBRE DEL TITULAR DEL PUESTO DE VENTA.

CAMBIO DE NOMBRE DEL TITULAR DEL PUESTO DE VENTA	
¿En qué consiste?	Modificación en el Sistema Georeferenciado de Actividades Económicas (SIGAE) del nombre del Titular del puesto de venta por el del solicitante
¿Dónde se inicia el servicio?	Plataforma SITR@M – D.M.C.V.P. Mercado. Miraflores, Calle Díaz Romero
Instancia responsable	Asesoría Legal – Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas S.M.D.E.
Días y horarios de atención:	Lunes a Viernes de 09:15 a 16:30
Tiempo de duración:	De Acuerdo a Plazos conforme a procedimiento establecido.
Antes de empezar su trámite, usted necesita saber que:	El trámite debe ser realizado de manera personal o con Poder Notariado. En Plataforma SITR@M verificaran la presentación del trámite.

Requisitos:	<p>Persona Natural:</p> <p>Solicitud escrita dirigida al Director (a) de Mercados y Comercio en Vías Públicas, que deberá contener: b) nombre y apellido del interesado y en su caso de la persona que lo represente, c) El domicilio a efectos de la notificación y d) firma de denunciante o apoderado.</p> <p>Fotocopias simples de las Cédulas de Identidad (Titular del puesto de venta y solicitante).</p> <p>Croquis de ubicación.</p> <p>Fotocopia simple de la patente municipal (Gestión Fiscal vigente).</p> <p>Documento de Conformidad original (suscrito por ambas partes, titular y solicitante) o Certificado de Defunción.</p> <p>Persona Jurídica:</p> <p>Original y fotocopia del poder notariado vigente del representante legal.</p>
Pasos del ciudadano:	<p>Inicio de trámite. Presentación de requisitos.</p> <p>Finalización de trámite. Recepción del documento final.</p>
Documento/servicio final:	<p>Procedente: Resolución Administrativa</p> <p>Improcedente: Oficio de respuesta</p>
Marco Legal:	<p>Ley N° 2341 de 23 de abril de 2002</p> <p>Leyes Municipales Autonómicas GAMLP N° 007/2011, GAMLP N° 013/2011, GAMLP N° 014/2012, GAMLP N° 222/2017 y GAMLP N° 269/2017.</p> <p>D.M. N° 24/2017 de 01 de septiembre de 2017</p>

FUENTE: Elaboración propia

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.

Bailey, MSc. Antonio Bustillos. (2020). ESPACIOS PÚBLICOS Y ORDEN URBANO: EL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA, CONFLICTOS, ORGANIZACIONES Y LEGITIMACIÓN. *Investigación REVISTA DIGITAL & Negocios*, 23-32. Obtenido de <https://doi.org/10.38147/invneg.v13i22.97>

CANO, MARLLY ARCILA. (2012). *COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES*. PEREIRA-COLOMBIA: UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA.

Carlos Balderrama Mariscal, N. T. (Abril de 2011). *Migración rural en Bolivia: El impacto del cambio climático, la crisis económica y las políticas estatales*. (H. S. Series, Ed.) Obtenido de <https://www.iied.org/sites/default/files/pdfs/migrate/10568SIIED.pdf>: <https://www.iied.org/sites/default/files/pdfs/migrate/10568SIIED.pdf>

Castillo Caicedo, Maribel; González, Jorge Iván. (abril-junio de 2012). Econometría + Investigación Acción Participativa: ¿se reconoce la utilidad de usarlos juntos en las Ciencias Sociales? *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XVIII(2), 353-364. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28023310014.pdf>

Eliser Nemesio Roca Tancara, E. J. (2017). *IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL ORIENTADA A CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO*. La Paz: UMSA.

García, Dr. Alan Henderson. (2014). El arte de elaborar el estado del arte en una investigación. *ITCR*, 2-33.

Gestión, G. D. (2016 - 2020). *Plan Estratégico Institucional del Gobierno Autonomo Municipal de La Paz*. La Paz .

- GUEVARA PATIÑO, RAGNHILD. (Enero de 2016). El estado del arte en la investigación: ¿análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos? *Revista Folios*, 165-179. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=345945922011>
- Heroica e Histórica Ciudad de Cuatla, C. M. (H.H.Cuautla, Mor., a 11 de Julio de 2017.). *Manual de Organizaciones de la Dirección de Mercados Municipales*. Mexicana.
- LLUSCO, J. L. (2018). *MODALIDAD DE ACTUALIZACIÓN ANALISIS Y PROPUESTA DE 3 PILARES PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DEL G.A.M.E.A. La Paz : UMSA.*
- Londoño., D. A. (2004 - 2006). *Espacios Urbanos y Comercio en Vías Públicas Reglas, Redes y Uso del Espacio Público en la Ciudad de México*. México: FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES.
- México, M. d. (2013 - 2015). *Manual de Organización de Mercados, Tianguis y Comercio Establecido de Juchitepec*. Estado de México 2013-2015 DIRECCIÓN DE REGLAMENTOS.
- MUNICIPIO DE BENITO JUAREZ, Q. R. (2010). *MANUAL DE ORGANIZACIÓN DE COMERCIO EN VÍA PÚBLICA DIRECCIÓN DE COMERCIO EN LA VÍA PÚBLICA*. Código MO-TES-CV. Estado de México de Quintana Roo.
- Ochoa, C. D. (2011). La entrevista periodística: ¿Género o Herramienta? *UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN*, 1-368. Obtenido de [file:///C:/Users/GERMAN/Downloads/Dialnet-LaEntrevistaPeriodistica-41869%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/GERMAN/Downloads/Dialnet-LaEntrevistaPeriodistica-41869%20(2).pdf)
- Paoli, J. A. (1983). *Comunicación e Información* (Segunda ed.). México: Trillas S.A. de C.V.
- Profe Aarón Muñoz Sandoval Director de Comercio del H. Ayuntamiento de Villa de Reyes, S. (11 de Julio de 2016, Villa de Reyes, S.L.P.). *PLAN DE TRABAJO DIRECCIÓN DE COMERCIO*. Estado de México San Luis Potosi.

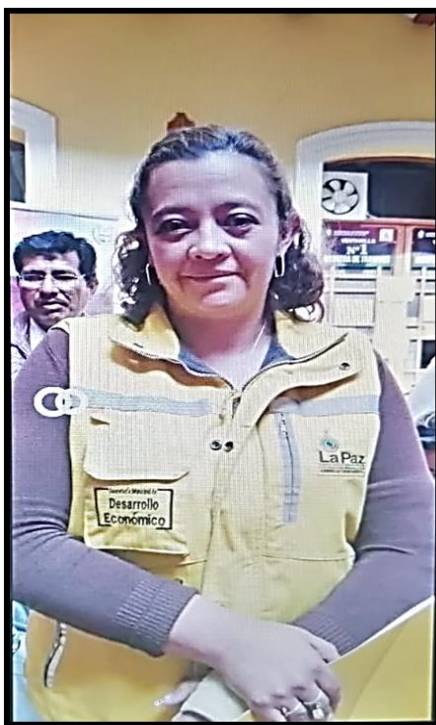
- René Pereira Morato, & A. (2015). *COMERCIO POPULAR EN VÍA PÚBLICA* . La Paz .
- Roberto Hernández Sampieri, C. F.-C. (2004). *Metodología de la Investigación* (tercera ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Sandy Calle Calle, Ana Teresa Badía. (2020). Comunicación Estratégica, clave para un Buen Gobierno. *Revista Cubana de Información y Comunicación*, 9, 1-17. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/ralc/v9n22/2411-9970-ralc-9-22-78.pdf>
- Wendy Rosario Carrillo Davila, L. M. (Ambato-ecuador 2019). *Estrategias Comunicacionales para el Comercio Popular Caso Mercado Central de Ambato*. . Ecuador.
- xOSÉ mANUEL bAAMONDE sILVA. uNIVERSIDAD DE Vigo & Fermín Galindo Arranz Universidad de Santiago de Compostela, J. M. (Año V, Número 8 2012, v2 pp. 89-112). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN 2.0 EN EL MERCADO FERIA DE ESPAÑA, PORTUGAL Y AMÉRICA LATINA*. España : REDMARKA UIMA-Universidad de A. Coruña-CIECID.

ANEXO

Anexo Reporte Fotográfico.

FOTOGRAFÍAS N° 1.- ENTREVISTA A LA DIRECTORA DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOS Y COMERCIO EN VÍAS PÚBLICAS (D.M.C.V.P.)

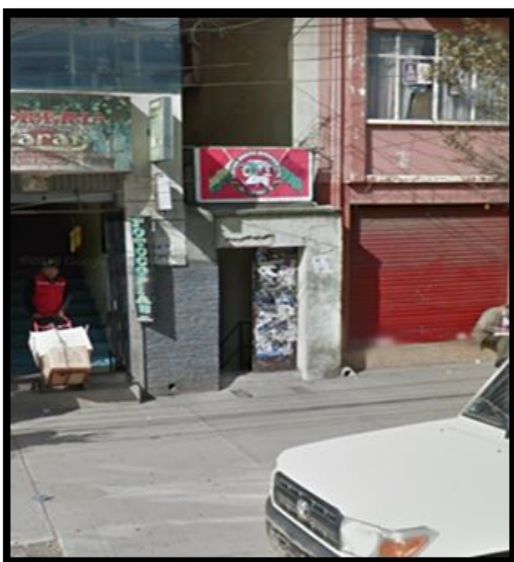
Entrevista a la Lic. Paola Valdenassi Flores Directora de la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.



Entrevista a las 3 Federaciones de la Ciudad de La Paz.

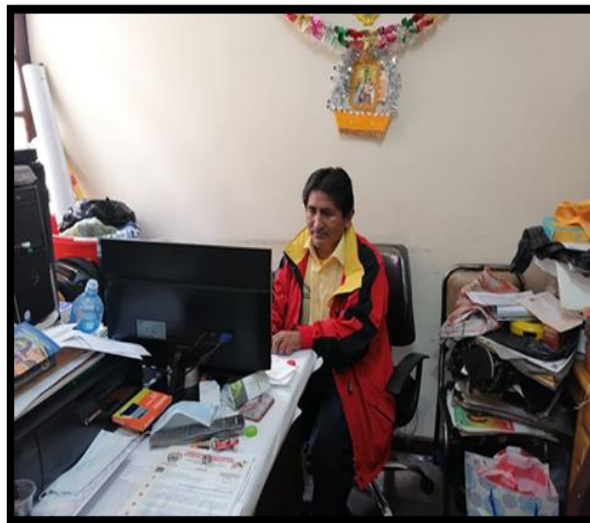
FOTOGRAFÍAS N° 2.- ENTREVISTA AL ACTUAL EJECUTIVO: JULIO ÓSCAR ARANDA URQUIZO.

1. FEDERACIÓN DEPARTAMENTAL DE TRABAJADORES GREMIALES DEL COMERCIO MINORISTA DE LA PAZ, fundado el 10 de noviembre de 1954 con Resolución Suprema N° 171770 afiliado a la C.S.T.G.A.C.M.V.B. - Central Obrera Departamental - Central Obrera Boliviana, Resolución Ministerial N° 504/11, (Actual Ejecutivo: Julio Oscar Aranda Urquizo).



FOTOGRAFÍAS N° 3.- ENTREVISTA AL ACTUAL EJECUTIVO: ZENÓN YUPANQUI ALEJO.

2. FEDERACIÓN DEPARTAMENTAL DE GREMIALES ARTESANOS DEL COMERCIO MINORISTA LA PAZ, fundado el 10 de noviembre de 1954 - R.S.171770, afiliado a la Central Obrera Departamental - C.O.B. - C.S.T.A.C.M.V.B. (Actual Ejecutivo: Zenón Yupanqui Alejo).



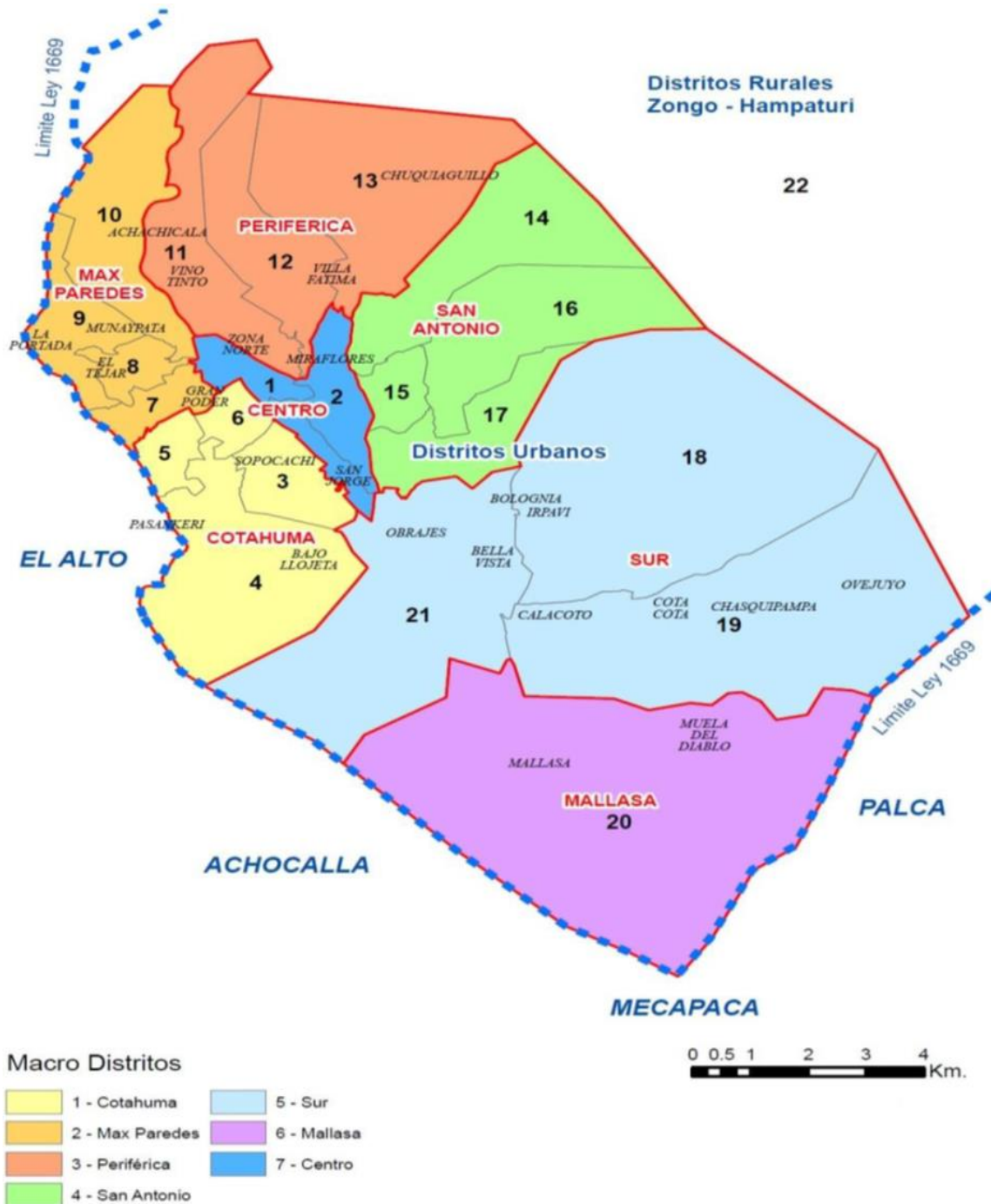
FOTOGRAFÍAS N° 4.- ENTREVISTA AL ACTUAL EJECUTIVO LUZMILA AURORA PATIÑO MORALES.

3. FEDERACIÓN ÚNICA DEPARTAMENTAL DE GREMIALES DEL COMERCIO MINORISTA DE LA PAZ JULIO PATIÑO, fundado el 10 de noviembre de 1954 - R.S. 171770, afiliado a la Central Obrera Boliviana - C.O.D. - C.S.T.G.A.C.M.V.D.B. (Actual Ejecutivo: Luzmila Aurora Patiño Morales).



MAPA DE LOS 7 MACRO DISTRITOS DE LA CIUDAD DE LA PAZ.

FOTOGRAFÍAS N° 5.- MAPA DE LOS 7 MACRO DISTRITOS.



ORDENAMIENTO Y MODERNIZACIÓN DE PUESTOS DE VENTA

FOTOGRAFÍAS N° 6.- ORDENAMIENTO Y MODERNIZACIÓN.

ANTES



DESPUÉS



FOTOGRAFÍAS N° 7.- FISCALIZACIÓN DE PUESTOS DE VENTA.

FISCALIZACIÓN DE PUESTOS DE VENTA







NOMBRES DE LOS 437 GREMIALES ENTRE ELLOS SE ENCUENTRAN

TABLA N° 60.- NOMBRES DE LAS 437 ASOCIACIONES QUE EXISTE EN LA CIUDAD DE LA PAZ.

Asociaciones.

Sindicatos.

Concejo de amautas.

Maestras mayores de mercados municipales.

Organización de gremiales.

N°	NOMBRES DE LAS ASOCIACIONES
1	ASOC. BAZARES-ANAQUELEROS PICADA CHACO(1)
2	ASOC. COM. MIN. ANAQUELEROS, KIOSKOS, MICROSNAXS Y RAMAS SIMILARES
3	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS SECTOR ACHUMANI
4	ASOC. COM. MIN. EN KIOSCOS, ANAQUELES EN LIBROS Y ART. VARIOS AV. VILLAZON Y ADY. "ASOCOMINA"
5	ASOC. COM. MIN. ANAQUELES CENTRAL LA PAZ(1)
6	ASOC. COM. MIN. PASAJE LANZA(1)
7	ASOC. COM. MIN. DE LA CALLE JUAN FIGUEROA
8	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. "14 DE SEPTIEMBRE" (HEROES DEL PACIFICO)(2)
9	ASOC. COM. MIN. 15 DE MARZO DE LA AV. HEROES DEL PACIFICO(1)
10	ASOC. COM. MIN. VIVANDEROS Y VARIOS PRIMERO DE MAYO SAN FRANCISCO
11	ASOC. COMER. MIN 2 DE FEBRERO (1)
12	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS AV. BAUTISTA Y JOSE MARIA ACHA
13	ASOC. COM. MIN. EN FRUTAS Y VARIOS 20 DE MARZO (BAJO TEJAR)(1)
14	ASOC. COM. MIN. 20 DE NOVIEMBRE CENTRAL BAJO HUYUSTUS(1)
15	ASOC. COM. MIN. 20 DE OCTUBRE (CEMENTERIO)(1)
16	ASOC. COM. MIN. 23 DE MARZO CALLE COMERCIO(1)
17	ASOC. COM. MIN. ART. VARIOS Y DISTRACCIONES 23 DE MARZO Sopocachi(3)
18	ASOC. COM. MIN. 25 DE DICIEMBRE CALLE GRANEROS Y FIGUEROA (1)
19	ASOC. COM. MIN. 27 DE MAYO PARQUE ZONA BAJO TEJAR)(1).

20	ASOC. COM. MIN. 3 DE ABRIL EGUINO DE LA CIUDAD DE LA PAZ(1)
21	SINDICATO DE COM. MIN. 3 Y 4 DE MAYO
22	ASOC. COM. MIN. VIVANDERAS EN FRUTAS Y ARTICULOS VARIOS "31 DE MAYO"
23	ASOC. COM. MIN. 5 DE MARZO(1)
24	ASOC. COM. MIN. EN KIOSCOS Y VARIOS 7 DE ABRIL DE LA CANCHA EL TEJAR (CEMENTERIO)(1)
25	ASOC. COM. MIN. ABARROTOS ANTONIO GALLARDO
26	ASOC. COM. MIN. ARTESANOS VIVANDEROS ALMIRANTE GRAU Y GRAL GONZALES, YACUMA Y ADY(3)
27	ASOC. GREMIAL DE ROPA COSIDA Y VARIOS DE LA AV. AMERICA EVARISTO VALLE, FIGUEROA Y TIQUINA
28	ASOC. COM. MIN. DE LAS CALLE NARDIM RIVAS, ANTONIO QUIJARRO, JUAN GRANIER, BEN HUR(1)
29	ASOC. COM. MIN. ART. VARIOS APOSTOL SANTIAGO CALLES RAIMUNDO GONZALES Y MEJILLONES(1)
30	ASOC. GREMIAL DE ARTESANOS ABARQUEROS DE GOMA Y RAMAS ANEXAS DE LA CALLE VICENTE OCHOA, PEDRO DE LA
31	ASOC. UNION VELEROS SAGARNAGA(1)
32	ASOC. COMER. MIN BUENOS AIRES HUYUSTUS
33	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS CALLEJON EMILIO CALDERON, MAX PAREDES, ILLAMPU(1)
34	ASOC. COM. MIN. ART. DE IRA. NECESIDAD CALLE RODRIGUEZ Y LUIS LARA
35	SIND. GREMIAL CARPINTEROS MIXTOS (VICENTE OCHOA)(1)
36	ASOC. COM. MIN. CENTRAL SAN FRANCISCO(3)
37	ASOC. COM. MIN. EN KIOSCOS Y TARIMAS CENTRAL CHOROLQUE(1)
38	ASOC. COM. MIN. CENTRAL FATIMA KIOSKOS, ANAQUELES, MICRO SNACKS, JUEGOS DE RECREACION Y VARIOS
39	ASOC. COM. MIN. CENTRAL LA PAZ 1(2)
40	ASOC. COM. MIN. CENTRAL SEGUROLA(1)
41	ASOC. COMER. MIN CHUQUIAGUILLO
42	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS "CIUDADELA"

43	ASOC. COM. MIN. DULCEROS Y RAMAS ANEXAS EN GRAL LA PAZ
44	ASOC. COM. MIN. VENDEDORES DE SALTEÑAS
45	ASOC. COM. MIN. ESTACION CENTRAL (1)
46	ASOC. COMER. MIN ESTACION CENTRAL (2)
47	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS Y VIVANDERAS ESTADIUM HERNADO SILES, HUGO ESTRADA Y ADY. DE LAS FERIA
48	ASOC. COM. MIN. EVARISTO VALLE BAJO(1)
49	ASOC. COMER. MIN FERIAS FRANCAS ZOILO FLORES ESQ.RODRIGUEZ(1)
50	ASOC. COM. MIN. EN ROPA COSIDA FINAL GRANEROS(1)
51	ASOC. COM. MIN. EN ROPA Y VARIOS DE LA CALLE ISSAC TAMAYO (ESTABLES Y MATINALES)(1)
52	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS DE LA CALLE GARCILAZO DE LA VEGA (ESTABLES Y MATINALES)(1)
53	ASOC. COM. MIN. GARITA DE LIMA (1)
54	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. Y VARIOS KIOSCOS Y TARIMAS GENERAL LUIS LARA Y RODRIGUES DE
55	ASOC. DE ARTESANOS PRODUCTORES DE ROPA EN GENERAL DE LA CALLE JIMENEZ Y GRANEROS DE LA PAZ(1)
56	ASOC. COM. MIN. HEROES DEL PACIFICO
57	ASOC. COM. MIN. DE ART. EN GENERAL HUYUSTUS (ALTO 1)
58	ASOC. DE ARTESANOS COM. MIN. EN GENERAL HUYUSTUS (1)
59	ASOC. COM. MIN. SECTOR CHARAÑA - LA PAZ, CALLE HUYUSTUS (1)
60	ASOC. COM. MIN. ILLAMPU SAGARNAGA
61	ASOC. DE ARTESANOS Y RAMAS ANEXAS ILLAMPU TARIJA(1)
62	ASOC. COM. MIN. ART. VARIOS ILLAMPU VILUYO(1)
63	ASOC. COM. MIN. TUMUSLA, GARITA DE LIMA, SECTOR INCACHACA (SECTOR A Y B)(1)
64	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS AV. PERIFERICA JUAN JOSE TORREZ(1)
65	ASOC. COM. MIN. JOSE MARIA ASIN
66	ASOC. COM. MIN. JOSE VICENTE CAMARGO, AV. TITO YUPANQUI (VILLA COPACABANA)
67	ASOC. COM. MIN. JUAN GRANIER(1)

68	ASOCIACION DE ARTESANOS Y ARTICULOS VARIOS DE LAS CALLES LINO MONASTERIOS, ENTRE RIOS (EX MERCACHIFLES)
69	ASOC. COM. MIN. EN KIOSKOS VIVANDERAS Y R.A. VILLA FATIMA (15 DE ABRIL)(1)
70	ASOC. COM. MIN. KIOSKOS Y ANAQUELES DEL SECT. MIRAFLORES Y VILLAS RESPECTIVAS DE LA PAZ
71	ASOC. COM. MIN. KIOSKOS Y ANAQUELES ZONA CALLAMPAYA Y PLAZA REYES ORTIZ
72	ASOC. COM. MIN. KIOSKOS ILLIMANI
73	ASOC. COM. MIN. EN KIOSKOS EN RAMAS ANEXAS DE LA AV. BUENOS AIRES Y ADYACENTES(1)
74	ASOC. COMER. MIN KIOSKOS Y RAMAS ANEXAS
75	ASOC. COM. MIN. DE LA CALLE TARAPACA MAX PAREDES ESQ. GARITA DE LIMA Y AV. BUENOS AIRES
76	ASOC. COM. MIN. EN PATATAS Y VERDURAS DE LA CALLE MAX PAREDES Y RODRIGUEZ DE LA PAZ
77	ASOC. COM. MIN. MIXTO AVAROA
78	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. RODRIGUEZ
79	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. Y VARIOS DE LA CALLE MUNAYPATA Y HUYUSTUS DE LA PAZ
80	ASOC. REGIONAL DE PRODUCTORES DE NOR Y SUD YUNGAS (cementerio)
81	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS SECTOR VITA-MANCO KAPAC Y ADY.DE LA CIUDAD DE LA PAZ(1)
82	ASOC. COMER.MIN EN ART. DE 1u00AA NEC Y ROPA USADA OCOBAYA Y LAS AMERICAS(1)
83	SIND. GREMIAL DE TRABAJADORES EN VESTUARIO (ADOLFO ORTEGA)
84	ASOC. COMER. MIN PASTILLEROS Y RAMAS ANEXAS
85	ASOC. COM. MIN. ELOY SALMON Y PEDRO DE LA GASCA (1)
86	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. DE LA AV. HEROES DEL PACIFICO Y PICADA CHACO (2)
87	ASOC. COM. MIN. PLAYA AZUL
88	ASOC. COM. MIN. ART. VARIOS PLAZA ALONZO DE MENDOZA(1)

89	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS PLAZA MARCELO QUIROGA SANTA CRUZ(1)
90	ASOC. COM. MIN. PRODUCTORES Y COM. EN SALTENAS
91	ASOC. COM. MIN. PUENTE VILLA
92	ASOC. VIVANDEROS Y RAMAS ANEXAS PZA. ANTOFAGASTA(3)
93	ASOC. COM. MIN. EN ROPA COSIDA EN GENERAL SAGARNAGA E ISAAC TAMAYO(3)
94	ASOC. COM. MIN. SAN JUAN BAUTISTA(1)
95	ASOC. COM. MIN. SAN SEBASTIAN PASAJE TIQUINA(1)
96	ASOC. COM. MIN. LA UNION SEBASTIAN SEGUROLA(1)
97	ASOC. COM. MIN. DE ANAQUELES, KIOSCOS Y VARIOS SIEMPRE UNIDOS
98	ASOC. COM. MIN. TELAS, GENEROS, TOCUYOS BUENOS AIRES, MAX PAREDES Y LEON DE LA BARRA
99	ASOC. COM. MIN. TOCUYOS Y GENEROS PZA QUIROGA SANTA CRUZ (1)
100	ASOC. COM. MIN. Y ARTESANOS TUMUSLA EGUINO(1)
101	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. DE LA CALLE TUMUSLA, GARITA DE LIMA(1)
102	ASOC. UNICA DE COM. MIN. EN ALIMENTACION HOTDOGS Y HAMBURGUESAS(1)
103	ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS DEL MERCADO BAJO BELEN II Y ADYACENTES
104	ASOC. COM. MIN. UNION CHOROLQUE
105	ASOC. COM. MIN. UNION MAX PAREDES(1)
106	ASOC. COM. MIN. EN ROPA Y VARIOS UNION MURILLO(1)
107	COOPERATIVA DE CONSUMOS LINARES EN CONFECCIONES DE VESTUARIOS Y RAMAS ANEXAS
108	ASOC. COM. MIN. VIAJEROS SORATA-ISAAC TAMAYO(1)
109	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. DE LAS CALLES ZOILO FLORES Y RIOBAMBA(1)
110	ASOC. COM. MIN. CALLE MUNAYPATA, TUMUSLA Y G.ORTIZ(3)
111	ASOC. COM. MIN. KIOSKOS VENDEDORES PRODUCTOS LACTEOS
112	ASOC. MIXTA KIOSKOS AV BUENOS AIRES Y MAX PAREDES

113	ASOC. MIXTA KIOSKOS AV BUENOS AIRES Y MAX PAREDES (ASOC. VIVANDEROS AV. B. AIRES)
114	ASOC. KIOSQUEROS Y COM. MIN. EN VARIOS (PUENTE TOPATER)
115	ASOC. UNICA DE COM. EN ALIMENTOS EN HOTDOGS Y HAMBURGUESAS
116	ASOC. COM. MIN. EN CARBON VEGETAL(3)
117	ASOC. COM. MIN. GREMIAL DE KIOSQUEROS Y VIVANDEROS DISTRITAL MAX PAREDES(3)
118	ASOC. COM. MIN. CENTRAL LUCIO PEREZ VELASCO(2)
119	FEDERACION DEPARTAMENTAL DE ARTESANOS EN CALZADOS LA PAZ
120	ASOC. COM. MIN. PARQUE LAICACOTA(3)
121	ASOC. DE VIVANDERAS Y OTROS PARQUE ROSSEVELL(3)
122	ASOC. COM. MIN. PLAZA FELIX REYES ORTIZ(2)
123	ASOC. COM. MIN. SEÑOR DE LA EXALTACION
124	ASOC. COM. MIN. EN MERCACHIFLES(2)
125	ASOC. OTERO DE LA VEGA
126	ASOC. MIXTA KIOSKOS AV BUENOS AIRES Y MAX PAREDES (ASOC. VIVANDEROS AV, BUENOS AIRES)
127	ASOC. GREMIAL COM. MIN. EN DULCES Y VARIOS DE LA PAZ (1)
128	ASOC. MIXTA DE KIOSQUEROS DE LA CALLE GARCILAZO DE LA VEGA, BUENOS AIRES Y RICARDO BUSTAMANTE(3)
129	ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS DE PASTILLEROS Y RAMAS ANEXAS
130	ASOC. TRABAJADORES DEL COMER. MIN. LA PAZ (3)
131	ASOC. DE VOCEADORES DE REVISTAS DE LA PAZ(2)
132	ASOC. COM. MIN. CENTRAL PORVENIR LA PAZ
133	TERMINAL DE BUSES
134	TIENDAS MERCADO CORAZON DE JESUS (chamoco chico)
135	TIENDAS MERCADO RODRIGUEZ
136	ASOC. COM. MIN. CENTRAL LA PAZ 25 DE OCTUBRE(3)
137	ASOC. COM. MIN. DULCEROS, VIVANDEROS, LIBREROS Y RAMAS SIMILARES DON BOSCO (3)

138	RAMAS SIMILARES
139	ASOC. COM. MIN. 23 DE DICIEMBRE (villa fatima)(1)
140	SIND. TARQUINO
141	SEC. MIRAFLORES Y ADYACENTES
142	ASOC. COM. MIN. ANAQUELES 24 DE JUNIO(2)
143	ASOC. COM. MIN. ART. EN GENERAL CENTRAL RODRIGUEZ(3)
144	ASOC. COM. MIN. EN BATIDOS Y VARIOS 10 DE FEBRERO(3)
145	ASOC. COM. MIN. CENTRAL ILLIMANI(2)
146	SIND. DE VOCEADORES
147	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS Y OTROS (VILLA VICTORIA)(2)
148	ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS VIRGEN DE ASUNCION Y ADYACENTES
149	TEJADA SORZANO Y PROLONGACION BUSCH
150	ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS EN ARTICULOS VARIOS DE LA FERIA FRANCA DE LA ZONA DE MUNAYPATA
151	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PROD. DE ACHOCALLA Y OTROS SECTORES (R. BUSTAMANTE Y ELOY SALMON, AV. E.
152	ASOC. COM. MIN. AMBULANTES EN ART. DE FERRETERIA Y VARIOS 10 DE MAYO(3)
153	ASOC. COM. MIN. PROD. PROV. OMASUYOS CALLE 4TO. CENTANARIO VICENTE OCHOA Y A. GALLARDO
154	ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS EN FRUTA "LAS TRES MARIAS"
155	ASOC. COMER. MIN CHUQUIAGO MARCA(3)
156	ASOC. COM. MIN. 4 DE MARZO(2)
157	ASOC. COM. MIN. 12 DE FEBRERO(2)
158	ASOC. COM. MIN. CENTRAL PRADO Y ADY(3)
159	ASOC. COM. MIN. 22 DE MARZO ZONA CENTRAL Y ADY(3)
160	ASOC. COM. MIN. EN MICRO SNACK ANAQUELES KIOSCOS Y OTROS HEROES DEL ACRE(2)
161	SANTA TERESITA
162	ASOC. SANTA CRUZ
163	ASOC. MUNAYPATA 2 DE AGOSTO

164	ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS "31 DE OCTUBRE" VILLA SAN ANTONIO BAJO
165	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS 4 DE AGOSTO PLAZA V. J. EGUINO(5)
166	ASOC. VILLA FATIMA CENTRAL
167	ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS EN ARTICULOS VARIOS UNION PACAJES - SECTOR II
168	ASOC. 22 DE MAYO
169	ASOC. COM. MIN. DE LA CALLE POTOSI SECTOR ELCO(3)
170	ASOC. COM. MIN. Y RAMAS ANEXAS CENTRAL AYACUCHO(3)
171	ASOC. COM. MIN. 27 DE MARZO PAMPAHASI(2)
172	ASOC. COM. MIN. EN ANAQUELES KIOSCOS Y RAMAS ANEXAS DE LA CALLE 21 Y ADYASENTES DE CALACOTO(5)
173	ASOC. COM. MIN. 21 DE ABRIL(3)
174	ASOC. 15 DE DICIEMBRE
175	ASOC. VILLA ARMONIA
176	ASOC. YACUMA
177	ASOC. SEÑOR DE LA SENTENCIA
178	ASOC. COM. MIN. KIOSQUEROS Y VIVANDEROS ZONA SUR (19 DE MARZO)
179	ASOC. COM. MIN. NUESTRA SEÑORA DE LA PAZ
180	SIND. PARQUE RIHOSINIO
181	SIND. TEATRO AL AIRE LIBRE
182	ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS THAINE BUENOS AIRES ESQUINA MAX PAREDES
183	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS MATINALES 16 DE JULIO, MEDIA LUNA, PLAZA V. J. EGUINO
184	ASOC. 16 DE FEBRERO NO VIDENTES
185	ASOC. DE VENDEDORES DE LOTERIA NACIONAL
186	ASOC. DE ARTESANOS PROD. YANAPANACU
187	ASOC. COM. MIN. CROMOS, ALBUMES, ART. BAZAR Y OTROS(2)
188	ASOC. MERCADO 16 DE JULIO
189	ASOC. COM. EN ANAQUELES, KIOSCOS Y RAMAS ANEXAS DE LA CALLE 21 Y ADY DE CALACOTO(3)

190	ASOC. COM. MIN. EN ART.VARIOS AV. BAUTISTA Y JOSE MARIA ACHA (2)
191	ASOC. COMER. MIN EN ROPA Y SIMILARES DE LA E.SALMON Y ADY 15 DE FEBRERO(2)
192	ASOC. ARTESANOS INSTRUMENTOS NATIVOS
193	ASOC. COM. MIN. 24 DE AGOSTO URKUPINA(2)
194	ASOC. COM. MIN. VENDEDORES KIOSCOS, ANAQUELES Y MICROSNAKS Y PUESTOS DE VENTA NIÑO JESUS (alto obra
195	SIND. GUILLERMO GARCIA
196	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. DE LA CALLE RODRIGUEZ, HASTA FINAL SAGARNAGA Y VENANCIO BURG
197	ASOCIACION 25 DE OCTUBRE
198	ASOC. MERCADO HAITI
199	ASOC. SEÑOR DE LAS LAGUNAS 6 DE MARZO
200	ASOC. MIXTA COM. MIN. Y VARIOS DE SEBASTIAN SEGUROLA Y ZONA GRAN PODER(3)
201	ASOC. COM. MIN. ART. VARIOS 24 DE MARZO(2)
202	ASOC. COM. MIN. SEÑOR DE QUILLACAS PLAYA AZUL (1)
203	ASOC. COM. MIN. 26 DE MAYO DE LA PAZ(2)
204	ASOC. COM. MIN. DE TRABAJADORES EN ROPA DE LAS CALLES MAX PAREDES Y SANTA CRUZ
205	ASOC. COM. MIN. PLAZA RIOSINHIO
206	ASOC. COM. MIN. EGUINO, MANCO KAPAC Y ADYACENTES
207	ASOC. COM. MIN. KOLLASUYO Y ADYACENTES(2)
208	ASOC. COM. MIN. EN KIOSCOS Y RAMAS AFINES TEJADA SORZANO(3)
209	ASOC. MERCADO VIVIENDA OBRERO
210	ASOC. COM. MIN. KIOSKOS, MICRO SNACK, ANAQUELES, TARIMAS, CARRITOS CHASQUIPAMPA Y ADY
211	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS 10 DE SEPTIEMBRE BAJO EL TEJAR DE LA PAZ(2)
212	ASOC. COM. MIN. EN HOJA DE COCA AL DETALLE (3)
213	ASOC. COM. MIN. EN FRUTAS Y EN VARIOS 12 DE SEPTIEMBRE DE LAS CALLES RAIMUNDO GONZALES (2)

214	ASOC. AMERICA
215	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. ROPAS Y VARIOS DE LAS CALLES OCOBAYA Y AV. AMERICAS
216	ASOC. COM. MIN. EN FLETES DE REVISTAS DE LA PAZ(2)
217	ASOC. COM. MIN. CENTRAL YANACOCHA(2)
218	ASOC. COM. MIN. LAS BRUJAS Y CHIFLERAS ARTESANOS VARIOS(5)
219	SIND. UNION AV. BUENOS AIRES (PUENTE AVAROA)(2)
220	ASOC. DE COMERCIANTES MIN KIOSCOS Y RAMAS ANEXAS
221	SIND. LA PAZ
222	ASOC. COM. MIN. CENTRAL UNION HUARINA(2)
223	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. DE LA AV. BUENOS AIRES HUYUSTUS (GARCILAZO - MANCO KAPAC)(1)
224	ASOC. COM. MIN. CALLE FIGUEROA 24 DE NOVIEMBRE (3)
225	ASOC. COM. MIN. PROGRESO CALLE FIGUEROA (2)
226	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. 11 DE AGOSTO AV. HEROES DEL PACIFICO(2)
227	ASOC. COM. MIN. Y VESTUARIOS DE LAS HEROES DEL PACIFICO Y SANTOS PRADA(2)
228	ASOC. COM. MIN. AMBULANTES EN COCHES CENTRAL AROMA(1)
229	ASOC. DE COMER. MIN HELADOS DE CANELAS
230	ASOC. COM. MIN. KIOSCOS ANAQUELES VARIOS COBIJA DE LA ZONA ACHACHICALA DE LA CIUDAD DE LA PAZ(2)
231	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS MERCADO EL TEJAR
232	ASOC. COM. MIN. CENTRAL MARISCAL SANTA CRUZ Y OBELISCO(2)
233	ASOC. COM. MIN. BUENOS AIRES)(2)
234	ASOC. COM. MIN. PANIFICADORAS ARCAYAS EN PAN ESPECIAL SAN NICOLAS DE TOLENTINO(3)
235	MERCADO FIGUEROA
236	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS EN CARRITOS MOVILES Y KIOSCOS 10 DE OCTUBRE(2)
237	SOCIEDAD DE COM. MIN. DE VENTA DE PESCADOS DE LAS CALLES SANTOS PRADO, VALENTIN NAVARRO Y ADY. DE LA

238	ASOC. COM. MIN. VESTUARIO ILLAMPU (PLAZA EQUINO)(2)
239	ASOC. COM. MIN. 15 DE MAYO(2)
240	ASOC. 18 DE ABRIL (vivanderos)
241	ASOC. GREMIAL DE VIVANDERAS DE LA CALLE JIMENEZ (VIVANDEROS)
242	ASOC. MIXTA AVAROA SECTOR MAX PAREDES - BUENOS AIRES
243	ASOC. COM. MIN. MIGUEL APARICIO-PUENTE VILLA(1)
244	ASOC. COM. MIN. TUMUSLA Y LA TABLADA(1)
245	ASOC. KIOSQUEROS, VIVANDEROS, BUENOS AIRES, RODRIGUEZ
246	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. SORATA-ISAAC TAMAYO
247	ASOC. COM. MIN. 14 DE SEPTIEMBRE MAX PAREDES - GARITA DE LIMA(1)
248	ASOC. LARECAJA
249	ASOC. COM. MIN. 23 DE MARZO-FIGUEROA(3)
250	SIND. MURILLO Y ADYACENTES
251	ASOC. COM. MIN. PRIMERO DE MAYO GARITA DE LIMA(1)
252	ASOC. CONFECCIONISTAS DE MANTAS (3)
253	ASOC. COM. MIN. CHOCLERAS Y VARIOS DE LA AV. HEROES DEL PACIFICO CALLES REYES CARDONA AV. ENTRE RIOS
254	ASOC. ARTESANOS CONFECCION Y TEJIDOS S. DE LOYOLA(5)
255	ASOC. COM. MIN. DE LA CALLE ILLAMPU SANTACRUZ (COMIDA Y VERDURAS)(1)
256	UNION RODRIGUEZ
257	ASOC. COM. MIN. PUERTO LINDERO VILLA ANTOFAGASTA(2)
258	ASOC. COM. MIN. ADOLFO ORTEGA
259	ASOC. VIRGEN DE LA ASUNCION
260	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. FERIA FRANCA STRONGEST(3)
261	ASOC. COM. MIN. ARMANDO ESCOBAR URIA(3)
262	ASOC. COM. MIN. FERIA FRANCA 4 DE ABRIL(2)
263	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. FINAL MAX PAREDES ESTABLES Y MANTINALES (1)
264	ASOC. GREMI. ROPAY VARIOS, AV.AMERICA, STA. ANIT, E. VALLE, TIQUINA , FIGUEROA Y PANDO(1)
265	ASOC. COM. MIN. CEREALES Y ART. VARIOS CENTRAL AVAROA(3)

266	ASOC. COM. MIN. PRIMERA NEC. ILLAMPU(3)
267	ASOC. COM. MIN. DEL MERCADO TOPATER Y ADY. (3)
268	ASOC. COMER. MIN EN JOYERIA Y PLATERIA
269	ASOC. MIXTA DE COM. EN ART. VARIOS DE LAS CALLES GRANEROS E ISAAC TAMAYO
270	ASOC. COMER. MIN CENTRAL GRANEROS
271	ASOC. DE DACTILOGRAFOS INDEPENDIENTES EN TRIBUTACION
272	ASOC. DE TRABAJADORES EN CALZADOS EN VIA PUBLICA ZONA CENTRAL
273	ASOC. MIXTA DE COM. EN ART. VARIOS DE LAS CALLES GRANEROS E ISAAC TAMAYO
274	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS EN CARRITOS MOVILES 20 DE ENERO(2)
275	ASOC. MIXTA DE COM. MIN. VILLA FATIMA SALIDAS NOR Y SUD YUNGAS(3)
276	SIND. MIN. DE LA CALLE MAX PAREDES(3)
277	ASOC. COM. MIN. CARBON VEGETAL DE LA ZONA SUR(1)
278	ASOC. COM. MIN. KIOSCOS Y TARIMAS LUIS LARA-RODRIGUEZ(1)
279	ASOC. COM. MIN. EN ROPAS AMERICANAS NOCTURNOS CORAZON DE JESUS ZONA TRONCAL Y ADY.(2)
280	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. DE LAS CALLE E. CALDERON, BUSTAMANTE(3)
281	ASOC. COM. MIN. DE CHUQUIAGUILLO Y KM. 13 DE LA PAZ (GUINDOS)
282	ASOC. COM. MIN. EN KIOSCOS UNION BELEN Y ZOILO FLORES
283	ASOC. COM. MIN. EN PAPATAS Y VERDURAS DE LA CALLE MAX PAREDES Y RODRIGUEZ DE LA PAZ
284	ASOC. TRABAJADORES EN CALZADOS EN VIA PUBLICA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE LA PAZ(5)
285	ASOC. MIXTA DE COM. MIN. EN JOYERIA Y PLATERIA(3)
286	ASOC. DE VENDEDORES MINORISTAS "SAN JUAN 22 DE JUNIO"
287	ASOC. COM. MIN. EN ARTICULOS VARIOS SECTOR ACHUMANI DE LA ZONA SUR DE LA PAZ (3)
288	ASOC. COM. MIN. EN FRUTAS Y VARIOS 3 DE MAYO CARRITOS MOVILES(3)
289	ASOC. COM. MIN. PUENTE AVAROA(2)
290	ASOC. COM. MIN. CENTRAL BUENOS AIRES - MAX PAREDES Y SANTA CRUZ(2)

291	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. EDUARDO AVAROA(2)
292	ASOC. COM. MIN. 27 DE MAYO PLAZA DE LOS HEROES(2)
293	ASOC. COM. MIN. VIVANDEROS UNION SAN FRANCISCO Y RAMAS ANEXAS(2)
294	ASOC. COM. MIN. BUENOS AIRES - ANTONIO GALLARDO(2)
295	ASOC. COM. MIN. EN CHARQUES Y VARIOS SEBASTIAN SEGUROLA(2)
296	ASOC. DE FLORICULTORES, VIVERISTAS PLAN H PRIMAVERA
297	ASOC. COM. MIN. CENTRAL LA PAZ 23 DE MARZO(2)
298	ASOC. COM. MIN. CENTRAL SANTA CRUZ, ENTRE ILLAMPU, LINARES, JIMENEZ Y MURILLO(2)
299	ASOC. COM. MIN. DE ART. DE PRIMERA NECESIDAD Y VARIOS MAX PAREDES Y 14 DE SEPTIEMBRE (2)
300	ASOC. COM. MIN. AMBULANTES EN ART. VARIOS CENTRAL PORVENIR(2)
301	ASOC. DE TRABAJADORES EN COLCHON DE PAJA CALLE ELOY SALMON(2)
302	ASOC. COM. MIN. EN MANTAS Y AGUAYOS Y ART. VARIOS DE LAS CALLE MAX PAREDES Y A. GALLARDO(2)
303	ASOC. COM. MIN. CENTRAL AYACUCHO 2(2)
304	ASOC. GREMIAL MIXTA DE CALZADOS Y ROPA COSIDA DE LAS CALLES MAX PAREDES SANTA CRUZ E ISAC TAMAYO (2)
305	ASOC. COM. MIN. SAN MARTIN DE PORRES CHAPICATU(2)
306	ASOC. COM. MIN. SOPOCACHI(2)
307	ASOC. COM. MIN. EN ROPA COSIDA CALLE ELOY SALMON DE LA CIUDAD DE LA PAZ(2)
308	ASOC. COM. MIN. CENTRAL LEON DE LA BARRA(2)
309	ASOC. COM. MIN. ART. VARIOS Y RAMAS ANEXAS 24 DE ENERO FERIAS DEPARTAMENTALES(2)
310	ASOC. MIXTA DE DULCEROS DE LA PAZ(3)
311	ORGANIZACION GREMIAL ASOCOMINA SECTOR KIOSCOS, ANAQUELES FIJOS
312	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. TUMUSLA-GARITA DE LIMA(3)
313	UNION SINDICAL COOPERATIVA EN ROPA SEBASTIAN SEGUROLA(1)
314	ASOC. COM. MIN. UNION MAX PAREDES(3)
315	ASOC. COM. MIN. SAN JUAN BAUTISTA(3)
316	ASOC. COM. MIN. EN CARRITOS 5 DE ABRIL(3)

317	ASOC. COM. MIN. MAX PAREDES Y GARITA DE LIMA(3)
318	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. RICARDO BUSTAMANTE Y AV. BUENOS AIRES(1)
319	ASOC. COM. MIN. DE LAS CALLE NATANIEL AGUIRRE, A. QUIJARRO, JUAN GRANIER Y CHOROLQUE(1)
320	ASOC. COM. MIN. 23 DE MARZO, A NATANIEL AGUERRE Y A. QUIJARRO(1)
321	ASOC. COM. MIN. DE TRABAJADORES EN ROPA DE LAS CALLE MAX PAREDES, PJE. MULTICOLOR Y SANTA CRUZ DE L
322	ASOC. COM. MIN. CHUQUIAGO MARKA(2)
323	ASOC. COM. MIN. PLAZA SUCRE Y AV. 16 DE JULIO(2)
324	ASOC. COM. MIN. EN KIOSCOS, ANAQUELES Y PUESTOS DE VENTA Y VARIOS SENOR DE EXALTACION(2)
325	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS TERMINAL EMTA Y BUSES DE LA PLAZA ALONZO DE MENDOZA DE LA PAZ(2)
326	ASOC. COM. MIN. 25 DE JULIO EN KIOSQUEROS Y RAMAS ANEXAS SANTIAGO DE MUNAYPATA(2)
327	ASOC. COM. MIN. DE ART. VARIOS 20 DE OCTUBRE BAJO BALLIVIAN
328	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS (PARQUE MEJILLONES AV. HEROES DEL PACIFICO)(2)
329	ASOC. COM. MIN. COLISEO CERRADO(2)
330	ASOC. COMER. MINOR FERIAS FRANCAS ZOILO FLORES ESQ. RODRIGUEZ
331	ASOC. COMER. MIN PARQUE ROOSVELT(3)
332	ASOC. DE TRABAJADORES DEL COM. MIN. LA PAZ(1)
333	ASOC. COM. MIN. ARTESANOS VIVANDEROS 23 DE DICIEMBRE (VILLA FATIMA)(3)
334	ASOC. COM. MIN. VARIOS Y RAMAS ANEXAS 21 DE ABRIL(3)
335	ASOC. COMER. MIN VARIOS Y RAMAS ANEXAS 21 DE ABRIL(2)
336	ASOC. COM. MIN. MIGUEL CASIMIRO APARICIO PUENTE VILLA DE LA ZONA DE VILLA FATIMA(2)
337	ASOC. DE VENDEDORES AMBULANTES DE HELADEROS Y ALGODONEROS DE LA ZONA SUR(3)
338	ASOC. COM. MIN. 5 DE ABRIL(5)

339	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. ILLAMPU-SANTA CRUZ(3)
340	ASOC. COM. MIN. PRODUCTORES DE NOR Y SUD YUNGAS(2)
341	ACM. ARTICULOS EN GRAL. HUYUSTUS ALTO(5)
342	ASOC. COM. MIN. EN ROPA Y VARIOS 27 DE MAYO(5)
343	A.PRODUCTOS SERVICIOS CALZADOS DE NORTE VILLA FATIMA APSCANOVIFA(5)
344	ACM. DULCEROS NUESTRA SRA. DE LA PAZ(5)
345	ASOC. UNICA EN ARTESANIA FLORAL ASUAF
346	SOCIEDAD BOLIVIANA MEDICINA TRADICIONAL
347	ACM. SALTENAS TUCUMANAS Y OTROS, SR. DE SAN PEDRO A(0)
348	SIND. MIXTO DE COM. EN ALIMENTACION DE LA LEON DE LA BARRA - SEBASTIAN SEGUROLA Y ADY.
349	ASOC. COM. MIN. EN ART. VARIOS SECTOR ACHUMANI
350	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NEC. Y RAMAS AFINES DE LA FERIA FRANCA DE AL ALTO ACHUMANI SECTOR
351	ASOC. COM. MIN. 16 JULIO MEDIA LUNA EGUINO (MATINALES)(0)
352	ASOC. DE ARTESANOS CALZADOS Y SERVICIOS VIA PUBLICA SECTOR SUD OESTE(0)
353	ASOC. ARTESANOS COM. MIN. CENTRAL ACHACHICALA 20 OCT KIOSKOS(5)
354	ASOC. SINDICAL VENDEDORES PERIODICOS, REVISTAS, LOTERIA SECTOR SUD LA PAZ(5)
355	ASOC. COM. MIN. 25 DE MARZO(5)
356	ASOC. MIXTA COM. MIN. CENTRAL GRANEROS(5)
357	ASOCIACION APOSTOL SANTIAGO(6)
358	ASOCIACION MIXTA DE COMERCIANTES MINORISTAS EL PORVENIR(6)
359	ASOCIACION DE COM. MIN. EN ART. 1ER NEC 20 DE JULIO, RODRIGUEZ, SAGARNAGA Y VENANCIO BURGOA(6)
360	ASOCIACION ARTESANOS VIVANDEROS MIN. KIOSKOS, ANAQUELES Y RA PLZA. HUMBOLDT (6)
361	ASOCIACIÓN COMERCIANTES MINORISTAS EN ARTÍCULOS DE PRIMERA NECESIDAD DE LA AVENIDA "HÉROES DEL PACIF
362	FENACIEGO(5)

363	ASOC. ARTESANOS TECNICO EN CERRAJERIA DE LA PAZ
364	ACM ZOILO FLORES RIOBAMBA RODRIGUEZ
365	ASOC. COM. MIN. 5 DE ENERO MOVILES(1)
366	ASOC. COM. MIN. MIXTO BEN HUR, NARDIN RIVAS Y ADY. - GARITA DE LIMA(1)
367	ASOC. COM. MIN. 10 DE OCTUBRE(1)
368	ASOC. COM. MIN. VARIOS DEL MERCADO VICENTE OCHOA Y AV. BUENOS AIRES(2)
369	ASOC. COM. MIN. EN ROPA Y VARIOS 24 DE AGOSTO, DE LA ZONA GARITA DE LIMA DE LA PAZ(3)
370	ASOC. COMERCIANTES MIN. LEON DE LA BARRA - MAX PAREDES(3)
371	ASOC. COM. MIN. VENDEDORES DE TARJETAS, VARIOS DE LA CALLE ORURO(3)
372	SIND. GREMIAL MIN. EN TOCUYO Y RAMAS ANEXAS(3)
373	ASOC. COM. MIN. GARITA DE LIMA (3)
374	ASOC. COM. MIN. KIOSKOS-ANAQUELES, MICRO SNACK VIVANDERAS, PUESTOS VENTA Y ARTESANOS SECTOR SUD(3)
375	ASOC. COOPERATIVA SINDICAL TRABAJADORES CONFECCION VESTUARIO (5)
376	ASOC. TRABAJADORES LA PAZ(5)
377	ASOC. COM. MIN. 23 DE MARZO FIGUEROA SCZ (5)
378	ASOC. TRABAJADORES EN CALZADOS VIA PUBLICA DE MIRAFLORES(5)
379	CONSEJO DE AMAUTAS ORIGINARIOS(5)
380	ASOC. COM. MIN. ARTESANOS VIVANDEROS Y VARIOS MIRADOR KILLI KILLI VILLA PABON
381	ASOC. COMER. MIN. EN ARTICULOS VARIOS EN CARRITOS 10 DE OCTUBRE (5)
382	MAESTRAS MAYORES MERCADO VILLA FATIMA(5)
383	ASOC. COM. MIN. VIVANDEROS KIOSKOS, ANAQUELES S. ANTONIO BAJO(2)
384	SIND. DE TRABAJADORES VENDEDORES EN VIAS PUBLICAS DE HELADOS(5)
385	ASOC. COM. MIN. GARITA LIMA CENTRAL MAX PAREDES(2)
386	ASOC. DE CIEGOS VENDEDORES DE TARJETAS Y SERVICIOS DE TELEFONIA PUBLICA Y ARTICULOS VARIOS

387	ASOC. ARTESANOS VIVANDEROS MIN. KIOSCOS ANAQUELES Y RAMAS ANEXAS PLZ. HUMBOLT (FLORIDA)
388	ASOC. COM. MIN. PARQUE RIOSINHO Y ADYACENTES
389	ASOC. COM. MIN. ESTACION CENTRAL
390	ASOC.COM. MIN. ART. VARIOS APOSTOL SANTIAGO C. RAIMUNDO GONZALES Y MEJILLONES
391	ASOC. COM. MIN. MICRO SNACKS, KIOSCOS, ANAQUELES Y OTROS SEÑOR DE MAYO
392	ASOC. DE VEND. DE HELADOS EN CARRITOS MOVILES Y CAJAS PORTATILES 6 DE MAYO
393	ASOC. COM. MIN. HEROES DEL PACIFICO PRIMERA CUADRA
394	ASOC. COM. MIN. EN ROPA Y VARIOS 24 DE AGOSTO DE LA ZONA GARITA DE LIMA DE LA PAZ
395	ASOC. COM. MIN. EN FRUTAS Y VARIOS 20 DE MARZO
396	SIND. MIXTO DE COM. MIN. EL PORVENIR
397	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE IRA. NEC. DE LA C. RODRIGUEZ HASTA FINAL SAGARNAGA Y VENANCIO BURGOA
398	ASOC. COM. MIN. EN KIOSCOS ANAQUELES VIVANDEROS Y VARIOS 21 DE ABRIL
399	ASOC. COM. MIN. EN KIOSCOS, ANAQUELES, MICRO-SNACKS Y RAMAS ANEXAS ILLIMANI
400	SINDICATO DE VENDEDORES DE PERIODICOS DE "LA PAZ"
401	ASOC. COM. MIN. FERIA FRANCA "8 DE DICIEMBRE" ZONA VILLA ARMONIA
402	ASOC. COM. MIN. EN ART. DE PRIMERA NECESIDAD UNION RODRIGUEZ DE LA CIUDAD DE LA PAZ
403	ASOC. COM. MIN. VIVANDEROS Y ART. VARIOS DE JUVILADOS Y RENTISTAS FABRILES DE LA PAZ
404	SINDICATO GREMIAL DE VENDEDORES EN MADERA Y RAMAS AÑEXAS DE LA AV. BUENOS AIRES
405	ASOC. DE TRABAJADORES EN CALZADOS EN VIA PUBLICA DE LA ZONA NORTE SAN CRISPIN DE LA PAZ

406	ASOC. DE BENEFICIENCIA DE NOVIDENTES REZADORES SAN MARTIN DE PORRES
407	ASOC. COM. MIN. EN ARTICULOS VARIOS PLAZA EL CARMEN
408	ASOC. COM. MIN. EN ARTICULOS DE PRIMERA NECESIDAD, TUMUSLA Y GARITA DE LIMA
409	ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS TRASN PROVINCIAL
410	A. C. M. en articulos varios de la Av. Florida entre la calle Lima de la Zona de Santiago de Munaypa
411	ASOCIACION DE COMERCIANTES Y VENDEDORAS DEL MERCADO VILLA FATIMA, FERIA Y RAMAS ANEXAS
412	ASOCIACION COMERCIANTES MINORISTAS MIXTO RODRIGUEZ
413	ASOCIACION ARTESANAL DE TRABAJADORES EN COMPOSTURA DE CALZADOS EN VIA PUBLICA DEL SECTOR NOROESTE DE
414	ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS EN ARTICULOS DE PRIMERA NECESIDAD "RICARDO BUSTAMANTE Y AV. BU
415	ASOC. DE COM. MIN. "SEBASTIAN SEGUROLA"
416	ASOCIACION DE COMERCIANTES INDEPENDIENTES EN PRODUCTOS VARIOS AL POR MAYOR Y MENOR UNION TEJAR
417	ASOC. COM. MIN. EN CALCULADORAS Y ARTICULOS EN GENERAL CALLE ELOY SALMON Y ADYACENTES
418	ASOC. COM. MIN. 15 DE ABRIL - SECTOR NORTE
419	ASOC. COM. MIN. PRODUCTORES DE ARTESANIAS Y VARIOS DE LA CALLE LINARES
420	SINDICATO DEL TAMBO SANTA RITA
421	ASOCIACION DE FLORICULTURISTAS "KANTUTA"
422	ASOC.COM. MIN. EN ARTICULOS EN GENERAL SEÑOR DE MAYO CALLE RODRIGUEZ Y MAX PAREDES
423	ASOC. COM. MIN. EN DULCES Y VARIOS NUEVO AMANECER
424	ASOCIACION DE LUSTRADORES DE CALZADOS CENTRAL ALCALDIA MUNICIPAL (A.L.C.A.M.)
425	ASOCIACION DE LUSTRA CALZADOS PLAZA DE LOS HEROES

426	ASOCIACION DE LUSTRA-CALZADOS DE LA PLAZA ALONZO DE MENDOZA "ALAM"
427	ASOCIACION DE LUSTRA-CALZADOS MARAVILLA "ALMARAVILLA"
428	ASOCIACION DE LUSTRA-CALZADOS AV. 16 DE JULIO Y PASEO EL PRADO "ALPRA"
429	ASOCIACION DE TRABAJADORES LUSTRA-CALZADOS "LOS ANGELES DE SAN MIGUEL ZONA SUR"
430	ASOCIACION DE LUSTRA-CALZADOS CENTRAL SAN FRANCISCO
431	ASOCIACION DE LUSTRADORES EN CALZADOS CENTRAL CORREOS "ALCOR"
432	SINDICATO DE LUSTRADORES DE CALZADOS Y VENEDORES DE LOTERIAS
433	ASOCIACION DE LUSTRA-CALZADOS PASAJE DE LAS FLORES "ALPAFLOR"
434	ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS EN KIOSCOS Y ANAQUELES LIBROS Y ARTICULOS VARIOS ISMAEL MONTES
435	ASOCIACION DE LUSTRACALZADOS PASAJE, ADYACENTES, COMERCIO, HOTEL, SAN PEDRO Y VILLA FATIMA "ALPACHS-
436	ASOCIACION DE LUSTRA CALZADOS DE LA PAZ CUYA SIGLA ES "ALPAZ".
437	ASOC.COM.MIN.TUMUSLA GARITA DE LIMA VENTA DE ARTICULOS VARIOS SECTOR ROSA PAZ

FUENTE: Elaboración propia