

2023



**ESTUDIO
DESCRIPTIVO DE
MERCADO**

**CENTRAL DE
MAYOREO
(CENMA)**

Autoridades de Gobierno

Alejandro Eduardo Giammattei Falla

Presidente Constitucional de la República de Guatemala

Edgar René de León Moreno

Ministro de Agricultura, Ganadería y Alimentación

Víctor Hugo Guzmán Silva

Viceministro de Sanidad Agropecuaria y Regulaciones

Pedro Antonio Rosado Pol

Viceministro de Desarrollo Económico Rural

Cesar Vinicio Arreaga Morales

Viceministro de Seguridad Alimentaria y Nutricional

Elmer Elisandro Agustín Oliva Pacheco

Viceministro Encargado de Asuntos de Petén

Créditos de la Publicación

Paola Antonia Ochoa Bautista

Encargada de Planeamiento

Elaboración:

María Sofía Peña Porras
Sergio Danilo Morales Buchán

Diseño gráfico:

María Sofía Peña Porras

Apoyo técnico:

Oscar Antonio Hernández de la Parra
Oscar Wilfredo Patzán Boch
Carlos Enrique Lemus Lemus

Encuestas:

Fátima Sofía Ojeda Ramírez
Jamelin Joana Cadenas Lorenzana
Edwin Enrique Escobar Hernández
Romeo Tzunum Morales
Rudy de Jesús Mendoza Espino
Raúl Eduardo Bonilla Juárez
José Ernesto Grajeda de Paz
Emilio Alfredo Baechli Tavares

Revisión Técnica

Grettchenn Alejandra Ortiz
Marianna Mendoza Hernández

La presente publicación cuenta con información proporcionada por mayoristas, detallistas, compradores y empleados de la Central de Mayoreo (CENMA).

Año de elaboración: 2023

Año de publicación: 2023

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
1. Introducción.....	1
2. Objetivos	2
2.1.Objetivo General	2
2.2.Objetivos Específicos.....	2
3. Metodología	3
4. Descripción del mercado Central de Mayoreo (CENMA)	4
4.1.Antecedentes.....	4
4.2. Localización del CENMA	7
4.3. Distribución de la Central de Mayoreo	9
4.3.1.Edificio Administrativo	9
4.3.2.Locales comerciales.....	12
4.4. Equipamiento urbano	15
4.4.1.Garitas de seguridad	15
4.4.2. Iluminación	16
4.4.3.Estacionamientos	16
4.4.4.Seguridad	17
4.4.5.Áreas Comunes.....	17
4.5.Servicios Internos	18
4.5.1.Seguridad.....	18
4.5.2.Agencias Bancarias.....	19
4.5.3.Servicio de recolección de desechos sólidos	19
4.5.4.Servicios Sanitarios.....	21
4.6.Área de influencia	21
4.6.1.Compradores.....	21
4.6.2.Vendedores.....	22
4.7.Segmentación socio demográfica	24
4.8.Segmentos Comerciales.....	28
5. Participación de grupo de productos comercializados en el CENMA.....	30
6. Canales de Comercialización.....	33
7. Precios de los productos comercializados	36
8. Conclusiones.....	41
9. Recomendaciones	42
10. Glosario.....	43
11. Bibliografía.....	44
12. Anexos	45

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA	PÁGINA
Tabla 1. Productos que se distribuyen en cada galpón.....	13
Tabla 2. Precio promedio anual de frutas pagados al mayorista en la Central de Mayoreo (CENMA), Villa Nueva, años 2019 a 2023* (Cifras expresadas en quetzales).....	38
Tabla 3. Precio promedio anual de vegetales pagados al mayorista en la Central de Mayoreo (CENMA), Villa Nueva, años 2019 a 2023* (Cifras expresadas en quetzales).....	39
Tabla 4. Precio promedio anual de granos básicos pagados al mayorista en la Central de Mayoreo (CENMA), Villa Nueva, años 2019 a 2023* (Cifras expresadas en quetzales).....	40

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA	PÁGINA
Figura 1. Elementos de la metodología para la elaboración del estudio descriptivo de mercados.....	3
Figura 2. Antiguo Mercado Central a inicios del siglo XX.....	5
Figura 3. Línea del tiempo para la construcción de CENMA.....	7
Figura 4. Ubicación de CENMA en el Municipio de Villa Nueva.	8
Figura 5. Localización de CENMA.....	9
Figura 6. Edificio Administrativo de la Central de Mayoreo CENMA.	10
Figura 7. Interior del Edificio Administrativo de la Central de Mayoreo CENMA.	11
Figura 8. Recepción del Edificio Administrativo de la Central de Mayoreo CENMA.	11
Figura 9. Distribución de los galpones de la Central de Mayoreo CENMA.	12
Figura 10. Identificación de cada galpón del CENMA.	13
Figura 11. Galpones tipo piso plaza del CENMA.	14
Figura 12. Galpones tipo bodega del CENMA.....	15

FIGURA	PÁGINA
Figura 13. Garitas de acceso a Central de Mayoreo (CENMA).....	15
Figura 14. Parqueo frente a galpones tipo bodega.	16
Figura 15. Abastecimiento frente al Galpón 9.	17
Figura 16. Señalización vial en el interior de la Central de Mayoreo.....	18
Figura 17. Cámaras de seguridad en Central de Mayoreo.....	19
Figura 18. Esquema de recolección de residuos del CENMA.....	20
Figura 19. Camión de basura de la municipalidad de Guatemala.....	20
Figura 20. Sanitarios galpón 3 del CENMA.....	21
Figura 21. Mapa de procedencia de compradores guatemaltecos en la Central de Mayoreo.	22
Figura 22. Mapa de procedencia de vendedores guatemaltecos de la Central de Mayoreo.	23
Figura 23. Género de compradores del CENMA.....	24
Figura 24. Género de vendedores del CENMA.....	24
Figura 25. Identidad étnica de compradores y vendedores del CENMA.....	25
Figura 26. Ocupación de compradores de la Central de Mayoreo.	25
Figura 27. Ocupación de vendedores de la Central de Mayoreo.	26
Figura 28. Proporción de escolaridad de compradores de la Central de Mayoreo.....	26
Figura 29. Proporción de escolaridad de la población en la Central de Mayoreo.....	27
Figura 30. Rangos de edad de compradores de la Central de Mayoreo.	27
Figura 31. Rangos de edad de vendedores de la Central de Mayoreo.	28
Figura 32. Distribución del uso comercial de los productos adquiridos en la Central de Mayoreo.	29
Figura 33. Porcentaje de participación de actores según volumen de venta.	29
Figura 34. Productos comercializados dentro del mercado CENMA.....	30
Figura 35. Frecuencia de abastecimiento.	30
Figura 36. Temporada de abastecimiento de productos.	31
Figura 37. Calidad de productos que se comercializan.....	31
Figura 38. Mapa de procedencia de los productos agrícolas comercializados en el CENMA.	32
Figura 39. Distribución de productos de CENMA.....	33

1. Introducción

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación por mandato según el Decreto número 114-97 del Congreso de la República de Guatemala, Ley del Organismo Ejecutivo, Artículo 29, le corresponde atender los asuntos concernientes al régimen jurídico que rige la producción agrícola, pecuaria e hidrobiológica, ésta última en lo que le atañe, así como aquellas que tienen por objeto mejorar las condiciones alimenticias de la población, la sanidad agropecuaria y el desarrollo productivo nacional.

En el Acuerdo Gubernativo No. 338-2010, Reglamento Orgánico Interno del Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación, se establece en el Artículo 29 que, Planeamiento es el órgano de apoyo técnico responsable de elaborar, revisar y actualizar la Política Sectorial, así como los instrumentos de implementación y como de llevar a cabo los procesos de Planificación, Programación, Seguimiento, Fortalecimiento y Modernización Institucional, además de Comercio Internacional.

En ese sentido y conforme al Manual de Normas y Procedimientos de Planeamiento, aprobado mediante Acuerdo Ministerial No. 177-2023 donde se describen los procedimientos de Comercio Internacional, se elaboró el presente estudio descriptivo de mercado en la Central de Mayoreo (CENMA), ubicada en la zona 12 del Municipio de Villa Nueva, Departamento de Guatemala, donde se describen los elementos que forman parte de su estructura física, así como aspectos sociales y demográficos de los actores que interactúan en el proceso de comercialización de productos agrícolas, pecuarios, hidrobiológicos y abarrotos, así también la descripción de generalidades de los productos tales como la procedencia, calidades, volúmenes, horas de entrega del producto y volúmenes de venta.

La información contenida en este documento fue obtenida de fuentes primarias basado en encuestas realizadas a compradores, vendedores y personal administrativo de CENMA.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Caracterizar los aspectos físicos y de interacción de la población de la Central de Mayoreo (CENMA) ubicada en la zona 12 del Municipio de Villa Nueva, Departamento de Guatemala, documentando los aspectos que lo conforman.

2.2. Objetivos Específicos

- Detallar los aspectos físicos, estructurales y servicios con los que cuenta CENMA como: parqueo, locales de ventas y depósitos de basura, sistema de iluminación, área de carga y descarga de productos vegetales, desechos orgánicos e inorgánicos.
- Analizar las variables demográficas de la población que interactúa en el CENMA a nivel de vendedores y compradores.
- Analizar las características de los productos agrícolas, pecuarios, hidrobiológicos y abarrotes que se comercializan en el mercado como: tipo de productos, procedencia, abastecimiento y calidad.
- Describir los canales de distribución que se utilizan para el abastecimiento de los productos agrícolas, pecuarios, hidrobiológicos y abarrotes en CENMA.

3. Metodología

El presente estudio, se ha realizado con base en la “*Metodología para la Elaboración de Estudio Descriptivo de Mercado*”, elaborada por Planeamiento. La recopilación de la información consignada en el documento como: descripción general, antecedentes y localización, es recolectada de fuentes primarias mediante encuestas realizadas al personal administrativo (Anexo 1), compradores (Anexo 2) y vendedores (Anexo 3) de CENMA, a través de estos últimos, también se han recopilado las características de los productos que se comercializan en el mercado, los canales de comercialización y comportamiento de precios de frutas, vegetales y granos básicos de los años 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023, este último con datos al 15 de diciembre.

Para la elaboración de este estudio, se analizó e identificó como primer momento el mercado a estudiar, siendo la Central de Mayoreo, posteriormente se recopiló la información a través de fuentes primarias y secundarias basada en estudios previos, reportes o documentos de información oficial o confiable. Finalmente se tabularon los datos recolectados por los Técnicos de Comercio Internacional de Planeamiento para el análisis e integración del estudio descriptivo.

Figura 1. Elementos de la metodología para la elaboración del estudio descriptivo de mercados.



Fuente: Planeamiento MAGA.

4. Descripción del mercado Central de Mayoreo (CENMA)

La Central de Mayoreo está ubicada en la periferia de la Ciudad de Guatemala, específicamente corresponde al Municipio de Villa Nueva, es un mercado principalmente mayorista, aunque también funcionan comercios detallistas. En el mismo, se comercializan productos vegetales, frutas, granos básicos, pecuarios, abarrotos, entre otros.

El CENMA tiene como objeto la racionalización del mercado mayorista, definiendo claramente los sistemas y canales de abastecimiento de los productos agrícolas alimenticios (León, 2001).

4.1. Antecedentes

Según (Urrutia, 2011), el mercado más antiguo en Guatemala se origina a mediados del siglo XIX cuando la Ciudad de Guatemala es trasladada de lo que se conoce hoy como la Antigua Guatemala al Valle de la Ermita donde se ubica actualmente, en ese entonces se encontraba frente a la Catedral Metropolitana en zona 1, donde para su funcionamiento se diseñaron estructuras de madera conocidas como “Los Cajoneros” que funcionaban como puestos de los vendedores. Posterior a intentos fallidos de desalojo de los vendedores de la plaza y oposiciones para la construcción de un mercado, es en el año 1869 cuando en coordinación con el Gobierno de ese período y el Ayuntamiento, se acuerda la construcción del “Mercado Central”, inaugurándose el 16 de octubre de 1871.

Así mismo, menciona que el antiguo Mercado Central, se dividía en “Plaza Norte”, donde se ubicaban las cocinas, ventas de carne, granos y especias. Además, estaba la “Plaza Sur” en el interior, con 76 tiendas dentro de las cuales se encontraban ventas de ropa, galerías, puestos corridos, entre otros. Por su parte en el centro del mercado, los compradores podían abastecerse de productos vegetales, frutas y flores. Productos como jarcia, colchones y tiendas de ropa, se comercializaban en el exterior del mercado.

Añade Urrutia (2011), el edificio del mercado, sufrió daños considerables con el terremoto del 04 de febrero de 1976, el cual lo derribó parcialmente, siendo reconstruido tiempo después como lo conocemos en la actualidad al Mercado Central, ubicado en la 8 Avenida y 8 calle de la zona 1 en la Ciudad de Guatemala.

Figura 2. Antiguo Mercado Central a inicios del siglo XX.



Fuente: Publicado por Prensa Libre (2015), original de la Hemeroteca Nacional de Guatemala.

Descripción: Fotografía de archivo del Antiguo Mercado Central.

Spiegeler (2006), indica que para el año 1950, ya se encontraban en funcionamiento otros 6 mercados en la Ciudad de Guatemala, siendo estos: Mercado Sur 2 y Mercado Colón, ubicados en la zona 1; así también, el Mercado Cervantes, ubicado en la Avenida Elena, zona 3; Mercado la Palmita en la zona 5; Mercado Villa de Guadalupe en la zona 10 y Mercado el Guarda en la zona 11. Sin embargo, a consecuencia de la expansión que se iba dando de la ciudad, se construyeron 7 mercados más entre los años de 1950 a 1965, siendo: La Presidenta y el Sauce en zona 1; La Parroquia y San Martín de Porres en zona 6; Roosevelt; El Granero y La Terminal en zona 4, este último inició sus actividades como un centro de mayoreo tal y como se le conoce actualmente.

De acuerdo con León (2001), al pasar de los años y con el aumento de la tasa poblacional, el mercado “La Terminal”, zona 4 de la Ciudad de Guatemala, mostraba limitaciones y conflictos tales como: desorganización, problemas en los lugares de carga y descarga, desbordamiento en las calles y otros, lo que propicia la elaboración de un Plan de Desarrollo Municipal identificando proyectos para el desarrollo urbano, en donde se contemplaba contar con una Central de Mayoreo.

Así mismo, León (2001), indica que no fue hasta 1974 cuando comenzaron los estudios para la dimensión y localización del Mercado de Mayoreo con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). En 1975 comenzaron con encuestas en el Mercado La Terminal para poder determinar el número de vendedores mayoristas que serían trasladados al nuevo mercado, se basaron en el origen de los productos agrícolas y los volúmenes de comercialización, gracias a esas bases, se establecieron los criterios de localización y comenzaron los Estudios de Factibilidad del Mercado de Mayoreo y de la Terminal de Autobuses Urbanos.

Según León (2001), en el mes de marzo de 1986 se iniciaron los trabajos para la construcción del mercado Central de Mayoreo (CENMA); el cual, se inauguró el 23 de noviembre de 1994. El Gobierno de Guatemala se hizo cargo de las instalaciones con el propósito de elaborar las bases de licitación para dar administración, operación y mantenimiento al mismo, sin embargo, el Gobierno dispuso regresar el proyecto a la Municipalidad de Guatemala, mediante el Acuerdo Gubernativo número 106-96 de fecha 29 de marzo de 1996.

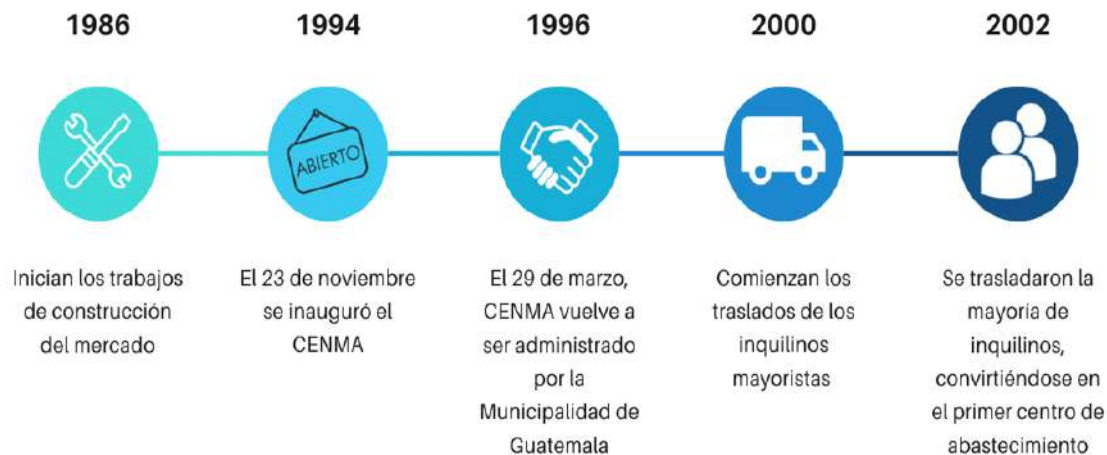
CENMA se integraba al Plan de Centros de Acopio o Mercados de Origen y al Plan Maestro de Mercados Minoristas con una estrategia integral para el sistema de comercialización y abastecimiento del área metropolitana. Hoy en día el mercado cumple dos funciones, la primordial es el abastecimiento de alimentos y productos y la segunda, es el punto de encuentro para la población, en el cual se puede observar movimiento, los cuales han ayudado a la economía del país (ADARCH Arquitectura, 2019).

La Municipalidad de Guatemala aprobó el Reglamento para el Arrendamiento, Manejo y Uso de las Áreas de Comercialización con que Cuenta la Central de Mayoreo, CENMA, según Acuerdo Municipal 22-08-2000 vigente a la fecha (ver Anexo 4). El reglamento tenía por objeto precisar las condiciones a las cuales debían sujetarse las personas individuales o jurídicas que arrenden áreas en la Central de Mayoreo, CENMA, así como todas aquellas que hicieran uso de las mismas.

En septiembre del año 2000 se ordena el traslado de los arrendatarios mayoristas del Mercado “La Terminal”, zona 4 de la Ciudad de Guatemala y los arrendatarios del Mercado “El Tomatero”, así como todo comerciante mayorista que ocupara calles, avenidas y aceras aledañas a los mismos, dicho traslado debió efectuarse a partir del 01 de octubre del año 2000 (Municipalidad de Guatemala, 2000), finalmente, en 2002 se logró trasladar a la mayoría de inquilinos, convirtiéndose así en el primer centro de abastecimiento de productos perecederos de Guatemala.

Según la Dirección de Mercados de la Municipalidad de Guatemala (2019), en la ciudad existen 23 mercados cantonales y 15 satélites, en los cuales se pueden encontrar desde frutas, verduras, especias, carnes, pescados, mariscos, abarrotes, ropa, zapatos, entre otros.

Figura 3. Línea del tiempo para la construcción de CENMA.



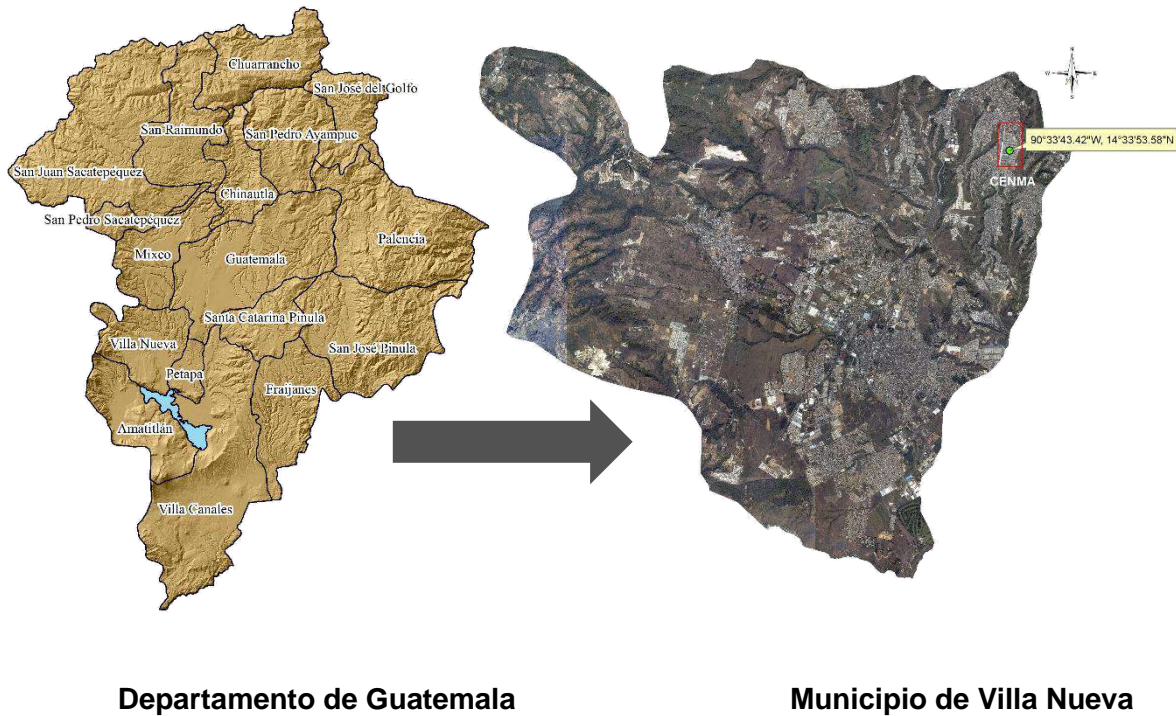
Fuente: Planeamiento MAGA.

En Guatemala los mercados son administrados por la Dirección Mercados de la Municipalidad de Guatemala, sin embargo, según información proporcionada por personal administrativo de CENMA, desde el año 2020 éste, tiene su propia dirección, dejando de ser parte de la Dirección de Mercados y velando por su propia administración la cual está vinculada a la Municipalidad de Guatemala. Se estima que cuenta con 1,700 inquilinos, además que transitan al menos 20,000 personas en horario de 4:00 de la mañana a 5:00 de la tarde y se ha llegado a tener una circulación de 60,000 personas durante las 24 horas del día.

4.2. Localización del CENMA

Según el personal administrativo de CENMA, este mercado se localiza al sur de la Ciudad de Guatemala en la zona 12 del Municipio de Villa Nueva, con una extensión de 38.92 hectáreas, colinda al norte con la colonia Monte María; al sur con la Colonia El Mezquital; al oeste con las colonias Villalobos I y II; y al este con el barranco identificado como Quebrada El Frutal.

Figura 4. Ubicación de CENMA en el Municipio de Villa Nueva.



Fuente: Planeamiento MAGA.

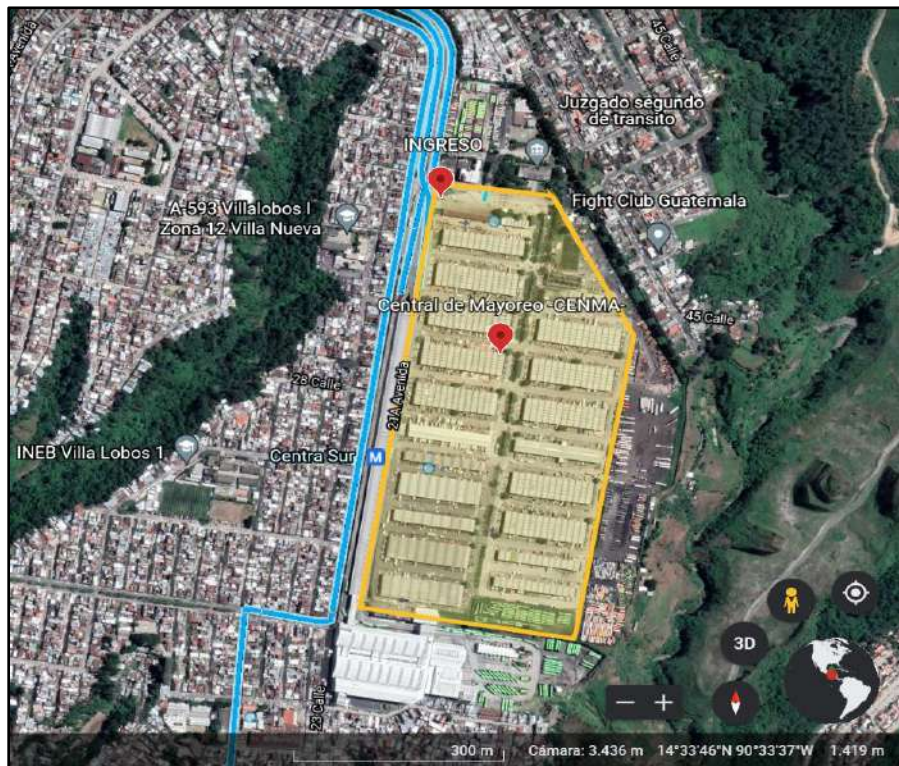
Para llegar al CENMA desde el Centro Histórico zona 1 de la Ciudad de Guatemala, se puede tomar la 8va avenida en dirección sur, girando sobre la 14va calle en dirección hacia la Avenida Elena al sur, se busca la incorporación a CA-9 sobre la Avenida Bolívar, pasando por El Trébol e incorporándose a la Calzada Aguilar Batres en dirección Sur hacia el Municipio de Villa Nueva, se debe cruzar en la 21 avenida de la zona 12 de Villa Nueva sobre el Boulevard CENMA la cual llevará directo a las garitas de ingreso.

En sentido norte, desde la ruta al Pacífico sobre la CA-9, se debe incorporar por la cuesta de Villalobos hacia la Calzada Raúl Aguilar Batres, en la 21 avenida de la zona 12 de Villa Nueva girando hacia las colonias El Mezquital y Villalobos, sobre el Boulevard CENMA la cual llevará directo a las garitas de ingreso, siendo esta otra ruta de acceso para llegar desde la ruta al Pacífico.

Desde las colonias El Búcaro, El Mezquital, Villalobos I y II del Municipio de Villa Nueva, es otra opción para llegar, por medio de la 21 avenida de la zona 12 sobre el Boulevard CENMA.

Asimismo, aledaño al mercado se encuentra la Central de Transferencias del Sur (Centra Sur) del sistema de transporte urbano de la Ciudad de Guatemala conocido como Transmetro, el cual se dirige hacia Plaza Barrios de la zona 1, Ciudad de Guatemala. En el CENMA, también provienen buses de diferentes departamentos y municipios del sur del país.

Figura 5. Localización de CENMA.



Fuente: Imagen aérea de CENMA/ Maxar Technologies.

4.3. Distribución de la Central de Mayoreo

4.3.1. Edificio Administrativo

El mercado cuenta con un edificio administrativo que consta de dos niveles (Figura 6), con área independiente de estacionamiento para los vehículos del personal. En el primer nivel se encuentran bodegas y una agencia de Banrural.

En el 2do nivel se encuentra la recepción, sanitarios los cuales cabe mencionar que son únicamente para el personal administrativo, sala de espera, la Unidad de Capacitación y Educación Vial y la Administración de CENMA (Figura 7).

La labor de la administración es hacer cumplir el reglamento interno de CENMA, organizar los puestos, supervisar carga y descarga, administrar el arbitrio por alquiler, asignar puestos a nuevos inquilinos, se encarga de los procesos necesarios para cancelar el alquiler por las razones que se encuentran en el reglamento, supervisar los servicios que presten las empresas contratadas, etc.

En la administración se encuentra una persona encargada de la recepción que brinda atención al personal interno y externo con requerimientos. La administración cuenta con 12 personas que laboran para atender los procesos internos concernientes al mercado, el horario laboral de las mismas es de 6:00 a 14:00 horas.

Figura 6. Edificio Administrativo de la Central de Mayoreo CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Fachada del edificio administrativo

Figura 7. Interior del Edificio Administrativo de la Central de Mayoreo CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Pasillos y servicios sanitarios del edificio administrativo del CENMA.

Figura 8. Recepción del Edificio Administrativo de la Central de Mayoreo CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Área de recepción para la atención al público interno y externo.

3a. Avenida 8-32 zona 9

Teléfono: 2361 7785



www.maga.gob.gt

4.3.2. Locales comerciales

El mercado cuenta con 22 galpones en los cuales se ubican locales clasificados por: a) tipo piso plaza y b) tipo bodega, en donde se realizan actividades de comercialización al por mayor de productos agrícolas, pecuarios, hidrobiológicos y abarrotés, así como otras actividades afines bajo el régimen de mercado de libre competencia, el cual consiste en que no existe intervención del Estado, por lo que la oferta y demanda se rige únicamente por la voluntad de los actores del mercado. Entre los 22 galpones se cuenta con el galpón número 15, donde se pueden realizar compras por menor.

El horario de abastecimiento es durante las 24 horas del día y los 365 días del año, a excepción del galpón 9 donde su abastecimiento se realiza los días lunes, miércoles y viernes. La infraestructura de la Central de Mayoreo permite que el mercado se vea organizado

Figura 9. Distribución de los galpones de la Central de Mayoreo CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Croquis de distribución de los galpones del CENMA.

Tabla 1. Productos que se distribuyen en cada galpón.

No.	Productos que ofrecen
G0	Granos básicos y abarrotería
G1	Papa
G2	Güisquil, güicoy y especias
G3	Tomate, chile pimiento y pepino
G4	Cebolla, tomate, pepino y chile jalapeño
G5	Cebolla y tomate
G6	Tomate, chile pimiento y chile jalapeño
G7	Abarrotes, cebollas, granos básicos y especias
G8	Aguacate, maíz, abarrotería, granos básicos
G9	Verduras, área ocupada por comerciantes de Patzicía.
G10	Comedores, carnicerías, farmacias y depósitos de productos secos
G11	Fruta de temporada
G12	Banano, plátanos y papaya
G13	Supermercado (abarrotes)
G14	Abarrotería por mayor
G15	“Mercadito de CENMA” surtido de productos por menor.
G16	Cebolla, especias y frutas al consumidor final
G17	Cítricos: naranja, limón, mandarina, toronja, entre otros
G18	Piña, papaya, sandía
G19	Sandía, bananos, plátanos, güicoy, melón, papaya y piña
G20	Abarrotes, harinas y huevos
G21	Conocido como “Paseo CENMA” área de cafeterías

Fuente: Planeamiento MAGA.

- **Identificación de los galpones**

En la Figura 10, se puede observar como se identifica cada galpón, mediante un número de color naranja en la parte superior izquierda o derecha de cada uno.

Figura 10. Identificación de cada galpón del CENMA.


Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Letrero de identificación de un galpón de la Central de Mayoreo.

a) Galpones tipo piso plaza

Cuenta con una construcción de estructura de metal, sin divisiones interiores, hay aproximadamente 200 locales por galpón con un tamaño aproximado de 8 metros cuadrados (2x4metros), no obstante, el tamaño varía en ciertos galpones. Los galpones G1, G2, G3, G5, G9, G15, G16 y G19 cuentan con techo de lámina curva, piso alisado y de torta de concreto, tal y como se puede observar en la Figura 11. Este tipo de galpones es utilizado generalmente por pequeños y medianos comerciantes de productos agrícolas que tienen un movimiento constante de sus productos, ya que no almacenan ni embalan sus productos y la venta es a granel.

Figura 11. Galpones tipo piso plaza del CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Imagen del galpón No. 15, representativo de galpones tipo piso plaza de la Central de Mayoreo (CENMA) surtido de productos por menor.

b) Galpones tipo bodega

Cuentan con una estructura de concreto, locales que miden aproximadamente 47.25 metros cuadrados cada uno con puerta metálica, techo de loza de concreto, piso alisado de granito y de torta de concreto. Entre estos galpones se encuentran los siguientes números: G0, G4, G6, G7, G8, G10, G11, G12, G13, G14, G17, G18, G20 y G21. Este tipo de galpón se puede observar en la Figura 12.

Figura 12. Galpones tipo bodega del CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Imagen del galpón No. 4, representativo de galpones bodega de la Central de Mayoreo (CENMA) surtido de productos tales como cebolla, tomate, pepino y chile jalapeño.

4.4. Equipamiento urbano

4.4.1. Garitas de seguridad

La Central de Mayoreo (CENMA), cuenta con cinco garitas ubicadas en el ingreso principal tal y como se puede observar en la Figura 13. El servicio de vigilancia es prestado por la Policía Municipal las 24 horas del día, los 365 días del año, es la única vía de ingreso y salida de los vehículos.

Figura 13. Garitas de acceso a Central de Mayoreo (CENMA).



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Toma de las garitas de acceso a la Central de Mayoreo.

4.4.2. Iluminación

Cuenta con iluminación en cada galpón, externa o pública. La iluminación externa es un gasto que corre por parte de administración y la iluminación interna corre a cuenta de cada inquilino.

4.4.3. Estacionamientos

Existe señalización vial, estacionamientos internos tanto para el área administrativa como para los galpones, las áreas de carga y descarga son amplias, aunque en ocasiones las mismas quedan limitadas por la alta carga vehicular.

Figura 14. Parqueo frente a galpones tipo bodega.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Parqueo vehicular, similar en todos los galpones para carga y descarga de productos.

Figura 15. Abastecimiento frente al Galpón 9.



Fuente: Planeamiento MAGA

Descripción: Vehículo haciendo uso del área de carga y descarga en los galpones.

4.4.4. Seguridad

La seguridad interna es prestada por la Municipalidad de Guatemala, mediante la Policía Municipal, así también los vendedores brindan apoyo colectivo para garantizar la integridad del proceso de comercialización.

4.4.5. Áreas Comunes

Dentro de la Central de Mayoreo existe un espacio denominado “Paseo CENMA” el cual consta de varios locales que brindan servicio de cafetería, áreas verdes, así también en otros galpones existe servicio de comedores para las personas que transitan diariamente.

Aledaño al mercado se encuentra la Central de Transferencias del Sur (Centra Sur) del sistema de transporte urbano de la Ciudad de Guatemala conocido como Transmetro, considerándolo como terminal de buses que provienen de los diferentes departamentos y municipios del sur del país.

Figura 16. Señalización vial en el interior de la Central de Mayoreo.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Paso de cebras para peatones en el interior de CENMA.

4.5. Servicios Internos

4.5.1. Seguridad

Cuenta con cámaras de seguridad instaladas en la esquina superior derecha o izquierda de los galpones, las cámaras ubicadas en esa área son administradas por la administración de CENMA, quedando a discreción y cuenta de los inquilinos colocar cámaras dentro de su local.

Figura 17. Cámaras de seguridad en Central de Mayoreo.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Cámara de seguridad instalados, similar a instalados en diferentes áreas.

4.5.2. Agencias Bancarias

Cuenta con una agencia bancaria de Banrural ubicada en el primer nivel del edificio administrativo y un cajero automático 5B frente al galpón 2.

4.5.3. Servicio de recolección de desechos sólidos

La Municipalidad de Guatemala se encarga de la recolección de basura, cada uno de los galpones cuenta con recipientes diseñados adecuadamente para el depósito de los residuos agrícolas y/o embalaje de productos que se comercializa en el mercado, para luego ser recolectada por la Municipalidad de Guatemala por medio de personal y equipo adecuado de lunes a domingo de 6:00 a 18:00 horas, los residuos son llevados en vehículos destinados para la actividad, misma que se dispone en el vertedero de la zona 3 de la Ciudad de Guatemala.

Figura 18. Esquema de recolección de residuos del CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Figura 19. Camión de basura de la municipalidad de Guatemala.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Camión de basura realizando la recolección en la Central de Mayoreo.

4.5.4. Servicios Sanitarios

Cada galpón cuenta con servicios sanitarios, los cuales son mixtos y administrados por un contratista, quien paga una tasa mensual al CENMA, la tarifa por uso es de Q. 1.00 y Q. 2.00 con papel higiénico, estos cuentan con los elementos indispensables para su servicio, por ejemplo: artefactos sanitarios, puertas de metal, basureros, agua, lavamanos jabón, espejo, etc.

Figura 20. Sanitarios galpón 3 del CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Descripción: Vista externa de los servicios sanitarios que se encuentran en la Central de Mayoreo para uso de vendedores y visitantes.

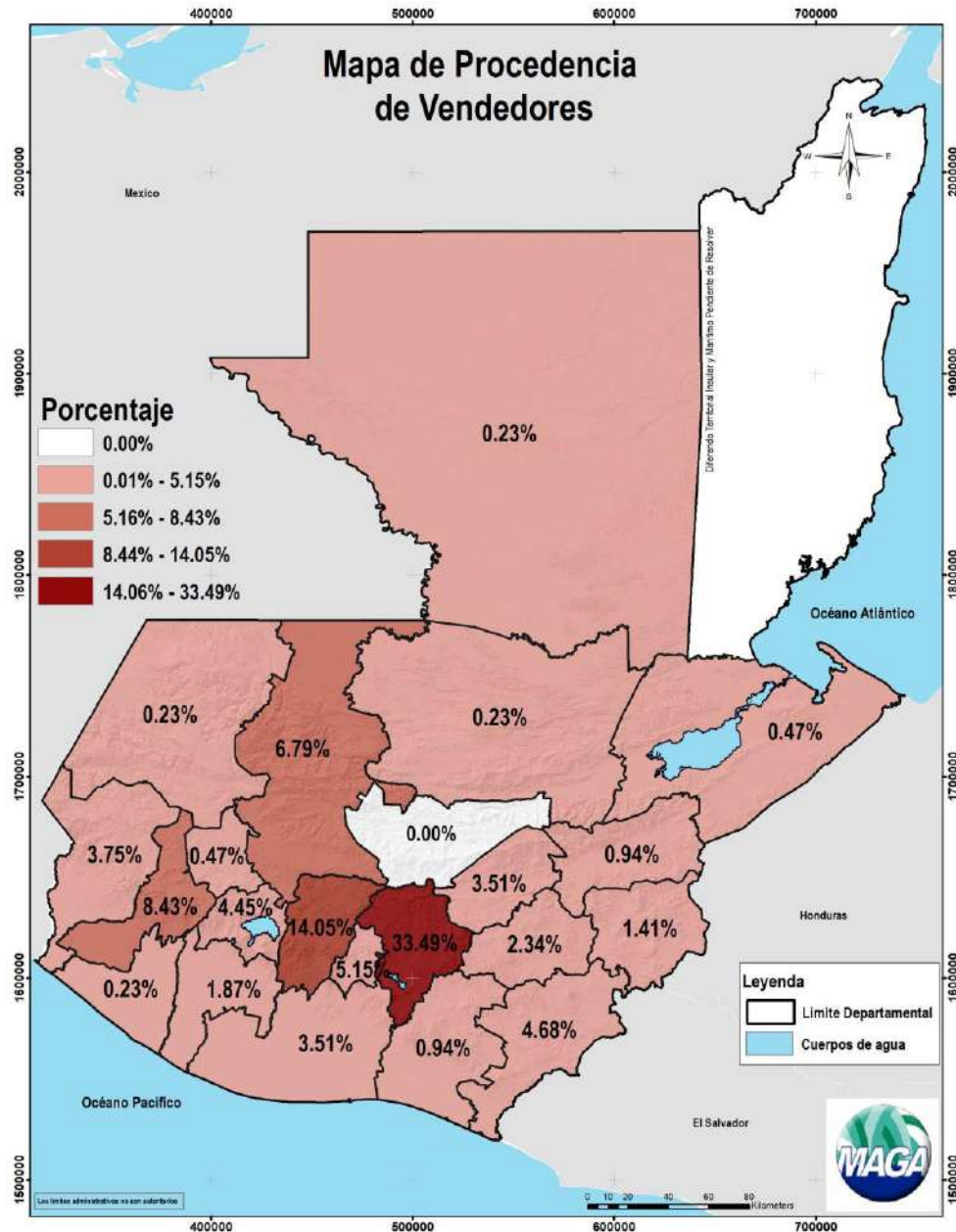
4.6. Área de influencia

4.6.1. Compradores

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los compradores del mercado CENMA, el 78.76% provienen del Departamento de Guatemala; el 5.30% de Quiché (2.65%) y Escuintla (2.65%); el 2.21% de Sacatepéquez; el 1.77% de Zacapa; el 2.66% de Chimaltenango (1.33%) y Santa Rosa (1.33%); el 5.34% de los departamentos de Izabal, San Marcos, Quetzaltenango, Sololá, Chiquimula y Jutiapa con un 0.89% para cada uno y el 1.32% de los departamentos de Retalhuleu (0.44%), Suchitepéquez (0.44%) y El Progreso (0.44%), representando un total de 97.36% compradores del país de Guatemala y el 2.64% restante, corresponde a compradores provenientes de Honduras y El Salvador.

Tonicapán (0.47%) e Izabal (0.47%); el 0.92% de Petén, Huehuetenango, Alta Verapaz y Retalhuleu con el 0.23% cada uno, representando un total de 97.17% vendedores del país de Guatemala y el 2.83% restante, corresponde a compradores provenientes de Honduras y El Salvador.

Figura 22. Mapa de procedencia de vendedores guatemaltecos de la Central de Mayo.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Los municipios de procedencia de los vendedores son principalmente de Guatemala con el 12.65%, Villa Nueva con 8.67%, Palencia con el 4.45%, Mixco con un 2.58%, Patzicía con el 7.73%, Almolonga con 5.15% entre otros.

4.7. Segmentación socio demográfica

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas (INE, 2023), se entiende por demografía el estudio de la población humana, tratando, desde un punto de vista principalmente cuantitativo, su dimensión, estructura, evolución y características generales.

Se realizó una investigación de carácter exploratoria, a través de una entrevista que permitiera encuestar a compradores y vendedores de CENMA, recabando datos de género, autoidentificación étnica, ocupación, escolaridad y rango de edades de los mismos.

a. Género

Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, el 53.54% de los compradores son de género femenino y el 46.46% de género masculino. En relación a los vendedores, el 71.19% es de género masculino, mientras que el 28.81% restante de género femenino.

Figura 23. Género de compradores del CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Figura 24. Género de vendedores del CENMA.

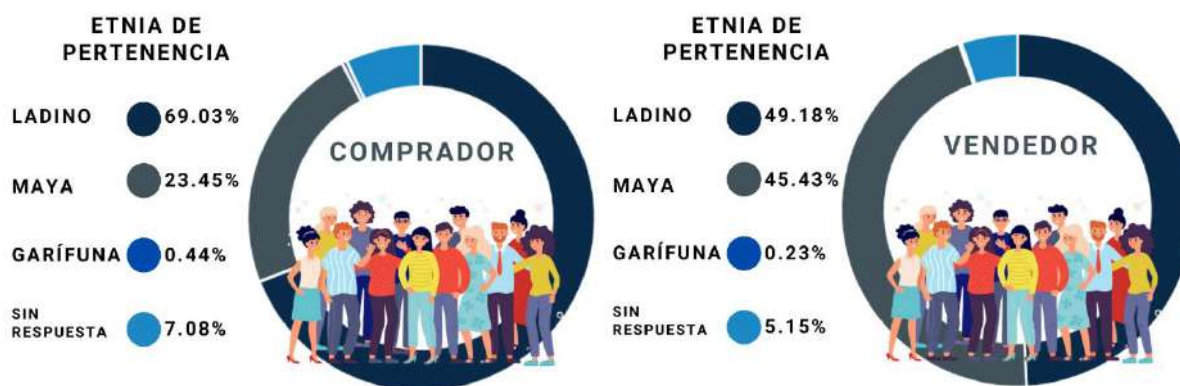


Fuente: Planeamiento MAGA.

b. Auto identificación étnica

De acuerdo con los resultados de las encuestas, el 69.03% de los compradores se autoidentifica con la etnia ladina, el 23.45 con la etnia maya, el 0.44% con la garífuna y el 7.08% restante, prefirió abstenerse a contestar la pregunta. En lo que respecta a los vendedores el 49.18% se autoidentifican como ladinos, el 45.43% como mayas, el 0.23% como garífunas y 5.15% no contestaron la pregunta.

Figura 25. Identidad étnica de compradores y vendedores del CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

c. Ocupación

Respecto a la ocupación de los compradores en el CENMA, el 42.04% son comerciantes; el 32.74% amas de casa; el 2.21% estudiantes y otro 2.21% vendedores; el 3.10% prefirió no responder la pregunta y el 17.70% restante, indicaron otras ocupaciones.

Figura 26. Ocupación de compradores de la Central de Mayoreo.

Compradores:



Fuente: Planeamiento MAGA.

Referente a la ocupación de los vendedores, se determinó que el 76.58% se considera comerciante, seguido por el 14.29% como vendedores; el 5.15% como productores y vendedores; el 1.41% como productor; el 0.23% como importador, otro 0.23% como agrónomo, por su parte el 2.11% restante prefirió no responder a la pregunta.

Figura 27. Ocupación de vendedores de la Central de Mayoreo.

Vendedores:



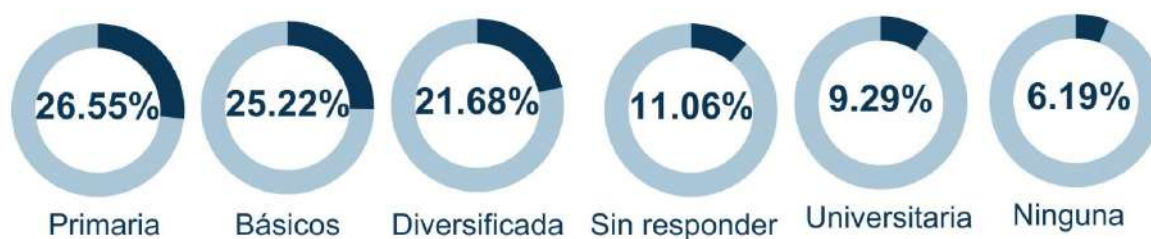
Fuente: Planeamiento MAGA.

d. Escolaridad

Según los datos obtenidos respecto al grado de escolaridad de los compradores en el CENMA, el 26.55% tiene estudios a nivel primario; el 25.22% cuenta con estudios de nivel básico; el 21.68% indicó tener estudios a nivel diversificado, el 9.29% compartió que tiene estudios universitarios, por su parte el 6.19% indicó no tener ningún grado de escolaridad y el 11.06% restante, prefirió no contestar la pregunta.

Figura 28. Proporción de escolaridad de compradores de la Central de Mayoreo.

Compradores:



Fuente: Planeamiento MAGA.

Con relación a la escolaridad de los vendedores el 40.28% indicó tener estudios de nivel básico, el 30.44% estudios a nivel primario; el 9.84% a nivel diversificado, el 7.03% compartió no tender grados de estudio, el 0.94% indicó tener estudios a nivel universitario y 11.48% restante, se abstuvo de responder la pregunta.

Figura 29. Proporción de escolaridad de la población en la Central de Mayoreo.

Vendedores:

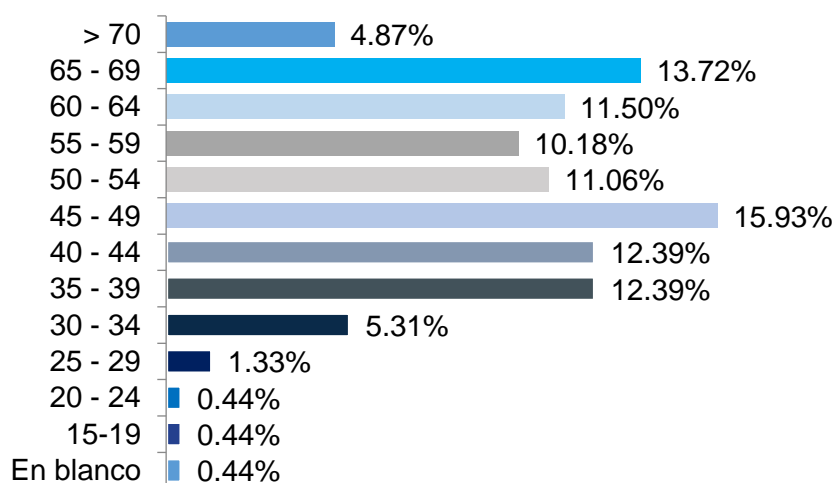


Fuente: Planeamiento MAGA.

e. Rango de edades

Las edades de los compradores oscilan en su mayoría entre los 45 a 49 años con el 15.93%, seguido de los 65 a 69 años con el 13.72%, un 12.39% para cada uno de los rangos de 35-39 y 40-44 años; en el 11.50% de los 60 a 64 años; el 11.06% de 50 a 54 años; de los 55 a 59 años el 10.18%; en el 5.31% los de 30 a 34 años; el 4.87% de 70 años en adelante; el 1.33% de 25 a 29 años; el 0.88% en edades de 15 a 24 años siendo 0.44% para cada uno de los rangos de 15-19 y 20-24, el 0.44% restante no respondió la pregunta.

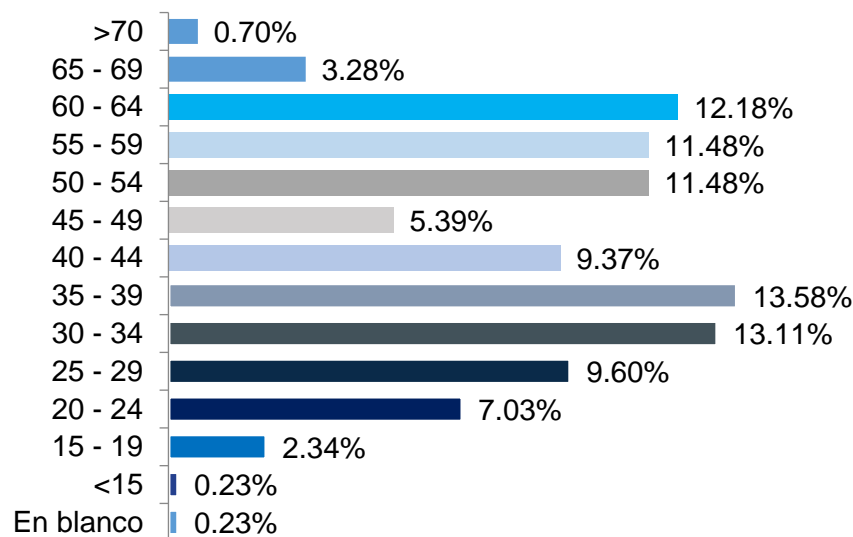
Figura 30. Rangos de edad de compradores de la Central de Mayoreo.



Fuente: Planeamiento MAGA.

En cuanto a la edad de los vendedores, por grupo etario se refleja el siguiente porcentaje: edades comprendidas entre 35 y 39 años con el 13.58%; el 13.11% edades de 30 a 34 años; edades de 60 a 64 años el 12.18%; seguido por el 22.96% que corresponde a los grupos etarios 55-59 (11.48%) y 50-54 (11.48%); el 9.60% y 9.37% corresponden a los grupos etarios de 25 a 29 años y 40-44 respectivamente; los vendedores en edades comprendidas entre 20 a 24 años, representan el 7.03%; seguido por el 5.39% edades entre 45 a 49 años; los grupos etarios en edades de 65 a 69 años, representan el 3.28%; para el 2.34% edades entre 15 a 19 años; el 0.23% menores de 15 años; el 0.23% restante, prefirió abstenerse a la pregunta.

Figura 31. Rangos de edad de vendedores de la Central de Mayoreo.



Fuente: Planeamiento MAGA.

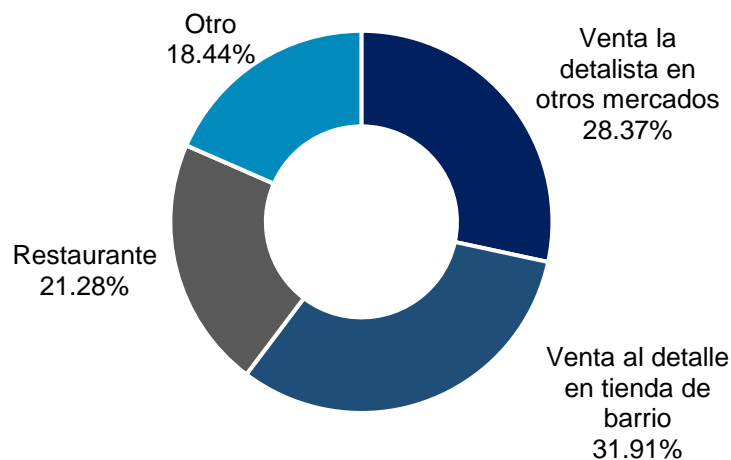
4.8. Segmentos Comerciales

El 53.21% de los compradores utilizan el producto para el comercio, es decir lo utilizan de diversas formas a fin de obtener un beneficio económico, mientras que el 46.79% lo utiliza para uso personal, por lo que el mercado, como se indicó anteriormente provee productos para la comercialización y abastecimiento de otros mercados periféricos principalmente en la Ciudad de Guatemala, así como otros en el interior del país y Centroamérica.

De los compradores encuestados el 31.91% indicó que utiliza los productos para venta al detalle en tiendas de barrio, el 28.37% para venta al detalle en otros mercados, el 21.28% para restaurantes y 18.44% indicaron que tienen fines distintos a los proporcionados como el abastecimiento de iglesias, hospitales, panaderías, etc. Es importante mencionar que, de acuerdo con la información brindada por los

vendedores, compradores realizan las compras en horas de la madrugada para obtener productos frescos y así poder atender al público en los diferentes mercados de destino.

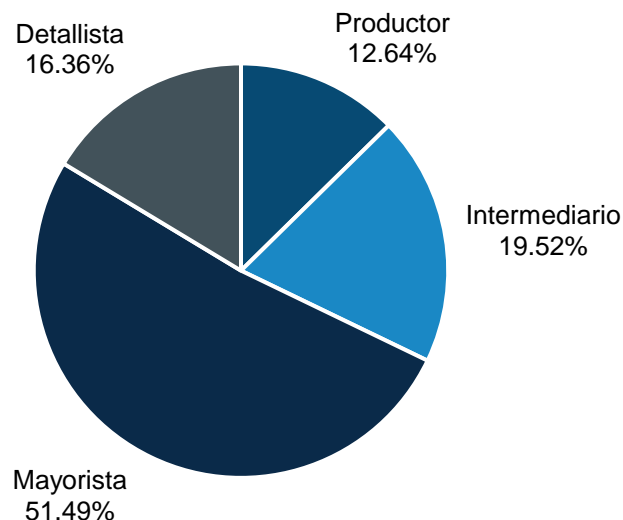
Figura 32. Distribución del uso comercial de los productos adquiridos en la Central de Mayoreo.



Fuente: Planeamiento MAGA.

En cuanto a los vendedores, el mercado, si bien es cierto concentra la mayor parte de comerciantes mayoristas, existen secciones que se dedican a la venta al detallista. El porcentaje de participación de los vendedores es de 51.49% para el actor mayorista, 19.52% intermediario, 16.36% detallista y 12.64% productor (Figura 13).

Figura 33. Porcentaje de participación de actores según volumen de venta.



Fuente: Planeamiento MAGA.

5. Participación de grupo de productos comercializados en el CENMA

Conforme a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a inquilinos del mercado CENMA respecto a los productos que se comercializan, el 54.89% comercializa vegetales, seguido por el 34.89% de comercios dedicados a las frutas; granos básicos con el 4.44%, especias el 2.67%, pecuarios con el 1.78%, abarrotes el 1.11% y el menor porcentaje flores con el 0.22%.

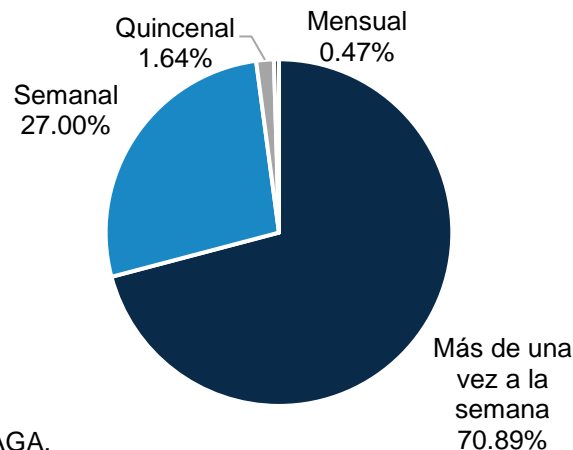
Figura 34. Productos comercializados dentro del mercado CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

De acuerdo con la información brindada por los vendedores, el 70.89% se abastece más de una vez a la semana específicamente en el caso de las verduras y frutas, puesto que son de alta circulación, siendo necesario ofrecer productos frescos y de buena calidad; el 27.00% se abastece de forma semanal, el 1.64% de forma quincenal y un 0.47% de forma mensual. Es importante mencionar que, en el caso de los granos y otros productos, la frecuencia de abastecimiento se realiza con mayor espacio de tiempo.

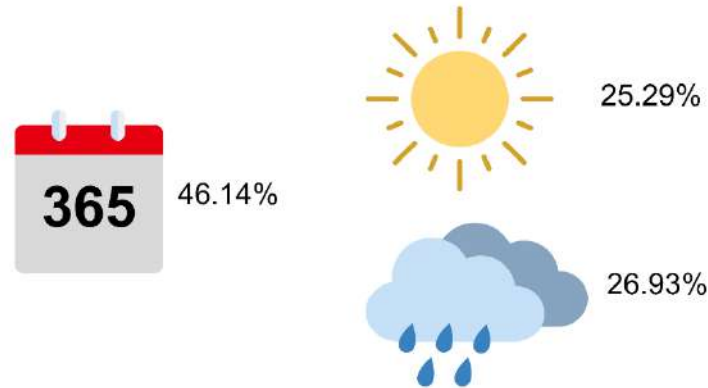
Figura 35. Frecuencia de abastecimiento.



Fuente: Planeamiento MAGA.

De acuerdo con los datos recopilados, el 46.14% de los vendedores se abastecen durante los 365 días del año, el 25.29% de vendedores indicó que se abastecen durante la época de verano y el 26.93% de vendedores, compartió que se abastecen durante la época de verano, esto de acuerdo al tipo de productos que comercializan. Por su parte, el 1.64%, se abstuvo a indicar el periodo en el que se abastecen.

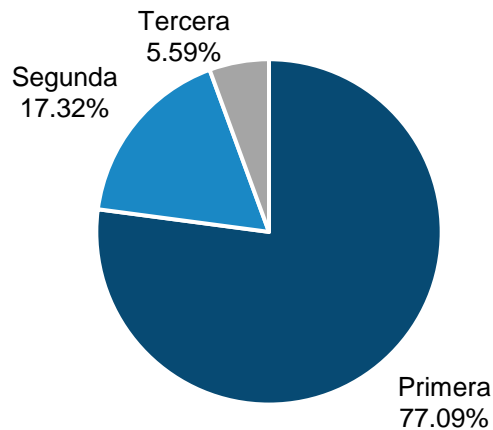
Figura 36. Temporada de abastecimiento de productos.



Fuente: Planeamiento MAGA.

De acuerdo con las encuestas realizadas, las calidades de los productos que se comercializan en el CENMA son en un 77.09% de primera calidad, 17.32% segunda y 5.59% de tercera.

Figura 37. Calidad de productos que se comercializan.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Los principales departamentos de donde provienen los productos comercializados son Chimaltenango con 15.93%, Guatemala 12.18%, Quetzaltenango 9.84%, Escuintla 7.73%, Petén 6.79%, Jutiapa, 5.15%, Jalapa 4.22%, Sololá 2.81%, Sacatepéquez 2.81%, Santa Rosa 2.11%, Quiché 2.11%, Chiquimula 1.87%, El

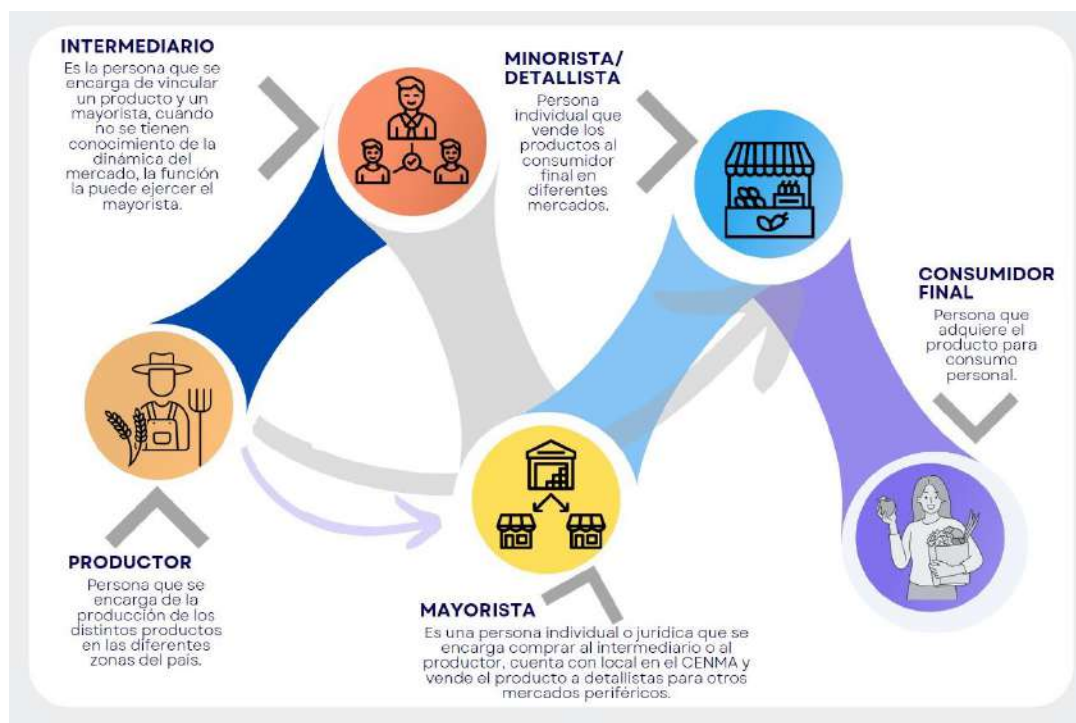
6. Canales de Comercialización

El producto proviene de diferentes zonas del país como lo indicado anteriormente, algunos productores tienen los recursos necesarios para trasladar los productos desde la zona de producción hasta el CENMA, utilizando camiones, pick up, transporte público, entre otros. De acuerdo con la información brindada, aquellos productores que no trasladan personalmente sus productos al mercado, lo hacen a través de intermediarios quienes si cuentan con el transporte y a su vez con compradores ya identificados facilitando el proceso de venta del producto.

El producto en el mercado independientemente del medio o canal utilizado para ser trasladado, se vende al mayorista, quien es la persona que realiza el proceso de compra y venta de los productos en volúmenes grandes, quienes en ocasiones pueden ser los mismos productores.

Este producto al por mayor es vendido en proporciones menores a otros vendedores que son conocidos como minoristas o detallistas, quienes compran el producto para venderlo nuevamente en los diferentes mercados periféricos de la Ciudad de Guatemala y otros departamentos al consumidor final.

Figura 39. Distribución de productos de CENMA.

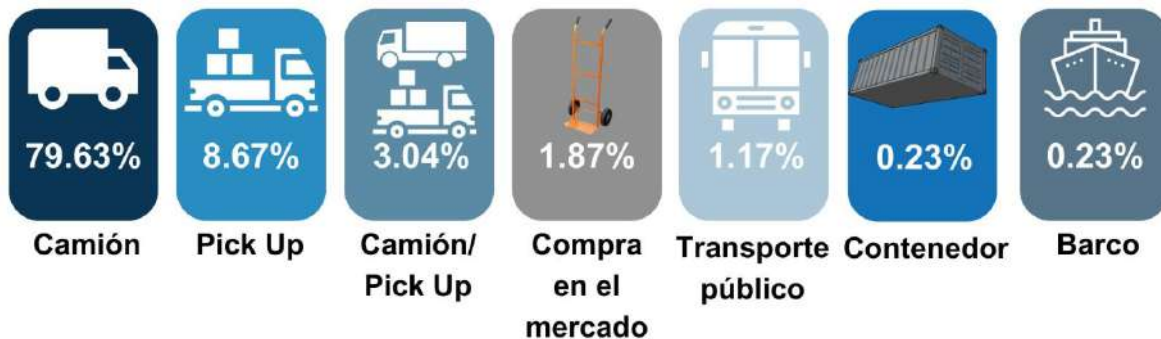


Fuente: Planeamiento MAGA.

Para el abastecimiento de los productos de CENMA, estos ingresan por medio de las carreteras CA-1 Interamericana y CA-9 al Atlántico y Pacífico. De acuerdo con las encuestas realizadas el 23.41% de los vendedores cuentan con vehículo propio como pick up o camión para transportar sus productos; mientras que el 75.37% alquila transporte, por lo general camiones y furgones de gran capacidad. Otros vendedores 1.22% no hacen uso de transporte porque indican que compran el producto en CENMA y los intermediarios y mayoristas realizan la entrega en el puesto de venta.

El 79.63% de los productos, son trasladados en camión desde el área de producción al mercado, estos varían de tonelaje según el volumen comercializado; el 8.67% utilizan pick up; el 3.04% camión y pick up; el 1.87% compra sus productos en el mercado; el 1.17% utiliza transporte público y para el abastecimiento a distancia se utilizan otros medios como contenedores y barcos representando el 0.23% para cada uno, estos últimos en el caso de las importaciones. Por su parte un 5.16% de vendedores no indicó el medio que utilizan para transportar sus productos a CENMA.

Figura 40. Tipos de transporte utilizados según los vendedores de CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Existe una proporción de comerciantes encuestados que indicaron que el producto ingresaba por barco, sin embargo, se refiere principalmente a los productos importados que ingresan por este medio de transporte en los puertos comerciales del país y son transportados en contenedores y camiones desde las bodegas hasta el CENMA, utilizando las diferentes vías de acceso con las que se cuentan.

Figura 41. Transporte utilizado para el traslado de productos de México, Centroamérica y Panamá hacia la Central de Mayoreo.



Fuente: Planeamiento MAGA.

6.1. Clientes frecuentes

Según las encuestas realizadas en el mercado, el 92.74% de los vendedores del CENMA cuentan con clientes frecuentes, lo que facilita el proceso de compra venta, dado que con esto sus productos ya tienen destino asegurando para la venta. Asimismo, el 5.15%, indicó no tener clientes frecuentes y el 2.11% restante, se abstuvo de responder la pregunta.

Figura 42. Porcentaje de vendedores con clientes frecuentes en el CENMA.



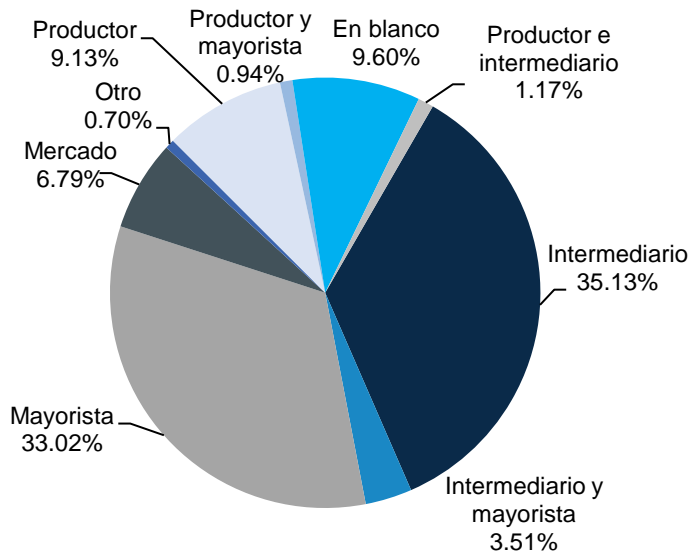
Fuente: Planeamiento MAGA.

7. Precios de los productos comercializados

7.1. Fijación del precio

Según los resultados de las encuestas realizadas a los vendedores, el 35.13% considera que el intermediario es quien fija el precio, el 33.02% indican que es el mayorista, el 9.13% indica que es el productor, el 6.79% considera que la dinámica del mercado es la que determina el precio, el 3.51% indica que el precio se fija de acuerdo con el precio de venta entre el intermediario y mayorista, el 1.17% entre el productor e intermediario, el 0.94% entre el productor y el mayorista, un 0.70% indicaron otros actores como los que determinan el precio y un 9.60%, se abstuvo a responder la pregunta.

Figura 43. Percepción del actor que determina el precio de los productos vendidos en el CENMA.

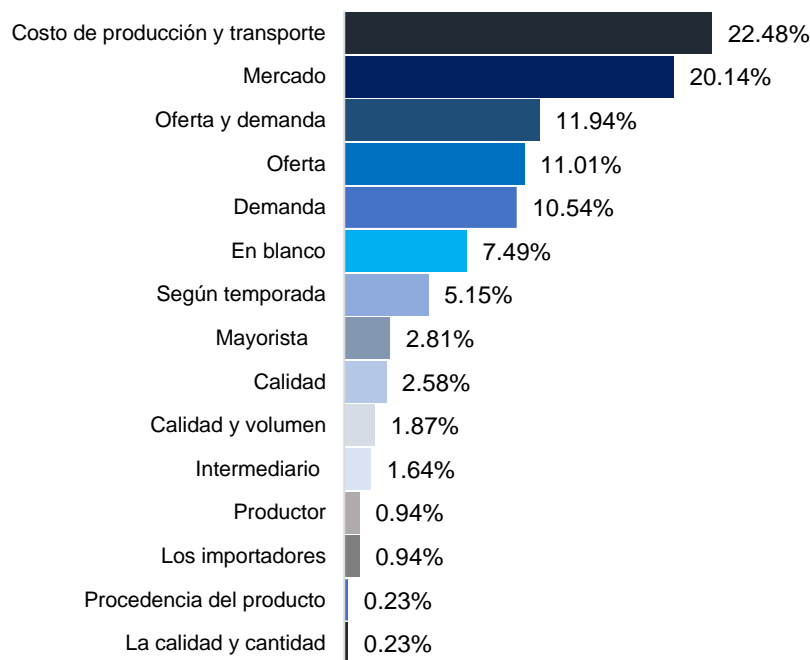


Fuente: Planeamiento MAGA.

7.2. Factores que influyen en la fijación del precio

Según las encuestas realizadas a los vendedores, el factor principal que determina el precio de los productos son los costos de producción y el precio del transporte con el 22.48%, la dinámica del mercado con el 20.14%, el proceso de oferta y demanda con el 11.94%, la oferta con el 11.01%, la demanda con el 10.54%, la temporada del producto con el 5.15%, el mayorista con un 2.81%, la calidad del producto según el 2.58%, la calidad y el volumen con el 1.87%, el intermediario con el 1.64%, el productor con el 0.94%, los importadores con el 0.94%, la procedencia del producto de acuerdo con el 0.23% y la calidad y cantidad del producto con el 0.23%, el 7.49% restante no atendió la pregunta.

Figura 44. Factores que determinan el precio de productos en el CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

7.3. Arbitrio

Con respecto al arbitrio mensual, este varía de acuerdo al tamaño, tipo y grupo de personas que ocupan un espacio dentro de los galpones de la Central de Mayoreo, donde el costo varía desde Q. 10.00 por el espacio que ocupa “bulto” hasta los Q. 250.00 por un área de 18 metros cuadrados. Mientras que los locales que se encuentran en los galpones tipo bodega pagan un arbitrio que va desde Q. 300.00 hasta Q. 3,000.00, el cual es pagado a la administración del CENMA.

7.4. Histórico de precios de productos agrícolas monitoreados por Planeamiento MAGA

A continuación, se presenta una serie histórica del precio promedio anual del año 2019 al 2023, este último con datos al 15 de diciembre, sobre productos agrícolas comercializados en la Central de Mayoreo y monitoreados por Planeamiento del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, los mismos son considerados en virtud que tienen importancia por estar contenidos en la Canasta Básica Alimentaria.

Tabla 2 . Precio promedio anual de frutas pagados al mayorista en la Central de Mayoreo (CENMA), Villa Nueva, años 2019 a 2023* (Cifras expresadas en quetzales).

Producto	Unidad de medida	2019	2020	2021	2022	2023*
Aguacate criollo, grande, de primera	Ciento	260.97	276.14	325.88	414.38	414.13
Aguacate Hass, mediano, de primera	Ciento	177.66	245.63	198.85	243.80	200.63
Banano criollo, mediano, de primera	Quintal	100.00	100.67	100.00	100.00	111.72
Banano de exportación, mediano, de primera	Caja (100 - 105 unidades)	45.69	47.84	53.66	54.99	57.34
Fresa mediana, de primera	Caja (35 - 40 lb)	125.54	181.59	381.59	376.63	321.76
Limón criollo, mediano, de primera	Millar	289.67	367.47	324.95	352.76	420.11
Limón Persa, mediano, de primera	Millar	525.65	650.92	584.00	691.79	786.85
Mandarina criolla, mediana, de primera	Ciento	36.16	43.33	47.22	51.00	65.77
Mandarina mexicana, mediana, de primera	Caja (250 unidades)	121.11	125.00	131.33	193.64	247.92
Mango pashte, mediano, de primera	Ciento	162.13	260.71	245.56	251.60	182.22
Mango Tommy Atkins, mediano, de primera	Ciento	144.44	163.57	225.04	247.75	306.96
Melocotón mediano, de primera	Ciento	SD	144.38	131.75	116.25	153.67
Melón Cantaloupe, mediano, de primera	Ciento	535.80	538.10	531.04	600.00	718.75
Melón Harper, mediano de primera	Ciento	500.00	541.37	563.62	619.19	690.56
Naranja Piña (Azucarona), mediana, de primera	Ciento	48.19	52.70	65.20	58.36	88.13
Naranja Valencia, mediana, de primera	Ciento	71.73	81.43	88.04	86.94	128.01
Papaya Tainung, mediana, de primera	Caja (12 - 13 unidades)	78.77	100.88	101.97	92.09	106.02
Piña mediana, de primera	Ciento	463.89	511.46	502.22	548.53	562.35
Plátano grande, de primera	Ciento	125.12	130.00	129.17	145.79	226.89
Plátano mediano, de primera	Ciento	96.68	101.00	96.94	107.50	180.64
Rambután mediano, de primera	Ciento	30.52	24.32	27.85	34.70	29.70
Sandía redonda, mediana, de primera	Ciento	937.25	955.38	918.84	1,120.10	1,370.83
Uva roja, importada, de primera	Caja (22 lb)	242.07	280.16	272.52	291.87	307.62

Fuente: Planeamiento MAGA con datos del Sistema de Información de Mercados -SIM-.

*Datos al 15 de diciembre de 2023.

SD: Sin Datos.

Tabla 3. Precio promedio anual de vegetales pagados al mayorista en la Central de Mayoreo (CENMA), Villa Nueva, años 2019 a 2023* (Cifras expresadas en quetzales).

Producto	Unidad de medida	2019	2020	2021	2022	2023*
Apio mediano, de primera	Docena	12.62	12.47	12.45	19.18	21.31
Brócoli mediano, de primera	Bolsa (2 docenas)	63.64	64.52	68.59	80.05	116.72
Cebolla con tallo, blanca, mediana, de primera	Manojo (50 unidades)	39.23	30.19	36.12	42.53	58.60
Cebolla seca, amarilla, mediana, de primera	Quintal	259.79	SD	287.49	276.73	296.04
Cebolla seca, amarilla, mediana, de primera, importada	Quintal	287.25	297.73	303.07	369.29	334.12
Cebolla seca, blanca, mediana, de primera	Quintal	481.13	271.63	200.00	365.21	284.69
Cebolla seca, blanca, mediana, de primera, importada	Quintal	385.28	318.52	318.04	412.70	351.40
Cebolla seca, morada, mediana, de primera	Quintal	371.66	317.92	315.60	334.32	352.86
Cebolla seca, morada, mediana, de primera, importada	Quintal	404.48	369.34	400.65	414.95	396.39
Chile Jalapeño, grande, de primera	Costal (35 - 40 lb)	124.87	130.44	112.46	161.29	161.31
Chile Jalapeño, mediano, de primera	Costal (35 - 40 lb)	111.05	117.22	98.42	145.42	142.20
Chile Pimiento, grande, de primera	Caja (70 - 80 unidades)	83.10	87.69	86.92	112.47	111.32
Chile Pimiento, mediano, de primera	Caja (100 - 150 unidades)	73.81	76.00	74.58	101.50	96.20
Coliflor mediana, de primera	Bolsa (12 unidades)	39.57	36.82	42.84	66.12	85.90
Ejote Chino	Costal (40 lb)	92.74	79.05	101.45	127.79	151.76
Ejote criollo, de primera	Costal (40 lb)	SD	109.61	108.10	200.00	141.46
Güicoy sazón, mediano, de primera	Red 15 a 18 unidades	113.72	105.28	131.02	147.73	156.09
Güisquil mediano, de primera	Ciento	61.38	70.11	73.96	111.99	133.77
Lechuga repollada, mediana, de primera	Caja (24 - 26 unidades)	32.72	26.32	27.88	40.45	55.33
Papa larga, lavada, grande, de primera	Quintal	143.38	244.30	188.75	213.03	334.42
Papa Loman, lavada, grande, de primera	Quintal	213.65	278.72	215.38	319.67	361.38
Papa Loman, lavada, mediana, de primera	Quintal	155.08	224.98	194.52	300.82	238.84
Papa Loman, lavada, pequeña, de primera	Quintal	115.88	168.52	140.06	238.91	197.70
Papa redonda, lavada, grande, de primera	Quintal	157.07	230.00	163.66	228.70	299.22
Papa redonda, sin lavar, grande, de primera	Quintal	136.78	209.67	144.26	210.04	280.67
Pepino mediano, de primera	Costal (60 - 70 unidades)	64.28	65.38	76.91	110.91	108.97
Rábano mediano, de primera	Caja (200 - 250 unidades)	30.69	33.08	32.21	45.86	53.36
Remolacha, mediana, de primera	Red (4 - 5 docenas)	27.46	31.58	28.70	57.68	48.97
Repollo blanco, mediano	Red (12 - 15 unidades)	37.59	32.27	39.47	47.23	57.57

Producto	Unidad de medida	2019	2020	2021	2022	2023*
Tomate de cocina, grande, de primera	Caja (45 - 50 lb)	117.58	114.99	126.37	141.94	172.01
Tomate de cocina, mediano, de primera	Caja (45 - 50 lb)	103.36	99.21	107.26	125.93	148.45
Zanahoria mediana, de primera	Bolsa (5 - 6 docenas)	38.27	42.68	38.20	51.84	61.55

Fuente: Planeamiento MAGA, con datos del Sistema de Información de Mercados -SIM-.

*Datos al 15 de diciembre de 2023.

SD: Sin Datos.

Tabla 4. Precio promedio anual de granos básicos pagados al mayorista en la Central de Mayoreo (CENMA), Villa Nueva, años 2019 a 2023* (Cifras expresadas en quetzales).

Producto	Unidad de medida	2021	2022	2023*
Arroz oro, blanco de primera	Quintal	367.14	408.48	418.15
Arroz oro, blanco de segunda	Quintal	347.14	382.57	392.84
Frijol blanco, de primera	Quintal	993.93	1,014.20	859.60
Frijol blanco, de segunda	Quintal	947.96	936.42	806.62
Frijol negro, de primera	Quintal	501.64	539.97	638.48
Frijol negro, de segunda	Quintal	480.18	512.76	593.36
Frijol rojo de segunda, importado	Quintal	472.50	535.15	585.00
Frijol rojo, de primera	Quintal	505.00	661.42	816.87
Frijol rojo, de segunda	Quintal	477.50	601.51	744.63
Maíz amarillo, de primera, otros orígenes	Quintal	149.80	190.33	214.15
Maíz blanco, de primera	Quintal	155.21	205.53	226.60
Maíz blanco, de primera, otros orígenes	Quintal	151.43	202.82	222.97
Maíz blanco, de segunda	Quintal	146.99	198.03	217.55
Sorgo blanco, de primera	Quintal	149.57	214.47	224.60

Fuente: Planeamiento MAGA, con datos del Sistema de Información de Mercados -SIM-.

*Datos al 15 de diciembre de 2023.

SD: Sin Datos.

8. Conclusiones

1. La Central de Mayoreo es un mercado con enfoque mayorista, donde se comercializan productos vegetales, frutas, granos básicos, pecuarios, abarrotos entre otros. Cuenta con una estructura diseñada adecuadamente tanto para la instalación de los vendedores como para los compradores, se encuentra distribuida en 22 galpones iluminados y con cámaras de seguridad donde en cada uno se comercializan distintos productos, en el galpón número 15 se ofrecen ventas al detallista.

Además, tiene su propia administración vinculada a la Municipalidad de Guatemala quien se encarga de la recolección de basura; la atención administrativa se brinda en horario de 6:00 a 14:00 horas. Para el acceso se encuentran instaladas garitas de seguridad que funcionan las 24 horas del día y los 365 días del año, los visitantes pueden contar con estacionamientos, específicamente frente a los galpones, además de un espacio de cafetería y áreas verdes, así como servicios sanitarios que tienen un costo para su uso de entre Q.1.00 a Q.2.00.

2. Las edades de los compradores oscilan entre los 35 a 69 años. El 53.54% son mujeres, además la ocupación del 42.04% es comerciante, seguido del 32.74% quienes indican ser amas de casa. Adicional, el 78.76% son del Departamento de Guatemala y se cuenta con un 2.64% de compradores originarios de países como Honduras y El Salvador.

Con relación a los vendedores, las edades oscilan entre los rangos de 30 a 39 años y 50 a 64 años. El 71.19% son hombres, además la ocupación del 76.58% es comerciante. Adicional, el 33.49% son del Departamento de Guatemala, seguido del 14.05% provenientes de Quiché y se cuenta con un 2.83% de vendedores provenientes de Honduras y El Salvador.

3. Los productos agrícolas ocupan gran parte del mercado y se ofrecen principalmente de primera calidad, aunque se encuentran de segunda y tercera calidad, el 54.89% de los vendedores ofrecen vegetales, el 34.89% frutas, el 4.44% granos básicos, el 2.67% especias, el 1.78% productos pecuarios, el 1.11% abarrotos y 0.22% flores.
4. Los productos que se comercializan en CENMA, provienen de distintas zonas del país y para el traslado de los mismos, se utilizan transportes como camiones con un 79.63%, pick up con el 8.67%, entre otros.

9. Recomendaciones

1. Es necesario que, en la Central de Mayoreo, se puedan identificar otras vías de egreso o ingreso, principalmente para la atención de emergencias, además de adecuar áreas para personas con discapacidad.
2. El crecimiento demográfico demanda crecimiento en la infraestructura, lo cual deberá ser evaluado bajo un plan de desarrollo adecuadamente diseñado, considerando los aspectos que interactúan en el proceso de comercialización, desde el tipo de productos, tamaño y tipo de bodega, ubicación, circulación vial, ya que la ampliación generará aumento de la carga vehicular, por lo que se hace indispensable propiciar vías de acceso para contar con un flujo adecuado y facilitar la circulación
3. Que el presente estudio sea actualizado de forma periódica, para que a manera de seguimiento y evaluación se conozcan los cambios del estado situacional del CENMA en materia de operación de carga y descarga de productos, evacuación de desechos sólidos (orgánicos e inorgánicos) y descarga de aguas residuales; que a su vez, permitirá conocer los avances en términos de eficiencia, para la mejora continua de la Administración Interna del CENMA.

10. Glosario

- Azotea:** Cubierta de una edificación que puede utilizarse de diferentes maneras.
- Cajones:** Recipiente para guardar cosas, de base generalmente rectangular y abierto por la parte superior, que encaja en el hueco de un mueble y que puede deslizarse hacia fuera del mismo para abrirlo y hacia dentro para cerrarlo.
- Galpón:** Construcción grande y techada que se emplea como taller mecánico,
- Hora Pico:** Hora en la que se produce mayor aglomeración en los transportes o mayor demanda en el uso de determinados servicios.
- Mayoreo:** Venta al por mayor.
- Varas:** Unidad de medida lineal equivalentes a 0.835905 metros.

11. Bibliografía

- ADARCH Arquitectura. (2019). *ADARCH Arquitectura*. Obtenido de <https://adarch.es/blog/el-mercado-en-la-historia/>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (27 de Febrero de 2007). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/noticias/hojas-informativas/2007-02-27/guatemala-y-el-bid%2C3616.html#:~:text=El%20BID%20presidi%C3%B3%20los%20grupos,descentralizaci%C3%B3n%20y%20el%20desarrollo%20comunitario.>
- Infile, S.A. (s.f.). *Infile*. Obtenido de https://leyes.infile.com/index.php?id=182&id_publicacion=47857
- León, M. A. (2002). *Propuesta de la USAC a la municipalidad de Guatemala con relación al problema del traslado del mercado de la terminal*. USAC-DIGI.
- Linares, L. (19 de Septiembre de 2016). Planificación del desarrollo Metropolitano. *El Siglo*. Obtenido de <https://elsiglo.com.gt/2016/09/19/planificacion-del-desarrollo-metropolitano/>
- Municipalidad de Guatemala. (29 de septiembre de 2000). Diario de Centro América. *Acuérdase ordenar el traslado a las instalaciones de la Central de Mayoreo - CENMA- zona 12, de los arrendatarios mayoristas del Mercado La Terminal zona 4 y de los arrendatarios del mercado denominado "El Tomatero", como se indica*. Guatemala, Guatemala, Guatemala.
- Municipalidad de Guatemala. (26 de septiembre de 2000). Reglamento para el arrendamiento, manejo y uso de las áreas de comercialización con que cuenta la Central de Mayoreo, CENMA. Guatemala, Guatemala, Guatemala.
- Municipalidad de Guatemala. (3 de Diciembre de 2019). *issuu*. Obtenido de https://issuu.com/municipalidaddeguatemala/docs/entrevista_mercados#:~:text=La%20Direcci%C3%B3n%20de%20Mercados%20es,limpieza%20y%20las%20fumigaciones%20peri%C3%B3dicas.
- QuestionPro. (s.f.). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/Segmentacion-demografica.html>
- Spiegeler, B. R. (2006). *Rediseño del Mercado Municipal Sur-2 y su integración al Centro Cívico Metropolitano*. Guatemala: Universidad del Istmo. Facultad de Arquitectura y Diseño.
- Urrutia, C. (21 de mayo de 2011). *Guatemala Blogger*. Obtenido de <https://guatemaladeayer.blogspot.com/2011/05/el-mercado-central.html>

12. Anexos

Anexo 1. Boleta de encuesta para personal administrativo del CENMA.

Página 1 de 2

El Ministerio de Agricultura, en cumplimiento de sus funciones, realiza a la presente encuesta para recabar información de mercados, se agradece su comprensión y colaboración.

PERSONAL ADMINISTRATIVO

HISTORIA

¿En qué año se fundó el mercado? _____ ¿Han agregado locales con el tiempo? Sí No

¿Siempre ha estado en la misma ubicación? Sí No Indique: _____

¿Cuál es el horario de atención al público? _____

¿Cuál es el horario de abastecimiento? _____

¿Cuáles son los días de abastecimiento? D L M M J V S

TIPOGRAFÍA ARQUITECTÓNICA	Paredes: <input type="radio"/> Lámina <input type="radio"/> Madera <input type="radio"/> Concreto
	Techo: <input type="radio"/> Lámina <input type="radio"/> Madera <input type="radio"/> Concreto
	Piso: <input type="radio"/> Tierra <input type="radio"/> Concreto <input type="radio"/> Granito/cerámico
¿Están clasificados por productos los locales? <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Sí Cuál: _____	
¿Están divididos por sectores de categorías? <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Sí Cuál: _____	
¿Los locales se arriendan por cortado? <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Sí Cuál: _____	

EQUIPAMIENTO URBANO

<input type="radio"/> Espacio para estancia _____	<input type="radio"/> Parqueo _____
<input type="radio"/> Iluminación _____	<input type="radio"/> Manejo de desechos _____
<input type="radio"/> Terminal de buses _____	<input type="radio"/> Contaminación física y visual _____
<input type="radio"/> Salidas de emergencia _____	<input type="radio"/> Espacio para la carga/descarga de proveedores _____
<input type="radio"/> Espacios inclusivos para personas discapacitadas _____	
<input type="radio"/> Seguridad _____	
<input type="radio"/> Control de flujos de tránsito _____	

ESPACIO INTERIOR DEL MERCADO

<input type="radio"/> Tamaño del local _____	<input type="radio"/> Administración/comité _____
<input type="radio"/> Servicio de seguridad _____	<input type="radio"/> Extracción de basura (¿Cuánto pagan?) _____
<input type="radio"/> Sanitarios _____	<input type="radio"/> Cámaras _____
<input type="radio"/> Atención al Cliente/visitante _____	<input type="radio"/> Atención al cliente _____
<input type="radio"/> Asistencia médica _____	<input type="radio"/> Iluminación (¿el inquilino paga?) _____
<input type="radio"/> Plaza financiera _____	<input type="radio"/> Alumbrado público _____
<input type="radio"/> Plaza financiera _____	

POBLACIÓN

Cantidad de vendedores: _____

Cantidad de personas que transitan el mercado por día: _____ Hora Pico: _____

¿Los vendedores están organizados?: _____

¿Cuál es la naturaleza de su organización? Asociación Cooperativa Comité Otro: _____

¿Cuál es la cantidad estimada de compradores? _____

Anexo 2. Boleta de encuesta para compradores

El Ministerio de Agricultura, en cumplimiento de sus funciones, realiza a la presente encuesta para recabar información de mercados, se agradece su comprensión y colaboración.

INFORMACIÓN DEL COMPRADOR

DATOS SOCIALES

Género: M F

Autoidentificación étnica: Ladino Indígena Garífuna Otro

Ocupación: _____

Rango de edad a la que pertenece (en años):
 <15 15-19 20-24 25-29 30-34 35-39 40-44 45-49 50-54 55-59 60-64 65-69 >70

Escolaridad: Ninguna Primaria Básicos Diversificada Universitaria

Área de Procedencia: Departamento _____ Municipio _____

COMERCIAL

¿A cuál o cuáles de estos grupos pertenecen los productos adquiridos?

Flores Granos básicos Vegetales Fruta

Especias Pecuarios Abarrotes Hidrobiológicos

Otros _____

¿Uso que se le dará al producto adquirido? Uso personal Uso Comercial

Si es comercial ¿a qué tipo de comercio? Venta al detalle en otros mercados Venta al detalle en tienda de barrio Restaurante Hotelería Procesamiento/ Industria Otro: _____

Observaciones: _____

Anexo 3. Boleta de encuesta para vendedores mayorista y detallista

Página 1 de 2

El Ministerio de Agricultura, en cumplimiento de sus funciones, realiza a la presente encuesta para recabar información de mercados, se agradece su comprensión y colaboración.

VENDEDOR MAYORISTA Y DETALLISTA

DATOS SOCIALES

Género: M F Autoidentificación étnica: Ladino Indígena Garífuna Otro

Ocupación: _____

Rango de edad a la que pertenece (en años): <15 15-19 20-24 25-29 30-34 35-39 40-44 45-49 50-54 55-59 60-64 65-69 >70

Escolaridad: Ninguna Primaria Básicos Diversificada Universitaria

Área de Procedencia: Departamento _____ Municipio _____

COMERCIAL

¿A cuál o cuáles de estos grupos pertenecen los productos que ofrece?

Flores Granos básicos Vegetales Fruta Abarrotes Hidrobiológicos Especias Pecuarios Otros _____

Principal producto que comercializa: _____

¿Con quien de los siguientes actores se identifica?

Productor Intermediario Mayorista Detallista

¿Con que frecuencia se abastece de producto que vende?

Mas de una vez por semana Semanal Quincenal Mensual _____

Procedencia del producto: Departamento: _____ Municipio: _____

Calidades de producto que comercializa: Primera Segunda Tercera Otra _____

Cuál es el volumen aproximado de comercialización (compra/venta): _____ Unidad de medida: _____



CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

¿Cuál es la temporada con mayor abastecimiento del producto?: _____

Quién le abastece Propio Intermediarios Mayorista Otro _____

¿Qué medio utiliza para transportarlo desde lugar de procedencia? Camión Pick up Transporte público Otro _____

El transporte que utiliza es: Propio Paga el servicio Otro _____

PRECIO

¿Existe algún período del año en que los precios de sus productos agrícolas tiendan a ser más altos o más bajos? _____

¿Quién determina el precio? Productor Intermediario Mayorista Otro _____

¿Cómo se define el precio: _____

¿Tiene clientes frecuentes? Sí No

¿Cuántos? _____

Arbitrio mensual del local: _____

Observaciones: _____



Anexo 4. Capítulos II, III, IV y V del Reglamento para el Arrendamiento, Manejo y Uso de las Áreas de Comercialización con que Cuenta la Central de Mayoreo, CENMA, Acuerdo Municipal No. 22-08-2000.

CAPITULO II

DE LAS ÁREAS DE COMERCIALIZACIÓN

Artículo 2ª Las áreas de comercialización de la Central de Mayoreo, CENMA, serán arrendadas personas individuales o jurídicas que llenen los requisitos señalados en el presente reglamento.

Artículo 3º. La adjudicación de las áreas de comercialización corresponde al Director de Servicios

Públicos a propuesta de la Administración de CENMA, atendiendo a los siguientes criterios:

1. Se le dará prioridad a los solicitantes guatemaltecos.
2. Que existan áreas disponibles para ser arrendadas de acuerdo al producto que se pretende comercializar.

Artículo 4º. El interesado en obtener un área para la comercialización de sus productos, deberá presentar ante la Administración de CENMA la solicitud respectiva, debiendo llenar el formulario y los requisitos que para tal efecto se le soliciten.

Artículo 5º. La Dirección de Servicios Públicos, podrá adjudicar en arrendamiento hasta dos áreas de comercialización a personas individuales o jurídicas, velando porque la distribución sea equitativa, de acuerdo a las áreas disponibles.

Artículo 6º. Los contratos de arrendamiento que se suscriban entre la Municipalidad y los arrendatarios tendrán un plazo de tres años.

Artículo 7. Los arrendatarios gozarán del derecho preferencial de renovación de contrato, siempre y cuando durante la vigencia del anterior contrato, hubieren cumplido satisfactoriamente y con puntualidad todos sus pagos y obligaciones.

Artículo 8º. Además de la renta mensual por área arrendada, el arrendatario está obligado a pagar la cuota de mantenimiento de gastos comunes que fije por área arrendada la Administración de CENMA, previa aprobación de la Dirección de Servicios Públicos, y dependiendo de los gastos comunes que estas originen como: agua, luz y vigilancia.

Artículo 9º. El pago por concepto de renta y los gastos comunes de mantenimiento serán calculados en cuota mensual y el arrendatario está obligado a efectuarlos en el lugar que estipule la Administración de CENMA, sin necesidad de cobro o requerimiento alguno.

Artículo 10°. El arrendatario está obligado a pagar intereses sobre el saldo deudor que tenga por concepto de rentas y gastos comunes de mantenimiento, de conformidad con la tasa de interés anual que determine la Junta Monetaria, para efectos tributarios.

Artículo 11°. El arrendatario que tuviere dos cuotas por rentas o gastos comunes de mantenimiento en mora, previo apercibimiento de la Dirección de Servicios Públicos, se le rescindirá el contrato respectivo y se ordenará la desocupación inmediata del área arrendada por el Juez de Asuntos Municipales.

Artículo 12°. Para la mejor prestación del servicio, la Administración de CENMA, puede ordenar la remodelación de áreas arrendadas, estando obligados los arrendatarios a trasladarse a las nuevas áreas asignadas.

Artículo 13°. El área arrendada por personas individuales o jurídicas no podrá subarrendarse, cederse o heredarse. En el caso del fallecimiento de un arrendatario individual, tienen opción prioritaria para arrendar el área ocupada, un hijo o el cónyuge o conviviente del causante, siempre y cuando llene los requisitos establecidos por la Administración de CENMA.

Artículo 14°. El arrendatario que subarrendare su área o parte de ella a un tercero, le será rescindido su contrato y se ordenará la desocupación inmediata del área ocupada.

Artículo 15°. La Administración de CENMA fijará los horarios para los arrendatarios como para el público usuario, tomando en consideración las distintas necesidades, con el objeto de prestar un mejor servicio.

CAPITULO III

DE LOS ARRENDATARIOS

Artículo 16°. Se denomina arrendatario a toda persona individual o jurídica que, mediante la suscripción del contrato respectivo, se le asigne un área de comercialización en las instalaciones de CENMA.

Artículo 17°. Son obligaciones de los arrendatarios.

- a) Destinar y atender las áreas arrendadas para los propósitos preestablecidos por la Administración de CENMA y consignados en el contrato.
- b) Velar por la seguridad del área arrendada.
- c) Pagar en la forma establecida en el contrato, la renta y los gastos comunes de mantenimiento correspondientes.
- d) Conservar sus comprobantes de pago para poder presentarlos en cualquier momento que le fueran requeridos.
- e) Acatar las disposiciones y recomendaciones que en beneficio común dice la Administración de CENMA.

- f) Acatar las disposiciones sanitarias, higiénicas y de seguridad que dicten las autoridades competentes.
- g) Los arrendatarios del área de comedores o de otras que por su naturaleza sean susceptibles de incendio, deberán contar con extinguidores contra incendios.
- h) Mantener el área objeto de contrato en perfectas condiciones de limpieza, higiene y presentación, así como mantener recipientes adecuados para depositar la basura y/o desperdicios.
- i) Hacer del conocimiento de la Administración de CENMA, cualquier anomalía en el funcionamiento de la Central de Mayoreo, o de cualquier otra índole que afecten los intereses del o los arrendatarios y/o del público en general.
- j) Guardar a las autoridades respectivas, así como a los demás arrendatarios y público en general, el respeto y atención que se merecen.
- k) No causar daño, ni hacer modificaciones al área arrendada sin previa autorización de la Administración de CENMA.
- l) Solicitar a donde corresponda, la instalación de contador de consumo de agua, energía eléctrica y servicio telefónico si así lo necesitaren, y cumplir con el pago respectivo.

Artículo 18°. A los arrendatarios les queda prohibido:

- a) Hacer uso de un área distinta a la arrendada.
- b) Colocar más de un rótulo de identificación en el área arrendada o exhibir sus productos y mercancías fuera de los límites de la misma.
- c) La venta ambulante de productos.
- d) La permanencia en las instalaciones de CENMA, de niños menores que se dediquen a la venta ambulante de productos.
- e) Tener depósitos de materiales inflamables o corrosivos, bebidas alcohólicas y fermentadas.
- f) Practicar juegos de azar, prostitución, venta de material pornográfico, bebidas alcohólicas, drogas o estupefacientes, en el área arrendada o dentro de las instalaciones de CENMA.
- g) Hacer modificaciones, instalaciones o mejoras del área arrendada, sin la respectiva autorización por escrito de la Administración de CENMA; en caso de autorización dichas mejoras quedarán en beneficio de CENMA.
- h) Usar magnavoces, así como aparatos de sonido con mucho volumen, que pueda afectar a otros arrendatarios o a los usuarios.
- i) Promover riñas o escándalos de cualquier forma.
- j) Interrumpir el tránsito de vehículos y personas, dentro de las instalaciones de CENMA.

Artículo 19°. Los arrendatarios que contravengan las disposiciones contenidas en el presente reglamento, serán amonestados la primera vez por la Administración de CENMA, en caso de reincidencia o de comisión de faltas graves, la Administración de CENMA podrá pedir la rescisión del contrato de arrendamiento y ordenar la desocupación del área arrendada, sin perjuicio de la sanción que pueda imponer el Juzgado de Asuntos Municipales.

CAPITULO IV TASAS

Artículo 20°. Se fijan las siguientes tasas en la Central de Mayoreo:

- A. Por metro cuadrado arrendado, una tasa diaria de Q. 0.50, la cual será pagada en forma mensual de conformidad con el contrato de arrendamiento suscrito.
- B. Tasa por estacionamiento.

Tasa por tiempo en el parqueo / Tipo de vehículo	TASA: UNA HORA	TASA: MEDIA HORA
Vehículo liviano y Pick-up hasta de 1.5 toneladas	Hasta Q. 6.00	Hasta Q. 3.00
Pick-up de más de 1.5 toneladas y camiones de cuatro ejes	Hasta Q. 8.00	Hasta Q. 4.00
Trailers con plataforma o furgones	Hasta Q. 10.00	Hasta Q. 5.00

CAPITULO V

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 21°. El arrendatario deberá mantener abierto diariamente el local arrendado salvo en caso de fuerza mayor, podrá cerrarlo hasta por un término de 15 días, con autorización de la Administración del CENMA, vencido este plazo el Administrador de CENMA queda facultado para recoger el puesto y hacer el inventario respectivo en presencia de un representante del Juzgado de Asuntos Municipales y dos arrendatarios de la Central de Mayoreo.

Artículo 22°. Cuando por cualquier circunstancia el arrendatario no esté en condiciones de poder seguir atendiendo el negocio, éste deberá dar aviso a la Administración de CENMA, y el área que ocupa quedará disponible.

Artículo 23°. La Municipalidad de Guatemala, no será responsable por daños y perjuicios que sufran los arrendatarios o de su mercadería dentro de las instalaciones de CENMA.

Artículo 24°. El presente reglamento deroga cualquier disposición que se oponga al mismo y entra en vigencia un día después de su publicación en el Diario Oficial.

Anexo 5. Fotografías de CENMA

Foto 1. Transporte interno del CENMA.



Fuente: Planeamiento MAGA.

Foto 2. Área de venta al detalle



Fuente: Planeamiento MAGA.

2023



**ESTUDIO
DESCRIPTIVO DE
MERCADO**

**CENTRAL DE
MAYOREO
(CENMA)**