

Mercados públicos municipales: el caso del mercado Benito Juárez de Ciudad Ixtepec, Oaxaca, México, (2009 -2010).

Carlos García Medina¹
Israel Flores Sandoval²

1. Resumen

Los mercados públicos municipales requieren apostar por cambios deliberados e integrales que les permitan satisfacer las demandas y expectativas de los consumidores y, al mismo tiempo, ser competitivos en un entorno en el que coexistan con otros formatos comerciales.

La importancia de los mercados públicos municipales o mercados minoristas radica en que cumplen funciones, no sólo económicas, sino también sociales, culturales, urbanísticas y de identidad, entre otras.

El mercado Benito Juárez de Ciudad Ixtepec, Oaxaca, México, enfrenta complejos problemas internos y un entorno comercial cada vez más competitivo. Dichas circunstancias limitan no sólo la capacidad del mercado público municipal para generar un abasto diversificado de productos de primera necesidad, de calidad y a precios bajos; sino también restringen su competitividad frente a otras formas comerciales.

El período temporal que abarcó el estudio fue el año de 2009 al 2010, es interesante esta etapa ya que en Ciudad Ixtepec se instalaron nuevos centros comerciales, mostrando contrastes importantes entre el mercado municipal y las nuevas formas de comercio.

2. Palabras Claves:

Mercados Públicos, Benito Juárez, Ciudad Ixtepec, Oaxaca, México.

Abstract

Public municipal markets must opt for the planning and the implementation of comprehensive changes if they are to meet consumers' needs and expectations, while remaining competing with other commercial formats.

¹ Dr. En Ciencias Geográficas, miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Adscrito a la carrera de la Licenciatura Administración Pública, Universidad del Istmo, Campus, Ixtepec, Oaxaca, México.

² Mtro. En Ciencia Política, Jefe de la Carrera de la Licenciatura en Derecho, Universidad del Istmo, Campus, Ixtepec, Oaxaca, México.

The importance of public municipal markets or retail markets lies in the fact that they not only fulfill economic functions but social, cultural, urban planning and community identity functions, among others, besides.

The Benito Juárez Market in Ciudad Ixtepec, Oaxaca, Mexico faces complex, internal conflicts and an increasingly-competitive retail environment. For these reasons the public municipal market's ability to offer a wide range of good-quality, competitively-priced basic consumer goods and to compete with other retail outlets is reduced.

The study spans the period 2009 -2010. This phase is of particular interest because new shopping centres were opened. The new businesses show significant differences between the municipal market and the new forms of trade.

Key words: Public markets, Benito Juárez, Ciudad Ixtepec, Oaxaca, Mexico

Recibido: 29/09/2011

Aprobado: 20/10/2011

3. Presentación

Los mercados públicos municipales son un formato de comercio con futuro; sin embargo, requieren apostar por cambios deliberados e integrales que les permitan satisfacer las demandas y expectativas de los consumidores y, al mismo tiempo, ser competitivos en un entorno en el que coexistan con otros formatos comerciales.

También reciben la denominación de mercados minoristas o detallistas. Los mercados minoristas, según la *Unión de Mercados Mayoristas*, son: "...aquellas instalaciones, habitualmente edificios cubiertos, que reúnen a una pluralidad de establecimientos comerciales y empresarios minoristas que ofrecen una amplia oferta comercial de productos alimentarios de consumo diario complementados por otros productos no alimentarios, y todo ello bajo una unidad de gestión" (Mercasa, 2009).

Se les puede definir como: "un sitio o lugar expresamente determinado por el ayuntamiento para la compra o venta al detalle de productos de primera necesidad; es, en otras palabras, una unidad comercial estructurada con base en la organización de pequeños comerciantes que proporcionan a la población un abastecimiento de productos básicos de consumo" (INAFED, 2010).

Los mercados públicos municipales o mercados minoristas cumplen destacadas funciones, no sólo económicas sino también sociales, culturales, urbanísticas y de identidad, entre otras.

Así, desde el punto de vista económico, abastecen y distribuyen al menudeo los productos básicos que necesita la comunidad; organizan y concentran a pequeños comerciantes dentro de un local (INAFED, 2010), generan empleo, mantienen vigentes sistemas de producción local (agropecuarios, manufactureros) así como dinamizan la economía local, entre algunos aspectos.

En el rubro social, fomentan la vida comunitaria al ser espacios de encuentro e interacción social; incluso son capaces de generar capital social, específicamente: confianza.

Culturalmente, los mercados públicos municipales aseguran la pervivencia de manifestaciones culturales locales. En los mercados municipales suelen ofertarse productos gastronómicos o artesanales nativos; también sobreviven en ellos formas de transacción tradicionales como el “trueque” -vigentes en muchos mercados municipales indígenas de México-.

Urbanísticamente, los mercados pueden ser factores de ordenamiento, conservación e incluso regeneración de áreas urbanas y, en este sentido último, pueden añadir valor a las ciudades (Guardia y Oyón, 2007).

La importancia económica, social y cultural de algunos mercados públicos municipales ha llegado a convertirlos en referentes de identidad de ciudades e incluso de regiones; como son los casos del mercado de la Merced y el de Sonora en la Ciudad de México (Romero, 2004); o el Benito Juárez, el de Tlacolula, el de Miahuatlán, el de Zaachila o el de Juchitán ubicados, todos ellos, en el estado de Oaxaca (Sepúlveda, 2003).

Los mercados públicos no sólo desempeñan roles diversos, presentan también ventajas, sobre todo en el ámbito económico; algunas de las que suelen adjudicárseles son las siguientes: adquisición de productos diversos en un mismo lugar; posibilidad de comparar la oferta de mercancía y seleccionar la de más bajo precio; equilibrio de

precios derivado de la concentración de comerciantes; compra de productos perecederos frescos; trato personalizado; presentación y exposición de productos; adquisición de productos locales así como proximidad (INAFED, 2010; Casares, 2008).

Pese a su importancia en la vida social y a las ventajas que presentan para el abasto de productos básicos, los mercados públicos municipales enfrentan problemas externos así como internos que ponen en riesgo su viabilidad.

Entre las amenazas externas se encuentran el surgimiento de nuevos formatos comerciales, especialmente, el de los centros comerciales; y además, modificaciones en los hábitos de consumo de la población, derivando esto último, en nuevas demandas de productos y servicios no existentes en el modelo de mercado tradicional (Allende, 2007).

En el ámbito de sus debilidades internas: la atomización de los comerciantes, las “gestiones pasivas” de sus administradores, así como la escasa voluntad de los gobiernos locales para emprender acciones modernizadoras, entre otros factores, han ocasionado la transformación de los mercados públicos municipales en “mercados rémoras” (Rebollo, 1999). Así, muchos mercados municipales son actualmente sitios que no se adaptan al entorno comercial en evolución, con ofertas poco atractivas y diversificadas, bajos volúmenes de ventas, establecimientos cerrados, con carencia de servicios, infraestructura y espacios degradados, insalubres y poco seguros. Muchos de estos mercados tienen poca viabilidad (Legorreta, 1996; Crónica, 2008; Red, 2009).

A pesar de las anteriores, experiencias y esfuerzos incipientes de modernización, adaptación y transformación de los mercados minoristas, evidencian, cada vez más, que el futuro de los mercados municipales es posible.

En España, por ejemplo, la empresa nacional *Mercasa*, dependiente de la *Sociedad Estatal de Participaciones Industriales* y del *Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino*, impulsa, desde hace algunas décadas, acciones de colaboración con ayuntamientos, comunidades autónomas y asociaciones de comerciantes para la modernización de mercados minoristas (Mercasa, s/f; Puxeu, 2009).

Mercasa a través del *Programa Nacional de Remodelación y Modernización de Mercados Públicos* ha desarrollado actuaciones en el Mercado Central de Sabadell, el Mercado Central de Tarragona, el Mercado Central de Valencia, el Mercado de La Concepción de Barcelona, el Mercado Central de Lanuza de Zaragoza, los Mercados del Este y de la Esperanza de Santander, El Mercado del Olivar de Palma de Mallorca, el Mercado de las Reales Atarazanas de Málaga, el Mercado Central de Cádiz, el Mercado de las Traviesas de Vigo, el Mercado de Ecija, entre otros (Minoristas, 2009).

La experiencia española, en particular, la de *Mercasa* ha llevado al Banco Interamericano de Desarrollo (BID) a generar recientemente un proyecto de asesoría técnica para mejorar el entorno socioeconómico de los mercados minoristas municipales en América Latina y el Caribe, denominado: *Los mercados centrales como motor del desarrollo económico, social y cultural*. En dicho proyecto, consumado en febrero del 2009, se enfatiza la idea de que los mercados minoristas deben emprender inversiones para mejorar su infraestructura física, capacidad organizacional así como características comerciales para sobrevivir, prosperar y realizar su papel tradicional y futuro (BID, 2009).

El esfuerzo institucional y coordinado de diversos gobiernos -nacional, autonómico, municipal- con empresas públicas y asociaciones de comerciantes evidente en el panorama español, contrasta con el mexicano. Las pocas experiencias sistematizadas encontradas en la red y documentos bibliográficos, son contadas en el caso de México. Las buenas prácticas de gestión de mercados identificadas, no necesariamente implican visiones integrales, ni mucho menos acciones concertadas entre distintos niveles de gobierno o con el sector privado y social. Algunos de los casos identificados se reseñan a continuación (Véase la Tabla 1).

Tabla 1. Experiencias de modernización de mercados municipales en México

Administración local 2009-2012 de la Delegación Tláhuac, Distrito Federal (Tláhuac, 2010).	Impulsa acciones para el rescate de mercados públicos tradicionales, como son: ampliación de horarios (cierre a las 9 p.m. en vez de las 4 p.m.); instalación
--	---

	de terminales en cada local para pagos con tarjeta de crédito; realización, en los mercados, de eventos culturales y recreativos los fines de semana.
Asociación Civil a cargo de Adriana Pérez de Legaspi en Malinalco, Edo de México (Suena Mexico, 2006).	Promociona el turismo gastronómico en el mercado tradicional de Malinalco, Estado de México.
Administración 2007-2010 Durango, Durango (La Voz, 2009).	Se realizan obras en el Mercado “Gómez Palacios” para adecuar su imagen; entre ellas: el remozamiento de pisos y domos. El programa se realiza a la par del rescate de fachadas y arquitectura tradicional del centro histórico, obras realizadas, a su vez, por el gobierno estatal.
Municipio de Santiago Yolomécatl, Oaxaca, Administración (Rodríguez, 2002)	Se construyó un mercado más amplio ocupándose para diversos usos comunitarios: como espacio para la práctica de deportes y como centro de convivencia social. La construcción del mercado implicó un proceso de interacción social en el que participaron la Asamblea del pueblo, representantes del sector privado, así como del gobierno estatal.
Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez y Gobierno del Estado de Chiapas. (Informador, 2010)	Se modernizó El mercado “Juan Sabines” ubicado en el centro de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, realizándose una inversión en la que participaron el gobierno municipal, estatal y federal. Se beneficio a 967 locatarios, respetándose

	<p>los espacios conforme a sus usos, costumbres y tradiciones. Destaca la construcción de un salón de usos múltiples para reuniones, de rampas para las personas con capacidades diferentes y de un estacionamiento subterráneo.</p>
--	--

Fuente. Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla 1, las acciones de rescate no se concentran sólo en la recuperación física de los inmuebles, también se crean nuevos usos del espacio así como se da vida a servicios inéditos orientados a mejorar la satisfacción de los consumidores y a dar valor adicional a los mercados públicos municipales.

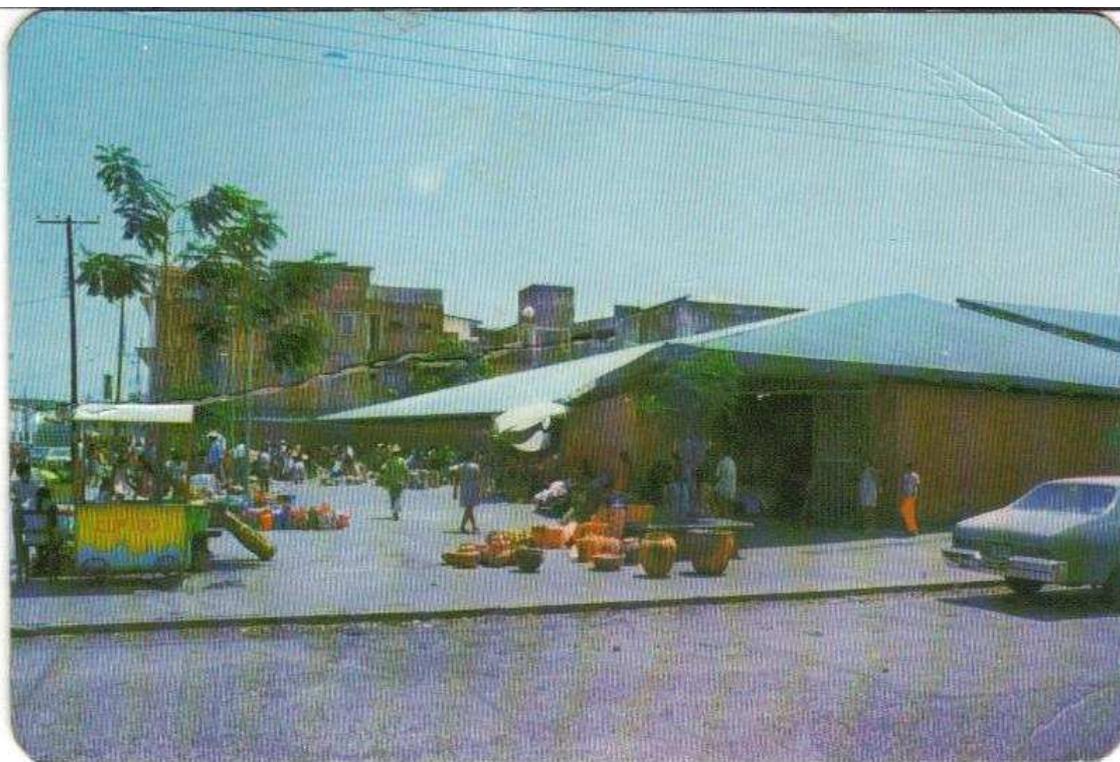
4.

5. El mercado Benito Juárez

Como muchos mercados públicos municipales, el Benito Juárez de Ciudad Ixtepec³, Oaxaca, México, enfrenta complejos problemas internos y un entorno comercial cada vez más competitivo. Dichas circunstancias limitan no sólo la capacidad del mercado público municipal para generar un abasto diversificado de productos de primera necesidad, de calidad y a precios bajos; sino también, restringen su competitividad frente a otros formatos comerciales.

El mercado público municipal Benito Juárez fue construido en 1974 (ver fotografía 1). Antes del él existieron dos mercados públicos municipales en Ciudad Ixtepec. El primero se edificó en 1872 y se ubicó en la parte baja del inmueble que alberga actualmente al palacio municipal de la ciudad. El segundo, se inauguró en 1923, se encontraba en lo que hoy es el parque “José Murat”, fue demolido en 1974 y sustituido por el actual.

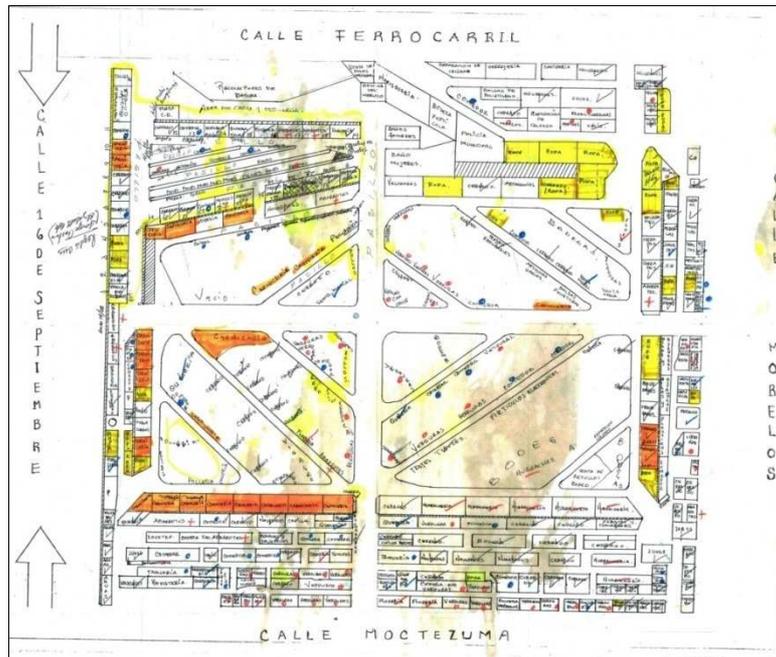
³ El municipio de Ciudad Ixtepec se encuentra en la región del Istmo de Tehuantepec, Oaxaca, México, en una latitud norte de 16° 34', longitud al oeste de 95° 06' y con una altitud 40 metros sobre el nivel del mar. Sus colindancias son con los siguientes municipios: al norte, con el Barrio de la Soledad; al sur, con San Pedro Comitancillo y Asunción Ixtaltepec; al oeste, con Santo Domingo Chihuitán; y al este, con Asunción Ixtaltepec. (INAFED, 2010).



FOTOGRAFIA 1, ASPECTO ORIGINAL DEL MERCADO BENITO JUÁREZ.

El mercado Benito Juárez tiene una superficie aproximada de 2000 metros cuadrados; se localiza entre las calles de 16 de septiembre, Moctezuma, Morelos y Ferrocarril, en la colonia Centro de la Ciudad de Ixtepec (Véase el Mapa 1).

Mapa 1. El Mercado Municipal Benito Juárez



Fuente: Archivo de la Administración del Mercado Benito Juárez de Ciudad Ixtepec (Mercado, 2008b).

Normativamente la gestión del mercado se hace conforme al *Reglamento de los Mercados Públicos de Ciudad Ixtepec, Oaxaca* expedido por el Cabildo Municipal (Ixtepec, 2007). Dicho Reglamento tiene su fundamento legal en disposiciones de orden federal, estatal y municipal; entre otras, las siguientes: Artículo 115 Fracción II, párrafo segundo de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*; Artículo 8 Fracción IX de la *Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente*; Artículo 103 de la *Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca*; Artículos 140, 141 y 142 de la *Ley Municipal del Estado de Oaxaca*; los Artículos 35, 36, 37, 62, 63, 65, 66 y 67 del *Bando de Policía y Buen Gobierno del Municipio*.

Los ordenamientos jurídicos referidos señalan al ayuntamiento de Ciudad Ixtepec como responsable de la prestación del servicio público del mercado. Su gestión, de acuerdo con las normas señaladas, deberá hacerse de manera adecuada, permanente y equitativa para toda la población del municipio.

El *Reglamento de los Mercados Públicos de Ciudad Ixtepec* contiene diez títulos que se ordenan de la siguiente forma:

Título Primero.- Capítulo Único Disposiciones Generales.

Título Segundo.- Capítulo Segundo (sic) De la concesión de los puestos.

Título Tercero.- Capítulo Único De la distribución de los puestos en el mercado y en su giro.

Título Cuarto.- De las organizaciones de locatarios, su registro y estatutos.

Capítulo Primero Disposiciones generales.

Capítulo Segundo De los estatutos

Título Quinto.- Capítulo Único De los puestos provisionales desocupados y abandonados.

Título Sexto.- De la sucesión de Derechos.

Título Séptimo.- Capítulo Único De las obligaciones de los locatarios.

Título Noveno (sic).- Capítulo Único De los administradores.

Título Décimo.- Capítulo Único De las sanciones.

Transitorios.

El Ayuntamiento de Ciudad Ixtepec administra de forma directa el mercado Benito Juárez, por lo que tiene las siguientes facultades:

- a) Asignar zonas de mercado en el municipio.
- b) Dirigir, organizar e inspeccionar el funcionamiento de los mercados públicos municipales.
- c) Determinar los giros que considere necesarios para otorgar un servicio adecuado a las necesidades colectivas.
- d) Hacer los estudios sobre la necesidad de creación de nuevos mercados, así como la ampliación y reconstrucción de los existentes.
- e) Designar a los administradores y demás personal necesario para el funcionamiento de los mercados públicos municipales.
- f) Realizar el trámite para el otorgamiento de concesiones para la explotación de locales en mercados públicos municipales cuya vigencia será de un año y el cobro será realizado en la Tesorería Municipal (Ixtepec, 2007).

De acuerdo al *Censo de Locatarios del Mercado Público Municipal Benito Juárez* (Mercado, 2008a) se registran 358 locales fijos y semifijos, con los giros que se muestran a continuación (Véase la Tabla 2).

Tabla 2. Establecimientos del Mercado Municipal Benito Juárez: Giros y Número

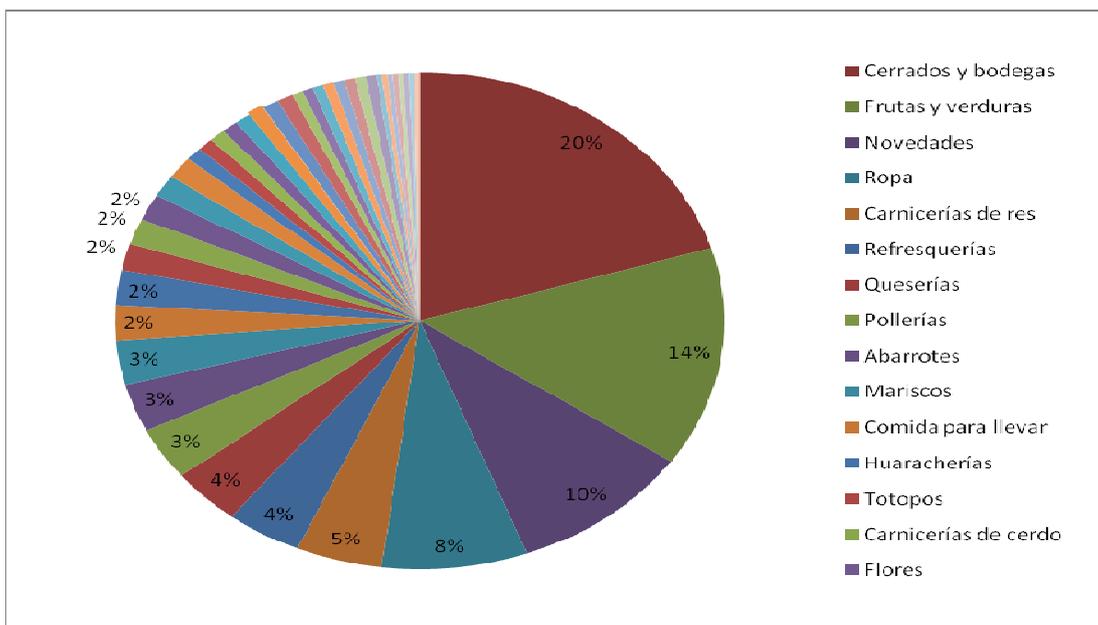
Giros	Número de establecimientos	Giros	Número de establecimientos
Abarrotes	11	Marisquería	1
Artesanías	3	Mezcal	2
Barro	3	Novedades	34
Bodega de refrescos	2	Panes	5
Carnicerías de res	16	Pescaderías	6
Carnicerías de cerdo	6	Pollerías	12
Cerrados y bodegas	71	Pollos rostizados	1
Cerrajerías	2	Plásticos	5
Comida para llevar	8	Queserías	13
Consultorio médico	1	Refresquerías	14
Distribuidor telcel	1	Reparación de calzado	3
Dulces regionales	1	Revistería	1
Electrónicos	2	Ropa	27
Fayuca	3	Sastrerías	1
Flores	6	Tiendas naturistas	3
Frutas (cocteles)	3	Totopos	8
Frutas y verduras	50	Venta de trajes típicos	3
Hilo y estambres	2	Veladoras	2
Huaracherías	8	Venta de C.D.	3
Joyerías	2	Venta de marcos para retratos	1
Mariscos	10	Videojuegos	2

Fuente: Administración del Mercado Municipal (Mercado, 2008a).

La diversidad de giros comerciales que existen en el mercado municipal Benito Juárez hace evidente la importancia que éste último tiene en el abasto de productos para la población de la ciudad. A pesar de la instalación reciente, en 2008, de un centro comercial en la ciudad y del crecimiento del comercio minorista, el mercado municipal figura en la preferencia de compra de los habitantes de Ciudad Ixtepec.

Del número de locales registrados con diversos giros un 20% o se encuentra cerrados o son bodegas (Véase el Gráfico 1). La mayor parte de los dueños de los locales son mujeres; no hay un registro exacto, pero aproximadamente son un 80 % del total.

Gráfico 1. Giros comerciales porcentaje del total en el mercado %



Fuente: Elaboración propia con base en el *Censo de locatarios* (Mercado, 2008a).

El número considerable de locales cerrados y utilizados como bodegas en el interior de la nave principal del mercado municipal ha ocasionado el crecimiento de puestos irregulares en el exterior del inmueble. La situación anterior, a su vez, ha provocado que los accesos al mercado sean obstaculizados, la actividad comercial se concentre en el exterior, los puestos irregulares invadan la vía pública y ,en general, el aspecto externo del mercado este muy descuidado.

A 37 años de su construcción, el mercado Benito Juárez presenta complejos problemas y un entorno comercial adverso; de forma general se enlista los más relevantes:

Problemas internos	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ■ Deterioro y bajo mantenimiento de las instalaciones. ■ Condiciones sanitarias deficitarias. ■ Proliferación de vectores (cucarachas y roedores). ■ Ocupación irregular de las áreas externas del mercado. ■ Numerosos locales cerrados u ocupados como bodegas. ■ Desordenada ocupación espacial de los locales. ■ Accesos y circulación peatonal obstruidos. ■ Baja calidad en la oferta comercial y en el servicio a los clientes. ■ Nula supervisión de pesos y medidas. ■ Escasa visión empresarial de los comerciantes. ■ Envejecimiento de locatarios. ■ Endeudamiento de comerciantes. ■ Ausencia de nuevos servicios comerciales. ■ Escasa promoción y publicidad del mercado. ■ Gestión deficitaria del mercado por parte de las autoridades 	<ul style="list-style-type: none"> ■ En general, mala percepción de los ciudadanos hacia el estado actual del mercado Benito Juárez ■ Establecimiento en la ciudad de un tianguis los días domingos. ■ Existencia de mercados municipales próximos con mayor tradición comercial, el caso del de Juchitán de Zaragoza. ■ Establecimiento de nuevas ofertas comerciales; primero el <i>Aurrera</i> en Juchitán de Zaragoza y, luego, en Ciudad Ixtepec. ■ Establecimiento de bodegas con venta al mayoreo y menudeo de verduras y frutas. ■ Poco interés de las administraciones municipales en turno para modernizar el mercado.

<p>municipales.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Bajo nivel de asociacionismo entre los locatarios.■ Existencia de conflictos entre locatarios.	
---	--

Fuente: Elaboración propia con datos provenientes de entrevistas a locatarias (Velásquez, 2010; Estudillo Toledo, 2010) y al administrador del mercado (Toledo de la Paz, 2010).

Los problemas y amenazas que se presentan en el mercado siguen su modernización para poder hacerlo competitivo frente a otros formatos comerciales existentes, (ver fotografía 2).



Fotografía 2, apariencia actual del mercado Benito Juárez.

Conclusión

El trabajo de investigación beneficiará en primera instancia al ayuntamiento de Ciudad Ixtepec, al administrador, locatarios y compradores del mercado Benito Juárez.

Para el ayuntamiento de Ciudad Ixtepec se generarán insumos de información significativos para iniciar un proceso organizado e integral de modernización de la gestión del mercado municipal. Con dicho proceso pueden lograrse un reordenamiento del mercado, una mayor captación de recursos financieros, acciones de reordenamiento urbano, creación de productos urbanos con valor turístico, así como mayor aprobación ciudadana; y a su vez se producirá un conjunto articulado de orientaciones sustantivas que permitirán formular, los planes de trabajo anuales así como los de mediano y largo plazo.

Para los locatarios se generará información útil para motivar la reflexión sobre los problemas y dilemas actuales del mercado, fomentar la organización y acción colectiva para desarrollar acciones tendientes a incrementar la competitividad y calidad de su oferta comercial así como el consumo de sus productos.

Dichas acciones beneficiaran el consumo de los clientes al hacer sus compras en espacios de venta ordenados, seguros, atractivos, con una oferta variada, de calidad y con precios competitivos.

La importancia de la administración pública al servicio de los ciudadanos implica incluir formas antiguas como modernas de comercio para el desarrollo municipal de la Ciudad de Ixtepec, Oaxaca, México.

Fuentes.

Estudillo Toledo, I. (10 de Septiembre de 2010). Entrevista a Locataria de mercado "Bénito Juárez". (I. F. Sandoval, Entrevistador).

Ixtepec, Ayuntamiento del. (2007). *Reglamento de los Mercados Públicos de la Ciudad de Ixtepec*. Ciudad Ixtepec: Ayuntamiento de Ciudad Ixtepec.

Mercado, Administración del. (2008a). *Censo de locatarios del mercado municipal Benito Juárez*. Ciudad Ixtepec: Archivo de la administración del mercado Benito Juárez.

Mercado, Administración del. (2008b). *Croquis del mercado municipal Benito Juárez*. Ciudad Ixtepec: Archivo de la administración municipal del mercado Benito Juárez.

Toledo de la Paz, F. (12 de octubre de 2010). Entrevista a Administrador del mercado municipal. (I. F. Sandoval, Entrevistador)

Velásquez, R. R. (20 de septiembre de 2010). Entrevista a locataria del mercado Benito Juárez. (I. F. Sandoval, Entrevistador)

Bibliografía.

Allende Landa, J. (2007) *Modelo de grandes centros comerciales versus modelo del comercio. Implicaciones socio-económicas, culturales y territoriales desde la sostenibilidad*. Unión Iberoamericana de Municipalistas, Granada.

BID. (2009) “Los mercados centrales como motor del desarrollo económico, social y cultural” en *Los mercados centrales como motor del desarrollo económico, social y cultural*. [En línea], disponible en:
<http://www.iadb.org/news/detail.cfm?Language=Spanish&id=4422> [Accesado el 19 de Noviembre de 2009].

Casares Ripol, J. (2008) “Mercados municipales: un servicio público que auna tradición y modernidad” en *Mercados municipales: un servicio público que auna tradición y modernidad*. [En línea], Enero-febrero 2008, disponible en:
http://www.mercadosmunicipales.es/uploads/1c/31_2008_97_66_69.pdf.
[Accesado el 20 de Noviembre de 2009].

Crónica, L. (2008) “Mercados públicos, en peligro por extinción por abandono” en *Mercados públicos, en peligro por extinción por abandono*. [En línea], 13 de enero de 2008, disponible en
http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=342141 [Accesado el 8 de marzo de 2009].

Rodríguez, F. (2002) “Remodelación del mercado en Santiago Yolomécatl”. En C. Enrique, *Innovación en gobiernos locales: un panorama de experiencias municipales en México*. CIDE, México, pp. 197-208.

- Guardia Bassols, M., y Oyón Bañales, J. L.** (25 de agosto de 2007) “Los mercados públicos en la ciudad contemporánea. El caso de Barcelona en *Los mercados públicos en la ciudad contemporánea. El caso de Barcelona*. [En línea], 25 de agosto de 2007, disponible en:
<http://www.ub.es/geocrit/b3w-744.htm> [Accesado el 24 de febrero de 2010].
- Informador, E.** (2010) *Inaugura alcalde de Tuxtla nuevo mercado "Juan Sabines"*. [En línea], 8 de septiembre de 2010, disponible en:
<http://elinformadordechiapas.com/2010/08/03/inaugura-alcalde-de-tuxtla-el-nuevo-mercado-%E2%80%9Cjuan-sabines%E2%80%9D/> [Accesado el 24 de febrero de 2010].
- INAFED.** (2010) “La administración de mercados y centrales de abasto” en *La administración de mercados y centrales de abasto*. [En línea], disponible en:
http://www.e-local.gob.mx/wb/ELOCAL/ELOC_La_administracion_de_mercados_y_centrales_de_ [Accesado el 24 de Noviembre de 2009].
- La Voz.** (2009) *Lavozdedurango.com/Durango*, [En línea], 23 de noviembre de 2009, disponible en:
<http://lavozdedurango.com/noticias/durango/continua-alcalde-matuk-con-rescate-del-mercado-gomez-palacio> [Accesado el 23 de Noviembre de 2009].
- Legorreta Gutiérrez, J.** (1996) “La Merced, rostro de la modernidad urbana” en *La Merced, rostro de la modernidad urbana*. [En línea], 22 de Diciembre de 1996, disponible en:
<http://www.jornada.unam.mx/1996/12/22/legorreta.html> [Accesado el 23 de Noviembre de 2009].
- Mercasa.** (s/f) “MercadoMunicipales.es” en *Mercadosmunicipales.es*. [En línea], disponible en:
<http://www.mercadosmunicipales.es/index.php> [Accesado el 23 de Noviembre de 2009].
- Mercasa, E. N.** (s/f) “Mercasa” en *Mercadosmunicipales.es*. [En línea], disponible en:
<http://www.mercadosmunicipales.es/> [Accesado el 25 de Noviembre de 2009].
- Minoristas, P. N.** (2009) “Mercadosmunicipales.es” en *Mercadosmunicipales.es*. [En línea], disponible en:

- http://www.mercadosmunicipales.es/2_remodelacion_MMM.php [Accesado el 20 de Noviembre de 2009].
- Puxeu Rocamora, J.** (2009) “Remodelación de los mercados minoristas tradicionales modernización comercial y rehabilitación urbana” en *Remodelación de los mercados minoristas tradicionales modernización comercial y rehabilitación urbana*. [En línea], disponible en:
www.mercadosmunicipales.es/uploads/1c/04_1993_11_32_35.pdf [Accesado el 20 de Noviembre de 2009].
- Rebollo Arévalo, A.** (1999) “La planificación estratégica de los mercados minoristas” en *La Planificación estratégica de los mercados minoristas*. [En línea], disponible en: http://www.munimerca.es/uploads/1c/17_1999_44_28_36.pdf [Accesado el 20 de Noviembre de 2006].
- Red, C. E.** (2009) “Mercados: tradición que languidece ante el autoservicio” en *Mercados: tradición que languidece ante el autoservicio*. [En línea], 15 de diciembre de 2009, disponible en:
<http://www.metropoli.org.mx/node/18194> [Accesado el 8 de marzo de 2010].
- Romero Giordano, C.** (2004a) “Los mercados tradicionales de México” en *Los mercados tradicionales de México*. [En línea], disponible en:
<http://www.mexicodesconocido.com.mx/notas/6243-Mercados-tradicionales-en-M%C3%A9xico> [Accesado el 10 de Diciembre de 2009].
- Sepúlveda Amor, M.** (2003) “Los mercados de Oaxaca. Agasajo para los sentidos” en *Los mercados de Oaxaca. Agasajo para los sentidos*. [En línea], disponible en:
<http://www.mexicodesconocido.com.mx/notas/4849-Los-mercados-de-Oaxaca.-Agasajo-para-los-sentidos> [Accesado el 10 de Diciembre de 2009].
- SuenaMexico, A.** (2006) “Tour Gastronómico Prehispánico en México” en *Tour Gastronómico Prehispánico en México*. [En línea], Octubre de 2006, disponible en:
<http://suenamexico.com/2009/10/tour-gastronomico-prehispanico-en-malinalco-edo-de-mexico/?lang=es> [Accesado el 23 de Noviembre de 2009].
- Tláhuac, D. d.** (2010) “Tláhuac busca preservar sus mercados tradicionales” en *Tláhuac busca preservar sus mercados tradicionales*. [En línea], disponible en:
http://www.tlahuac.df.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id

[=108:tlahuac-busca-preservar-sus-mercados-tradicionales&catid=43:boletines-de-prensa&Itemid=63](#) [Accesado el 1 de Marzo de 2010].