



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE
MÉXICO**



FACULTAD DE PLANEACIÓN URBANA Y REGIONAL

**PROPUESTA DE REHABILITACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL RIVA
PALACIO, TENANCINGO DE DEGOLLADO, ESTADO DE MÉXICO.**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PLANEACIÓN TERRITORIAL**

PRESENTA:

ERICK GARDUÑO CRISTOBAL

DIRECTOR DE TESINA:

DR. U. FERMIN CARREÑO MELÉNDEZ

Toluca de Lerdo, Estado de México, Agosto de 2023

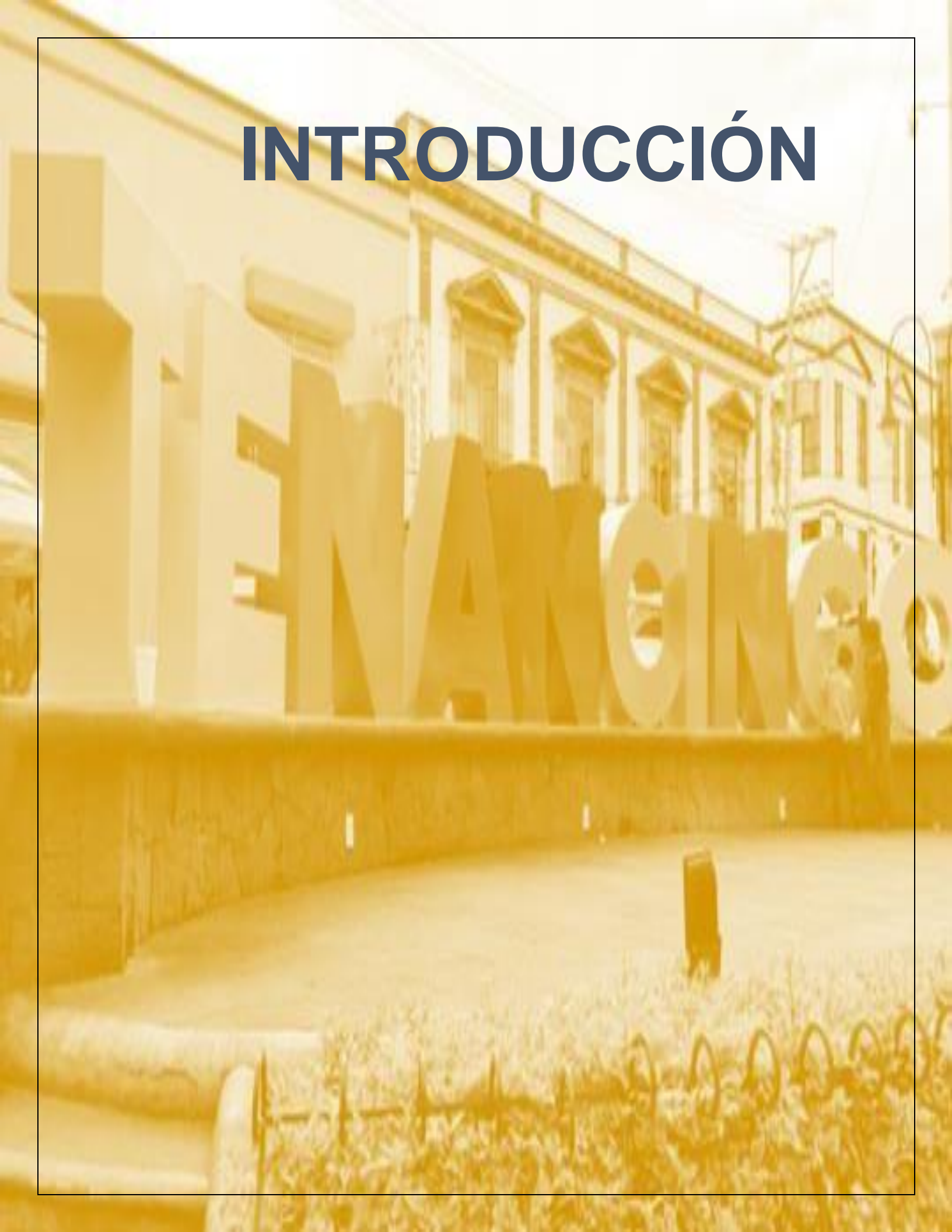


ÍNDICE

INTRODUCCION	6
1.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL COMERCIO EN LOS MERCADOS Y SU SITUACIÓN ACTUAL EN MÉXICO.....	11
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	15
1.3 OBJETIVOS	16
2.1 MARCO CONCEPTUAL	19
2.1.2 EQUIPAMIENTO URBANO COMERCIAL: MERCADOS.....	19
2.1.3 REHABILITACIÓN DEL EQUIPAMIENTO URBANO	22
2.1.4 REQUERIMIENTOS PARA LA REHABILITACIÓN DE EQUIPAMIENTO URBANO	23
2.1.5 MERCADO.....	24
2.1.6 MERCADO PÚBLICO.....	25
2.2 TIPOLOGÍA DE LOS MERCADOS PÚBLICOS	26
2.2.1 MERCADO DE BARRIO	27
2.2.2 MERCADO DISTRICTAL O DE DISTRITO	27
2.2.3 MERCADO DE ZONA	28
2.2.4 MERCADO REGIONAL	28
2.2.5 MERCADO SOBRE RUEDAS O RODANTE.....	29
2.2.6 LOCAL COMERCIAL	29
2.3 RECORRIDO HISTORICO DEL COMERCIO EN MÉXICO.....	29
2.3.1 PERIODO PREHISPÁNICO.....	30
2.3.2 PERIODO COLONIAL	31
2.3.3 PERIODO INDEPENDIENTE.....	32
2.3.4 PERIODO CONTEMPORÁNEO	32
2.4 COMERCIO Y TIPOS DE COMERCIO.....	33
2.4.1 COMERCIO DE BARRIO	33
2.4.2 COMERCIO DE CIUDAD.....	34
2.4.3 CENTRALES DE ABASTO	34
2.5 REHABILITACIÓN URBANA.....	35
3.1 DIAGNOSTICO MUNICIPAL DE TENANCINGO DE DEGOLLADO, ESTADO DE MÉXICO	37
3.1.1 PERFIL SOCIOECONÓMICO Y TERRITORIAL	38
3.2 CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	44
3.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	49

4.1 PLANTEAMIENTO QUE SUSTENTA LA PROPUESTA DE REHABILITACIÓN	54
4.2 MISION	56
4.3 OBJETIVO	56
4.4 JUSTIFICACIÓN.....	57
4.5 ESTRATEGIAS	57
4.5 CATÁLOGO DE MOBILIARIO.....	66
4.6 CONCLUSIONES	73
ANEXO FOTOGRÁFICO.....	75
ANEXO DE RECURSOS DE TRABAJO DE CAMPO	77
BIBLIOGRAFÍA	83

INTRODUCCIÓN



INTRODUCCION

El tema de la presente tesina surge del interés por comprender aspectos que contribuyen a explicar la importancia del mercado como equipamiento urbano a nivel local y contribuir a restablecer la capacidad funcional de uno de los elementos más valiosos que posee un centro de población, es medular importancia para lograr una dinamización socio-económica.

La investigación aborda el tema de la rehabilitación del mercado municipal “Riva Palacio” en Tenancingo de Degollado ubicado en el Estado de México, y la participación que tendría que ejercer la administración pública, es el principal responsable de brindar un servicio de calidad para las personas que lo visitan y las que comercian sus productos. La propuesta de la tesina se realiza bajo la premisa de que la planeación estratégica que incluye la participación ciudadana es indispensable para realizar una rehabilitación en el equipamiento urbano de comercio, específicamente de un mercado municipal.

Se analizan también las condiciones y problemáticas actuales del mercado municipal “Riva Palacio” a partir de la perspectiva de rehabilitación del equipamiento en cuestión, que puede ser vista y entendida desde diversas definiciones conceptuales, tomando en cuenta la perspectiva de la planeación territorial la cual se estructura de la siguiente manera: se propone que el municipio de Tenancingo de Degollado realice una rehabilitación a su equipamiento urbano específicamente del único mercado del que se tiene registro oficial y que abastece productos de primera necesidad y de esta manera, cumpla las necesidades básicas de las personas que acuden a el para hacer eficiente, efectivo y eficaz el servicio de abasto, todo lo anterior se fundamenta en capítulos siguientes, mediante las evidencias de deterioro en las que se encuentran actualmente las instalaciones.

En relación a lo anterior es importante mencionar que la rehabilitación no se refiere únicamente a las cuestiones físicas, en este caso, no solo se aborda el mejoramiento físico de la construcción arquitectónica que alberga al mercado; trata también de fungir como un espacio de convivencia social, así como dar a conocer entre los comerciantes las pautas para que ellos sepan de primera mano la

legislación de manera muy general, que sustenta la rehabilitación de su principal centro de trabajo.

Para tener una idea más clara respecto a la definición del concepto rehabilitación la Real Academia Española menciona que consiste en “habilitar de nuevo o restituir una cosa a su antiguo estado”, eso le da sentido a la idea de que, rehabilitar un equipamiento urbano es importante para su recuperación técnica y funcional. Lo anterior tiene que ver porque bien es sabido que la dimensión estética y la visión rentabilizadora son aspectos que se asocian entre sí, de esta manera la sociedad en general es la principal beneficiada casi de manera inmediata.

“É uma estratégia de gestão urbana que procura (...) através de intervenções múltiplas destinadas a valorizar as potencialidades sociais, económicas e funcionais a fim de melhorar a qualidade de vida das populações residentes; isso exige o melhoramento das condições físicas (...) pela sua reabilitação e instalação de equipamentos, infra-estruturas, (...) mantendo a identidade e as características da área (...)”. (Encontro Luso-Brasileiro de Reabilitação Urbana. (s/f). *Carta de Lisboa sobre a Reabilitação Urbana Integrada*. febrero 14, 2020).

Así al final de esta tesina se presentan las conclusiones generales para todos aquellos sectores involucrados, con el objetivo de servir de guía para el resto de los mercados municipales e incentivar en ellos el mismo interés por la rehabilitación de sus equipamientos urbanos de comercio.

En la actualidad los mercados son motivo de creciente preocupación e interés por parte de las autoridades públicas debido a que una gran cantidad de personas dependen de su abastecimiento en alimentos y demás productos de primera necesidad que ahí se ofertan, para poder comprender mejor el origen de los mercados, es necesario conocer su historia.

“Cada civilización en cada época, ha necesitado del espacio público en el cual se realicen intercambios, operaciones y transacciones comerciales con la finalidad de satisfacer la necesidad humana de intercambiar los productos en especie o dinero. Es muy sabido que, en sus orígenes, esta necesidad fue satisfecha por medio del

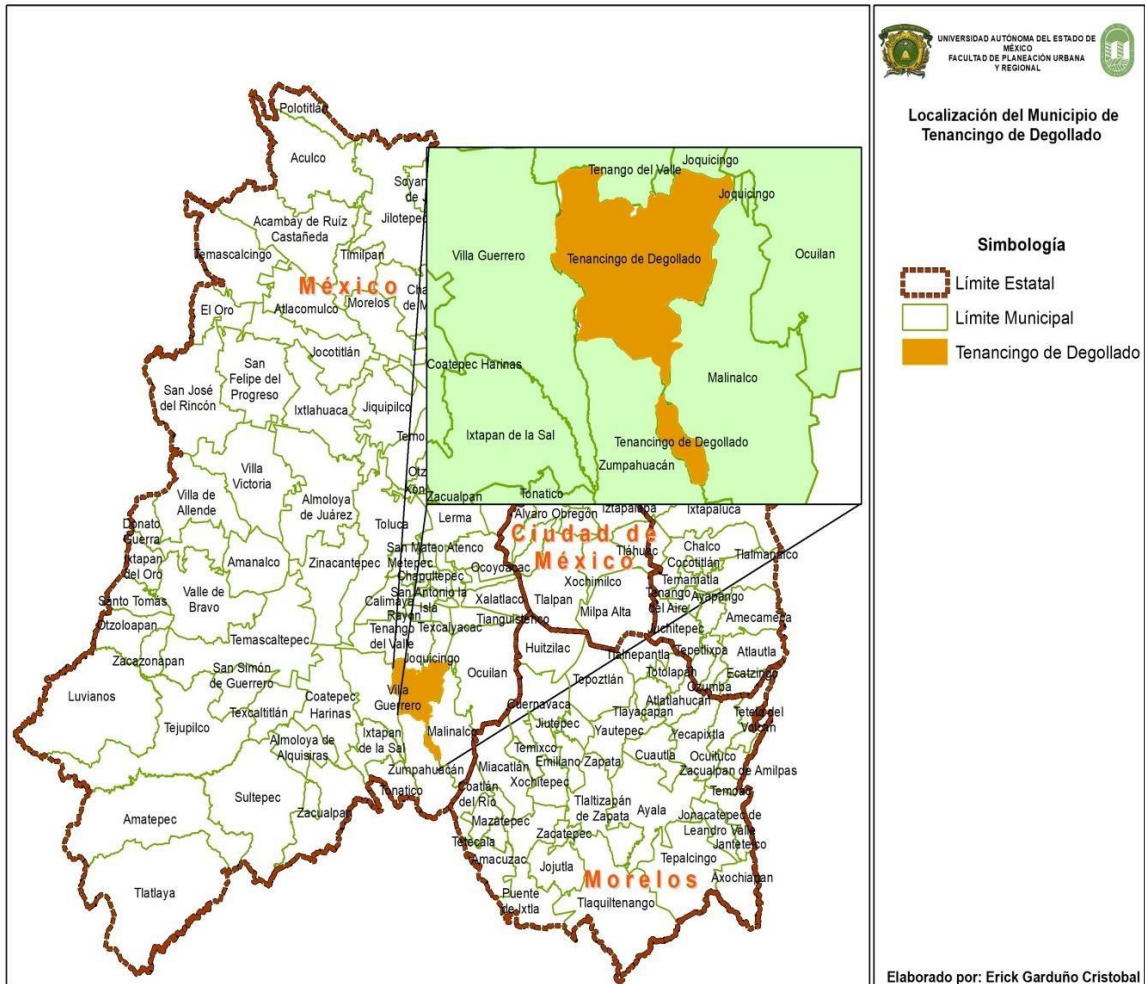
trueque, que podemos entenderlo como un acuerdo libre de voluntades para transmitirse el derecho de propiedad de un objeto por otro, los sujetos de la transacción son los que acuerdan el valor que cada uno otorga a su objeto.

Al espacio que hoy en día llamamos mercado, tuvo sus orígenes en la Grecia con el nombre de *ágora*; en la civilización Romana se originó en los *foros*, en el norte de África fue llamado *zoco*". (Facultad de Arquitectura mayo 21, 2010).

Ahora bien, la definición del diccionario convencional "Real Academia Española" acerca de lo que es un mercado municipal lo refiere como el espacio en el que se venden artículos de primera necesidad, generalmente alimentos de origen animal y vegetal; así mismo menciona que los mercados están formados desde sus orígenes por puestos individuales que ofrecen productos frescos de diferente variedad. (Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española 23da. Ed. 2020).

Se eligió el municipio de Tenancingo de Degollado debido a que la ubicación geográfica en la que se localizase ha configurado, como en prácticamente cualquier municipio, un crecimiento poblacional progresivo. Asimismo se ha destacado en la región porque además, existe un mercado orientado fundamentalmente durante la última década a la producción de flor altamente especializada para el mercado regional, nacional y de exportación internacional lo que lo ha posicionado como un centro de intercambio comercial entre los municipios aledaños y de los cuales se destacan Malinalco, Joquicingo, Villa Guerrero y Zumpahuacán principalmente, dicha importancia del mercado de la flor ha atraído consigo innumerables visitas por parte de pobladores de los municipios señalados que buscan también visitar el mercado municipal "Riva Palacio" así como algunos otros atractivos de interés turístico que posee el municipio.

Mapa No. 1 Ubicación Geográfica de Tenancingo de Degollado.



CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS



1.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL COMERCIO EN LOS MERCADOS Y SU SITUACIÓN ACTUAL EN MÉXICO.

Es imprescindible comenzar por aclarar que el servicio público municipal de los mercados es de interés colectivo para la población, ya que esto permite articular las etapas de comercialización, las cuales son: producción, distribución y consumo final, de esta manera la autoridad municipal participa de la regulación del abastecimiento a nivel local, proporcionando principalmente una infraestructura que debería ser la adecuada.

Además, la misma administración sería beneficiada a través de mayores ingresos para la hacienda municipal, el correcto funcionamiento en los equipamientos urbanos específicamente de los mercados permite la recaudación de recursos económicos por concepto de pago de contribuciones y derechos de piso por el uso de la infraestructura.

El panorama del comercio en nuestros días revela la coexistencia de tres épocas en la historia de México:

- ✚ El comercio a la usanza prehispánica se mantiene vivo en los innumerables tianguis que funcionan en todo el país, sobre todo en las regiones que albergan una cultura indígena.
- ✚ El comercio de tienda, tal como los españoles lo trajeron a América, todavía persiste en tiendas de abarrotes, lonjas y misceláneas.
- ✚ Finalmente, ocupando cada vez mayores espacios en la actividad comercial, aparecen los grandes centros comerciales de autoservicio.

El comercio actual al interior de los mercados se concibe como una unidad perfectamente estructurada con base en la correcta organización de pequeños comercios en su interior, los cuales aseguran un ingreso de subsistencia para los comerciantes y la rendición del gasto invertido, en la llamada canasta básica con el ingreso familiar por parte de los usuarios.

De manera que la infraestructura entra en juego cuando las personas interesadas en adquirir productos básicos de primera necesidad, se sienten atraídas, cómodas

y seguras para realizar compras garantizando la calidad de los productos adquiridos. Entre las ventajas que posee un mercado son:

- ✚ Se favorece la compra de productos diversos al interior de un mismo lugar, así se eficientan los tiempos para los usuarios y se garantiza la percepción de seguridad ya que no existe la necesidad de realizar grandes traslados para comprar diferentes productos.
- ✚ Genera una competencia leal entre comerciantes debido a que se establece un rango de precios por productos, por lo cual los usuarios eligen libremente en donde comprar sin que los comerciantes se vean del todo perjudicados, pues se entabla un equilibrio de precios.
- ✚ Existe atención personalizada, ello debido a que los usuarios pueden realizar tantas preguntas deseen (como utilizar el producto adquirido, recetas, preferencia de envasado, etc.) y los kilogramos vendidos tienen garantía de estar completos.
- ✚ Funge como parte del mantenimiento de la economía local pues supone que muchos de los productos que ahí se venden proviene del mismo municipio o región, además de ser generador de empleos.
- ✚ Los productos ofertados son frescos y de mejor calidad, además se reduce la contaminación debido a que no se adquieren tantos “envases¹”
- ✚ Se preservan las diferentes señas de identidad cultural tradicional del municipio, dando vida mediante la participación social en diferentes actividades².

El panorama de los mercados se enfrenta a grandes retos por la creciente modernización en la forma de comprar productos, sin embargo, para que estos sigan coexistiendo no solo debe existir una infraestructura adecuada, es necesario

¹ Por ejemplo, los usuarios pueden llevar su propia bolsa para ir almacenando sus compras, las verduras y otros productos no necesariamente se venden enlatadas, la carne se puede entregar en bolsa plástica sin necesidad de unicel en comparación a los centros comerciales.

² Generalmente los mercados cuentan con un Santo Patrono y en su honor se realizan festividades religiosas en donde toda la población es invitada a participar, lo que genera interacción social.

entender el concepto por sí solo con ello se involucra una creciente participación ciudadana que garantiza su supervivencia.

Ejercer el comercio al interior del mercado no siempre ha sido de la misma forma, con el transcurso del tiempo también ha cambiado la manera de involucrarse en la dinámica económica, por ejemplo, en la actualidad los comerciantes en su carácter de permanentes o temporales tienen que considerar los siguientes aspectos:

- ✚ Generalmente existe un padrón de comerciantes a nivel municipal en donde deberán realizar su registro para poder ejercer el oficio de comerciante y así mismo realizar su pago por contribuciones de esta manera la administración pública ejerce cierto control.
- ✚ Ofertar su mercancía únicamente en el lugar que les fue asignado al interior del mercado.
- ✚ Dar mantenimiento a las instalaciones que ocupa.
- ✚ Contar con una licencia sanitaria y de funcionamiento expedida por la autoridad municipal correspondiente.
- ✚ Cumplir con disposiciones legales según el municipio en el cual se encuentren.
- ✚ Colocar a la vista precios de los productos, mercancías y/o artículos que se ofertan, caso contrario podrían hacerse acreedores a una multa o bien a la suspensión de su negocio de manera temporal o permanente.

Ahora bien, algunas de las desventajas con las que se encuentra un mercado municipal en comparación a una tienda de autoservicio o bien un centro comercial son:

- ✚ Se ofrecen otro tipo de productos generalmente de importación tales como vinos tintos y otras bebidas, quesos, alimentos, etc. Por lo regular se trata de productos gourmet que no se encuentran en un mercado.
- ✚ En los centros comerciales los horarios son mucho más amplios lo cual se ajusta a las necesidades de personas trabajadoras que realizan compras después de las 5:00 pm y hasta las 11:00 pm asimismo no existe el cierre por días festivos.

- ✚ Fungen también como un lugar de reunión, con la diferencia de que al interior de los centros comerciales existen pequeñas franquicias internacionales de restaurantes y cafeterías, así como lugares de entretenimiento infantil por lo cual se debe cubrir un costo extra.
- ✚ Entre las desventajas que presentan los centros comerciales para el usuario es que perjudican de manera significativa la eficiente distribución del ingreso familiar pues con los intensos trabajos de marketing de los cuales disponen, llegan a confundir a la población lo cual hace que gasten en cosas que realmente no necesitan, lo que claramente beneficia al centro comercial.
- ✚ Otra desventaja es que al existir un centro comercial en prácticamente cualquier lugar aumenta el precio del suelo y el valor catastral de los terrenos aledaños, lo cual hace totalmente inaccesible la adquisición de un lote o vivienda para la población que se encuentra enfrascada en la clase media baja.
- ✚ Respecto al mercado, la infraestructura es percibida como un simple molde cuadrado de cemento que produce una sensación de inseguridad, tanto al interior como en las inmediaciones lo que reduce la posibilidad de acercamiento por parte de los usuarios.
- ✚ Los mercados no cuentan con servicio a domicilio además de que generalmente no se hace uso de la tecnología (app para poder pedir desde la comodidad de la casa del usuario).
- ✚ De igual forma en los mercados municipales la percepción de suciedad está latente debido a que cada comerciante es responsable de limpiar su área y en la realidad no todos se preocupan de mantener limpio y en orden sus productos para que sea agradable a la vista.
- ✚ No existe cuerpo de seguridad ni al interior ni al exterior del mercado, dando pie al desarrollo de los tristemente famosos “carteristas”.
- ✚ Una gran ventaja de los centros comerciales es que los usuarios pueden realizar sus pagos mediante tarjeta de crédito o débito o bien mediante transferencia electrónica en caso de que las compras se hayan hecho mediante alguna app.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El mercado municipal de Tenancingo de Degollado denominado “Riva Palacio” representa una de las formas comerciales más tradicionales y con mayor solvencia en la distribución de los productos frescos para los usuarios, debido a que estos se han vuelto cada vez más exigentes y se encuentran mejor informados respecto de lo que adquieren y requieren, es por eso que el mercado debe de contar con infraestructura adecuada que les garantice una compra segura en cuanto a calidad, higiene y precio principalmente.

El mercado municipal “Riva Palacio” se construyó hace aproximadamente cuarenta y seis años y actualmente se encuentra saturado de locales en deficiente estado de conservación. En los últimos años el comercio en su interior ha aumentado de manera significativa, esto se debe al crecimiento natural de la población, lo que produjo el incremento de comerciantes. Los materiales de construcción del mercado en general son de baja calidad desde la estructura original lo que facilitó la existencia de un tianguis justamente fuera del mercado como reflejo de una creciente y emergente economía de sectores de población que inicia con la venta de productos de consumo popular sin que la municipalidad pueda impedir su instalación, pues ellos también pagan una cuota únicamente los días en que están instalados.

Es necesario dotar de manera urgente al actual mercado municipal, con un mayor número de locales, así como homologarlos generando así una rehabilitación en la infraestructura ya existente, de esta manera se estará garantizando el desarrollo de las actividades comerciales de forma adecuada y segura tanto para comerciantes como para usuarios, lo que se traduce en una propuesta económicamente viable y socialmente aceptable.

La investigación tiene como uno de sus principales intereses resaltar la importancia de los equipamientos urbanos específicamente de los mercados debido a que fue lo que dio inicio al presente trabajo de tesina del mercado municipal “Riva Palacio”, sus instalaciones causaron impresión, al dejar entre ver que, la infraestructura no es la adecuada para la población que lo visita ni para la que vende, de esa manera

se presenta una propuesta de solución que pueda ayudar a resolver esta problemática social-urbana mediante la rehabilitación que sea económicamente viable y socialmente aceptable. Como profesional en Planeación Territorial doy a conocer los fenómenos sociales y territoriales que se han ido originando en y por consecuencia del mercado municipal “Riva Palacio” generando con base en ello una propuesta concreta mediante soluciones aplicables y tomando en consideración todo lo aprendido durante la estancia profesional.

1.3 OBJETIVOS

Objetivo General

Evaluar la condición actual del mercado municipal “Riva Palacio” ubicado en el municipio de Tenancingo de Degollado, en el Estado de México desde un enfoque socioterritorial y económico con la finalidad de generar una propuesta de rehabilitación.

Objetivos específicos

- ✚ Conocer el marco conceptual de mercado, locales, comercio, comerciantes y equipamiento urbano, así como de rehabilitación y otros conceptos relevantes.
- ✚ Analizar las características sociales, territoriales y económicas generales del municipio de Tenancingo de Degollado, Estado de México y desarrollar un diagnóstico de la situación actual del mercado municipal “Riva Palacio”.
- ✚ Realizar una propuesta de rehabilitación en el mercado municipal “Riva Palacio”, mediante la elaboración de render y planos de zonificación, así como de conclusiones generales.

Derivado de lo anteriormente descrito se establecen en el primer capítulo los antecedentes y justificación de la presente tesina, lo que nos permite entender más adelante la situación actual del mercado municipal “Riva Palacio”. En el segundo capítulo se abordan los conceptos de mercado, tipología de mercados, local, comerciantes y comercio, así como los tipos de comercio existente: de igual forma se hace referencia al concepto de equipamiento urbano y rehabilitación urbana para

un análisis más detallado con la finalidad de comprender la importancia de las rehabilitaciones de equipamientos urbanos a nivel municipal.

El tercer capítulo hace referencia al diagnóstico situacional del municipio de Tenancingo de Degollado, Estado de México, en el lapso de 20 años centrándose en aspectos sociales, territoriales y económicos asimismo se aborda de manera conjunta el diagnóstico del mercado municipal tomando en cuenta sus antecedentes, la situación actual y las variables que afectan su correcto funcionamiento, se presenta de manera generalizada los aspectos básicos de la legislación que sustenta el eficiente funcionamiento de mercados.

Posteriormente en el cuarto capítulo se presenta la propuesta de rehabilitación del mercado municipal “Riva Palacio” mediante la perspectiva de la planeación territorial, así como conclusiones generales para los actores involucrados. La metodología de la investigación se centró en 4 fases las cuales son:

Tabla No. 1: Metodología de la Investigación



Fuente: Elaboración Propia.

El tema de rehabilitación puede ser abordado desde diferentes enfoques teóricos y perspectivas según sea el caso, no obstante, esta tesina presenta de manera precisa una propuesta de rehabilitación para un caso en específico: el mercado municipal “Riva Palacio” en Tenancingo de Degollado, Estado de México para el beneficio directo de la población y de la administración pública en turno.



CAPÍTULO 2
MARCO
CONCEPTUAL

2.1 MARCO CONCEPTUAL

El equipamiento urbano es el conjunto de edificios e instalaciones en los que se encuentran los servicios para la atención de las necesidades básicas de la población, como son la salud, la educación, la recreación, el comercio las actividades administrativas públicas y privadas, y los servicios de bomberos y policías.

El equipamiento urbano tiene varios niveles de influencia en la ciudad, el radio de influencia dependerá de su capacidad o tamaño, esto es, del número de personas al que puede dar servicio en su especialidad, del número de empleados y de su periodicidad de uso. Generalmente el equipamiento propicia la concentración de población en el lugar donde se localiza, generando lugares con mayor vida colectiva dentro de cualquier centro poblacional, la localización del equipamiento es uno de los aspectos más importantes a considerar pues constituye uno de los elementos más significativos de la estructura urbana.

Su localización adecuada genera repercusiones positivas en todos los aspectos funcionales, mejorando su paisaje³ y propiciando una mayor interacción de la población que reside en la cercanía.

2.1.2 EQUIPAMIENTO URBANO COMERCIAL: MERCADOS

De acuerdo al sistema normativo de equipamiento urbano en su tomo III, considera al equipamiento urbano denominado mercados públicos y a otras formas de comerciar, como el lugar integrado por pequeños establecimientos en donde se realiza la distribución de productos, para su adquisición por parte de la población usuaria dando paso así a la comercialización. (Sistema Normativo de Equipamiento Urbano. (s/f). Tomo III Comercio y Abasto. enero 21, 2020).

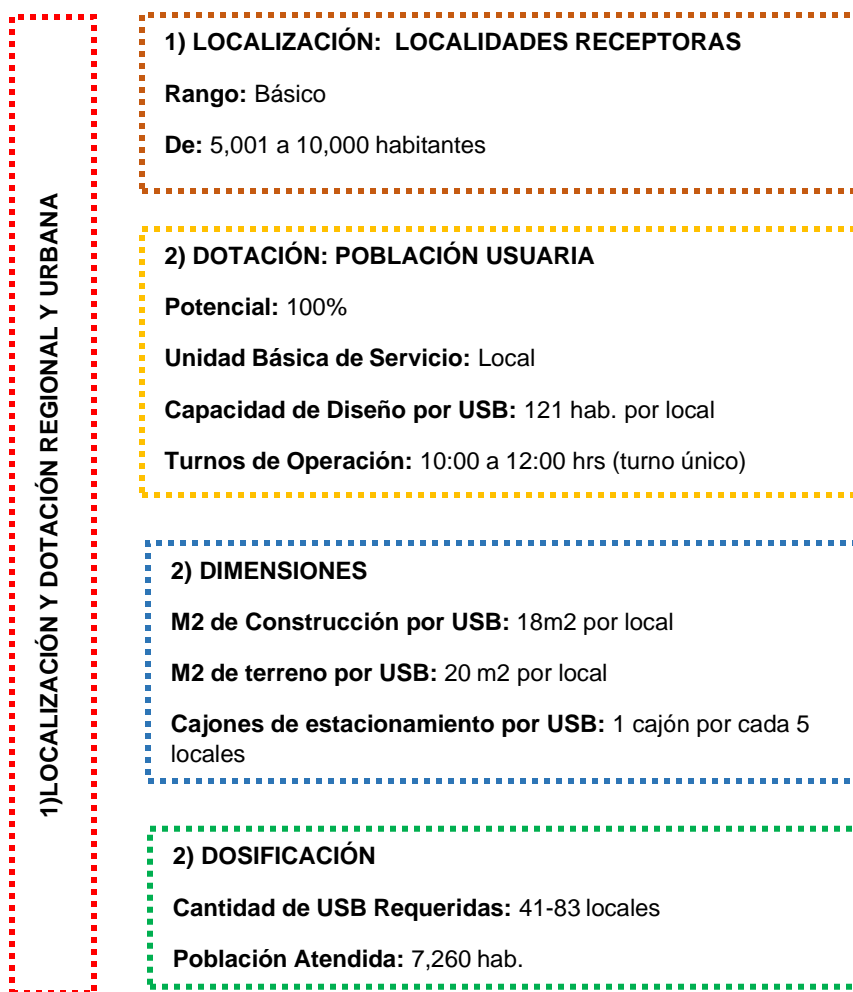
De acuerdo a SECOFI⁴ el equipamiento urbano comercial de mercado se encuentra estructurado mediante la organización de pequeños comerciantes que proporcionan abastecimiento de productos en su mayoría perecederos, de uso personal y para el

³ cuando arquitectónicamente va de la mano con el resto de edificaciones

⁴ Secretaria de Comercio y Fomento Industrial

hogar, dirigidos principalmente a satisfacer las demandas de la población estratificada en clase media y clase baja. Deberá contar con locales (USB⁵) agrupados de acuerdo a la compatibilidad de productos, dispone además de áreas para circulación peatonal, bodegas secas⁶, andenes de carga y descarga, sanitarios públicos, depósitos de basura, área de administración y estacionamiento público, entre otras más que se pudieran desarrollar.

Tabla No. 2: Lineamientos del Sistema Normativo de Equipamiento Urbano
Elemento: Equipamiento Urbano Comercial – Mercado Público



⁵ Unidad de Sistema Básico

⁶ Bodegas especiales para resguardar algún producto que requiera cuidado especial.

2) UBICACIÓN URBANA

1) USO DE SUELO

Habitacional

2) UBICACIÓN DE NÚCLEOS DE SERVICIO

Centro Urbano Vecinal

Corredor Urbano

Localización Especial Fuera del área Urbana

2) VIALIDADES

Localidades Principales

3) SELECCIÓN DEL PREDIO

1) CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Frente mínimo recomendado en metros: 35

No. De Frentes: 2 a 3

Posición en Manzana: Cabecera, esquina, media manzana

2) INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS

Agua, Alcantarillado y Drenaje

Energía Eléctrica, Alumbrado Público

Teléfono

Pavimentación

Recolección de Basura

Transporte Público

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema Normativo de Equipamiento Urbano, Tomo III, Secretaria de Desarrollo Social (s/f).

Los esquemas anteriores, muestran los lineamientos básicos que debería tener cualquier equipamiento urbano denominado como mercado público básico, partiendo de su localización y dotación para establecer áreas de influencia (en este tipo de equipamientos se estima que deberá situarse en centros urbanos cuya población sea de 5,001 a 10,000 habitantes) , así como las dimensiones con que

tienen que contar los locales que se localicen al interior y la dosificación que se refiere al número de locales que son necesarios para atender a la población.

Respecto a la ubicación urbana establece que este equipamiento se constituirá en un uso de suelo habitacional, menciona incluso el espacio específico en donde pueden ubicarse: desde el pequeño centro vecinal hasta fuera del área urbana, pero sin perder de vista la conectividad para que la población usuaria acceda de manera fácil. En cuanto a la adecuada selección del predio en donde se pretenden establecer los mercados públicos básicos se menciona que el frente mínimo adecuado es de 35 m. y la posición de ubicación en la manzana catastral puede variar entre cabecera, esquinera o a media manzana, con el objetivo de que este equipamiento no interfiera con las casas habitación que pudieran estar ya aledañas.

Con base al tema de los servicios públicos (agua, electricidad y drenaje principalmente), el mercado deberá contar con los básicos los cuales serán obligación de la administración pública municipal en turno dotarlos, ello de acuerdo al artículo 115 constitucional fracción III.

2.1.3 REHABILITACIÓN DEL EQUIPAMIENTO URBANO

“Accesibilidad Universal en la Edificación y Planificación Urbana (2010) ha denominado como rehabilitación [las] acciones [que] (...) consisten en hallar o proponer un estado alternativo del inicial, que puede ser incluso más productivo (...), haciéndolo apto para su uso” (Soto R. 2015).

La SEDATU⁷ mediante su Programa de Rescate de Espacios Públicos (que también incluye a los equipamientos urbanos debido a que de igual forma están considerados como espacios públicos) implementa tres estrategias diferentes para la rehabilitación, con este programa es posible acceder a los fondos federales que han sido destinados para el rubro, de esta manera el municipio no tendría que hacer frente a una inversión solo para acceder a dichos fondos, deberán contar con:

⁷ Secretaría de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano

- ✚ Accesibilidad: Para todas las personas, aún para que las que sufren algún tipo de discapacidad.
- ✚ Uso: Cuento con mobiliario adecuado y señalética suficiente.
- ✚ Sustentabilidad: Entre las que destacan la existencia de que todo lo susceptible a rehabilitar deberá contener al menos alguna de las siguientes modalidades de sustentabilidad: áreas verdes, muros verdes, aprovechamiento de agua pluvial, botes y contenedores para recolección y separación de residuos sólidos urbanos y residuos especializados, racionalización del agua potable, solo por mencionar algunas).

2.1.4 REQUERIMIENTOS PARA LA REHABILITACIÓN DE EQUIPAMIENTO URBANO

El mismo Programa de Rescate de Espacios Públicos prioriza los proyectos que presentan mayor deterioro físico y condiciones de abandono y que cumplan con al menos tres de las siguientes condiciones que impone para poder acceder a los recursos federales:

- ✚ Estén ubicados en áreas de alta densidad poblacional.
- ✚ Se reporten niveles elevados de violencia, delincuencia y conductas antisociales.
- ✚ Se tenga contemplado instalaciones de usos múltiples para el desarrollo de actividades deportivas, recreativas y culturales que propicien la sana convivencia comunitaria.
- ✚ Consideren la participación y/o creación de un patronato que contribuya con recursos para la operación, continuidad de acciones y mantenimiento del equipamiento urbano.

Para el caso específico del mercado municipal “Riva Palacio” cabe destacar que, si cubre al menos tres de las cuatro condiciones que se establecen:

- ✚ Está ubicado en un área de alta densidad poblacional de hecho al 2010 el municipio contaba con un aproximado de 90,946 habitantes, se contempla la

totalidad poblacional municipal debido a que es el único mercado de abasto del que se tiene registro oficial en todo el municipio.

- ✚ Actualmente los mercados son considerados como lugares de interés turístico y sobre todo cultural debido a que en ellos es posible observar la forma de comerciar, el estilo de vida del lugar, se conoce la gastronomía típica y en muchas ocasiones es posible contemplar la historia propia del lugar, así como algunos artículos artesanales y el caso del mercado municipal de abasto de Tenancingo no es la excepción.
- ✚ Finalmente, en la actualidad el mercado municipal está a cargo de la administración pública en turno sin embargo existe un organigrama, en el cual se menciona a los encargados del mantenimiento de las instalaciones que son los mismos de guardar el relativo orden establecido, cobrar cuotas, etc.

Por todo lo anterior bien se podría acceder a recursos federales, sin embargo, cabe destacar que no es del todo necesario solamente se menciona como una opción de financiamiento ya que adicionalmente, el municipio determinaría si puede absorber el gasto que la rehabilitación requiera mediante otro tipo de estudios: de perfil de inversión, de prefactibilidad, de factibilidad, etc. dichos estudios no son del interés de la presente investigación sin embargo se da la pauta para que investigaciones posteriores que puedan ser complementarias a este trabajo.

2.1.5 MERCADO

“Del latín: Mercatus reunión de comerciantes y consumidores que van a vender o a comprar en determinados sitios y días. Sitio abierto o cerrado destinado en ciertas poblaciones a la venta y compra de mercancías y servicios básicos”. (Diccionario Enciclopédico Pequeño Larousse Ilustrado. Ediciones Larousse, 1990).

Es también considerado como “Un lugar público o edificio dedicado al comercio de varios productos; una plaza de venta especial donde se venden artículos comestibles, otro lugar para la venta de frutas, así como otro para la venta de servicios básicos. (Haag. (1975).

2.1.6 MERCADO PÚBLICO

Establecido como “la instalación básica de servicios, que alberga diversas instalaciones dirigidas al ejercicio del comercio de productos básicos de consumo popular, estructurado [con] base a agrupaciones de comerciantes; con una administración común y con características específicas de ubicación, dimensiones y servicios compartidos” (Núñez, E. 1997)

Durante la segunda mitad del siglo XX se construyeron una gran cantidad de mercados públicos en el país con el objetivo de reordenar a los comerciantes que se establecían sobre las calles y avenidas más importantes y al mismo tiempo abastecer a una sociedad, cuya dinámica de población iba a en aumento.

“Es importante mencionar los componentes físicos del mercado, [se refiere a] todos aquellos elementos que son indispensables (...) tales como el propio local comercial, circulaciones que integran el mercado, distintas zonas y áreas complementarias (...) [por ejemplo] sanitarios, depósitos de basura y estacionamiento.

Los componentes complementarios son todos aquellos que participan de forma indirecta (...) y aunque no sean indispensables participan para lograr un mejor funcionamiento (...) con el fin de brindar tanto al usuario como al comerciante instalaciones adecuadas [entre las que destacan] intendencia, oficinas administrativas, área de lavado y preparación de alimentos, patio de maniobras entre otras.” (FICOCAP 1993).

Entre las zonas básicas con las que deberá contar un mercado público están:

Área Comercial:

Es el espacio social en donde precisamente se desarrolla el proceso de oferta y demanda, esta a su vez cuenta con:

- 1) Zona Húmeda: “Es [el lugar] en donde se concentran los giros comerciales de productos perecederos y alimenticios que requieren de un control especial de humedad y temperatura (...).

- 2) Zona de Transición: [Se] ofertan productos básicos y de consumo generalizado, fundamentalmente del [área] de abarrotes, se encuentra localizada próxima (...) a la zona húmeda, debe contar con zona de iluminación y ventilación natural,
- 3) Zona Seca: Es aquella en que se ubican los locales con giros no perecederos o en las que se ofrece la prestación de algún servicio.
- 4) Zona de alimentos preparados: (...) los locales ofrecen venta de comida preparada para su consumo dentro del propio mercado o para llevar ya cocinada.

 Áreas Complementarias:

- 1) Área de Servicios (...) se compone de sanitarios, mantenimiento e intendencia, lavado y preparación de verduras, bodegas, patios de maniobras, [etc.]
- 2) Área Administrativa: (...) integra una oficina y un espacio destinado a las sesiones de trabajo de la directiva o los comerciantes, servicio de guardia y primeros auxilios, entre otras funciones.
- 3) Área de Circulaciones: (...) áreas transitables.
- 4) Área de Accesos: Es el punto de entrada al mercado (...) se deberá de prever (...) distintos accesos distribuidos en el perímetro del mismo.
- 5) Área de Estacionamientos: (...) [el] área pública o privada destinada para el aparcamiento de vehículos, tanto para usuarios del mercado como para los comerciantes”. (FICOCAP 1993).

2.2 TIPOLOGÍA DE LOS MERCADOS PÚBLICOS

“La secretaria de Desarrollo Económico del Gobierno del Estado de México a través de la Dirección General del Abasto y Comercio y el FICOCAP⁸ han establecido de manera conjunta un esquema normativo para definir los lineamientos fundamentales de diseño emitidas por el Sistema Nacional para el Abasto⁹. (...) Así

⁸ Fideicomiso para la Construcción y Operación de Centros de Abastos Popular.

⁹ S.N.A.

se ha clasificado a los mercados [con] base a su cobertura territorial y poblacional. (FICOCAP 1993).

2.2.1 MERCADO DE BARRIO

“Aquel que va a atender de manera inmediata a un determinado sector de la población organizando y agrupando el comercio de primera necesidad” (FICOCAP 1993).

En un mercado de barrio es posible observar aún hoy día como se guardan tradiciones propias del lugar en el que se encuentra ubicado, continúan abasteciendo las necesidades de la población cuyo traslado al mercado de barrio es mínimo pues generalmente se encuentra inmerso en zonas habitacionales densamente pobladas, debido a que fueron precisamente estas las que le dieron origen. Además, maneja la premisa de comprar en tu barrio es invertir en tu pueblo.

En lo que concierne a la arquitectura, este tipo de mercado se vincula visualmente con su entorno, ya que el edificio se construye casi en el mismo periodo de tiempo que las zonas habitacionales que lo circundan, es importante mencionar que muchos mercados de barrio aún día perduran porque tratan de entrar en la dinámica modernizadora, mediante la rehabilitación de su infraestructura, implementación de las nuevas prácticas comerciales, el desarrollo de campañas de promociones y ofertas.

“El mercado de barrio se vincula abiertamente con la actividad social local, nació con nuestro barrio y creció con él, se mantuvieron unidos en las buenas y en las malas épocas, de manera que la evolución de ambos ha sido simultánea y sosegada (...) el mercado es el alma y todos juntos somos el barrio” (Bráñez M. 2020).

2.2.2 MERCADO DISTRITAL O DE DISTRITO

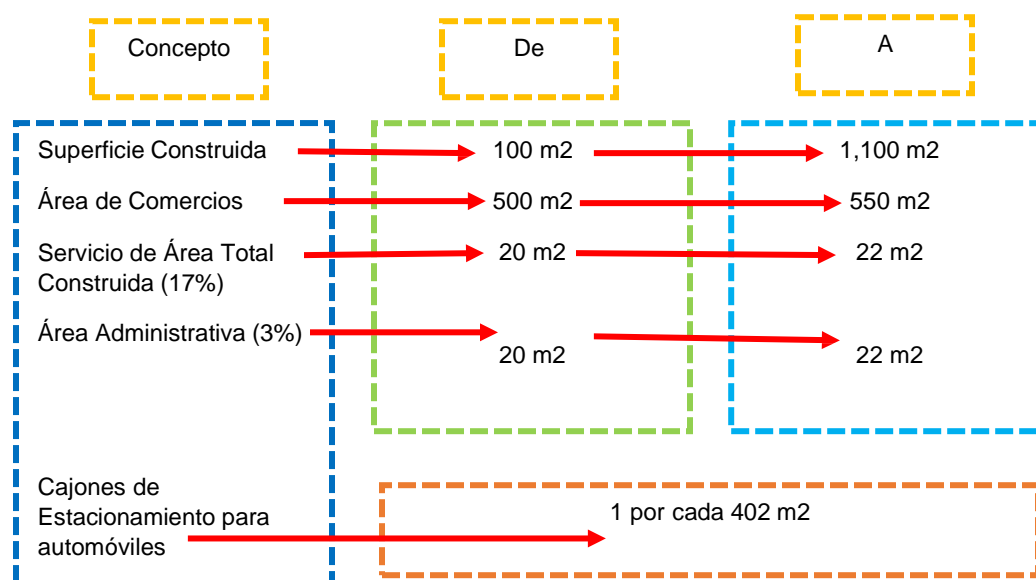
“Aquel que atiende a un determinado grupo de barrios que conforman el distrito y donde se comercian productos de primera necesidad, así como productos de uso cotidiano que podría no cubrir el mercado de barrio; es una alternativa de mayor cobertura y los consumidores no necesariamente viven en el perímetro del mercado.

La frecuencia de uso del consumidor es periódica, una o dos veces a la semana. El promedio de locales es de 80” (FICOCAP 1993).

2.2.3 MERCADO DE ZONA

“Es el nivel que atiende a una población mayor, en ocasiones de varios municipios, ofreciendo una diversidad de giros mayor que los mercados de barrio y distrital y en donde la población normalmente accede por medio de transporte público o particular de forma periódica, en general semanal o quincenalmente a satisfacer sus necesidades de abasto, se ubica principalmente en poblaciones urbanas de mediano tamaño, el número de locales promedio es de 120” (FICOCAP 1993).

Tabla No. 3: Construcción de un Mercado



Fuente: Elaboración Propia con Base a Datos obtenidos en FICOCAP (1993) Prototipos de Mercados. Estado de México: Offset Vidal S.A.

2.2.4 MERCADO REGIONAL

“Es el nivel de mercado que satisface las necesidades de abasto de poblaciones rurales en donde no existe la infraestructura suficiente para atenderla y se localiza normalmente en un centro de población accesible a las poblaciones a servir. Ocasionalmente ofrece atención especial a comerciantes que operan como detallistas en su comunidad” (FICOCAP 1993).

2.2.5 MERCADO SOBRE RUEDAS O RODANTE

“Es la variable del mercado público que atiende periódicamente a un determinado sector de la población en donde por motivos prácticos no es conveniente la ubicación de un mercado permanente. Está compuesto por agrupaciones de comerciantes que convergen al lugar de ubicación (plaza cívica, calle de segundo orden, etc.) mediante vehículos de carga”. (FICOCAP 1993).

“Este tipo de mercados vio sus inicios en 1969 durante el sexenio del presidente Lic. Gustavo Díaz Ordaz, en el se da la venta directa del productor al consumidor, ofrecen, además, precios más bajos que los centros comerciales, más incluso que otros tipos de mercados” (Villasana C. 2018). Sin embargo, una de sus mayores desventajas es que no se tiene la certeza de que los productos adquiridos estén pesados correctamente, así como tampoco es posible garantizar calidad e higiene.

2.2.6 LOCAL COMERCIAL

“Este es el espacio físico mediante el cual el comerciante ofrece sus productos o servicios al público, de forma que es una figura sustancialmente diferente a la del establecimiento de comercio pues identifica la estructura, el inmueble, la tienda o punto de venta dentro del cual el comerciante lleva a cabo su actividad y lleva sus productos al mercado. El local comercial no hace parte entonces del establecimiento de comercio, sino al derecho al arrendamiento del espacio donde funciona dicho establecimiento, a menos que por pacto en contrario las partes indiquen que, por ejemplo, en el caso de la enajenación del establecimiento, se incluirá la enajenación del local”. (Gómez J. 2016).

2.3 RECORRIDO HISTORICO DEL COEMRCIO EN MÉXICO

Se consideran como comercios los edificios e instalaciones que se dedican a la actividad mercantil, es decir, a la venta y compra de mercancías de todo tipo, como alimentos, ropa, muebles, medicinas, etc. Sin embargo, es importante conocer el significado de lo que conocemos como comerciar.

“El diccionario jurídico mexicano considera al comercio con las siguientes características: 1) Ser de intermediación entre productores y consumidores, 2) Ser de intermediación a través del cambio monetario (...).” (Villavicencio R. 2018).

El comercio en el país no es exclusivo solo para determinados sectores de la población, aunque la tendencia indica que quienes acuden a ellos para comprar es la población de clase media y media baja, pero en muchas ocasiones los turistas se ven interesados en conocer las diversas formas de comerciar al interior de los mercados municipales convirtiéndose estos en uno de los atractivos turísticos más visitados por nacionales y extranjeros.

Anteriormente se consideraba a los comerciantes de manera errónea como personas con una capacidad de adquisición monetaria por debajo de lo habitual, sin embargo, hoy día pertenecen a la población cuyos ingresos están por encima a los de un salario de algún profesionista promedio.

Existen dos tipos de comercio: al mayoreo y al por menor, para el caso de este marco conceptual únicamente se menciona de manera general a este último:

Se refiere a la compra-venta sin ningún tipo de transformación de mercancías o productos destinados al consumo personal o doméstico, entre las características más sobresalientes son: la atracción de usuarios debido a la ubicación y diseño, cuenta con una gran exhibición de mercancías para facilitar la selección de productos.

2.3.1 PERIODO PREHISPÁNICO

El intercambio siempre ha sido parte de la historia en todo el mundo, gracias ello es posible satisfacer necesidades básicas ya que se provee de servicios o productos.

“En el México prehispánico el trueque fue el método más generalizado para hacerse de productos y servicios –aunque sobre estos últimos existieron importantes modelos colaborativos en los que la comunidad se involucraba para resolver las necesidades de un miembro y luego este formaba también parte de las labores cuando otra persona de la comunidad lo requería. Entre los nombres de estos tipos

de colaboración están: el tequio y el *ipalnemohuani*, por mencionar solo un par” (De la Torre A. 2017).

“La población de aquella época asistía cotidianamente para comprar los artículos que se necesitaban en sus hogares, en la Plaza Mayor de México se presenciaba, entonces, un espectáculo impresionante al estar reunidos en aquel histórico sitio una cantidad considerable de personas con un fin común, y a pesar de que el hacer mercado (...), era complicado por la saturación de puestos y compradores, se convirtió, con el paso del tiempo en una tradición muy respetada entre los capitalinos de ese tiempo, ya que ese era el mercado principal” (López L. 2010).

2.3.2 PERIODO COLONIAL

Bien es sabido que este periodo se caracterizó por la extracción de recursos naturales de la zona colonizada a favor de la colonizadora, se imponían ciertas reglas y restricciones favoreciendo siempre al colonizador, pero aún que esta transformación se estuviera llevando a cabo, en ningún momento se dejaron de lado las innumerables muestras de intercambios étnicos del México prehispánico y la forma de comerciar era precisamente una muestra de ello.

“Con la introducción de la moneda, la Ciudad de México se convierte en un centro gravitacional de la vida política, económica y cultural llamada la Nueva España, se establece el virreinato, se conservan los moldes tradicionales para el abasto y el comercio de mercancías y la relación comercial interoceánica e interregional a través del puerto de Veracruz, Acapulco y más tarde San Blas, los sitios de distribución de insumos más destacados fueron:

- ✚ Tlatelolco.
- ✚ San Hipólito (en este sitio comenzó la organización de los días a establecerse puesto que se podía acceder a él los miércoles y jueves).
- ✚ San Juan de la Teipa o Tecpa (se caracterizó por poseer mucho tráfico y comercio ello por estar cercano a los mercaderes en los portales llamados “La tejada”).
- ✚ La Plaza Mayor.

 Plaza del Volador.

Lo anterior ayudo también a establecer el orden social y micro urbano que hoy día conocemos “(...) poder civil. Representado por el Poder Nacional, poder eclesiástico, representado por la Catedral y el poder Económico representado por el portal de mercaderes” (FICOCAP 1993).

2.3.3 PERIODO INDEPENDIENTE

Así pues “Las diversas modificaciones que tuvo el comercio a fines de la colonia fueron consecuencia de la aplicación del conjunto de reformas políticas, económicas y administrativas aplicadas por los borbones, que buscaron restablecer la decadente economía española y [a tratar dé] que las colonias americanas financiaran en forma más decidida la débil economía española” esa serie de reformas se los conoce hoy día como las reformas borbónicas]. (Herrera l. s/f).

“(...) marca un cambio en la vida política y económica del país, ya que fundamentalmente se trataba de romper el monopolio ejercido por España. (...) el comercio (...) asumía dos formas: el comercio de tiendas y el comercio de mercados en las calles y en las plazas [entre los mercados más importantes están] Santa Ana, La Merced y Baratillo surgen durante el porfiriato” (FICOCAP 1993).

2.3.4 PERIODO CONTEMPORÁNEO

Durante los años 1940-1970 se implementó el modelo económico de desarrollo agrario moderno, “en las ciudades se vivió el mejoramiento de las condiciones de vida (...)” (Salazar 2010). a esta etapa también se le conoce como el proceso de industrialización del país por lo que la forma de comerciar se volvió más dinámica pues se ofertaban una mayor cantidad de productos, ya que, para el caso de las frutas y verduras, estas comenzaron a producirse en masa debido a la tecnología de la que se empezaba a disponer.

“Entre 1970-1982 entro en vigor el modelo de desarrollo basado en la sustitución de importaciones y en la modernización agraria, a la par de la consolidación del sector petrolero y la apertura comercial”, (Salazar 2010).

Específicamente durante 1976 durante el sexenio del Lic. José López Portillo dio inicio una nueva política de comercio exterior, lo que derivó en la exportación e importación de productos diversos que nuevamente configuraron la forma de comercializar productos de primera necesidad. “Finalmente, en el año de 1982 se firmó un acuerdo que imponía una estrategia económica global la cual se consolidó con la entrada en vigor en 1992 del Tratado de Libre Comercio, (...) dando paso al sistema capitalista” (Salazar 2010). [y con ello a la nueva forma de comercial mediante los llamados centros comerciales, que se han convertido no solo a la competencia latente para los mercados de abasto municipal sino también son hoy día, una amenaza a la economía de pequeños y medianos comerciantes].

2.4 COMERCIO Y TIPOS DE COMERCIO

El comercio tiende a situarse en puntos de atracción (por ejemplo, lugares de concentración de actividades o servicios) y en el espacio de recorrido de los transeúntes en estos puntos. Por lo regular, el comercio genera concentración de población o se localiza en donde existe esta concentración; por lo tanto, propicia o se dan en lugares de convivencia colectiva.

El comercio es en sí un elemento básico de la estructura urbana, pues genera esquemas de funcionamiento que influyen la forma e imagen de la ciudad.

2.4.1 COMERCIO DE BARRIO

Es aquel cuyo radio de influencia está restringido al barrio o al vecindario en que se localiza, y que incluye los siguientes tipos de establecimientos: misceláneas, sederías, papelerías al menudeo, expendios de pan, de tortillas, de leche, boticas, farmacias, peluquerías, fondas, recauderías, etc. Dichos negocios se encuentran concentrados en un punto en concreto revitalizando la zona el barrio en cuestión.

Una de las grandes ventajas que ofrece este tipo de comercio especialmente instalado dentro de los mercados, además de la eficiencia del tiempo en las compras, es que “Se percibe como el espacio de sociabilidad en contextos locales, [porque permite] la convivencia armoniosa entre vecinos de diferentes orígenes etnoculturales, la vinculación entre el comercio como [el] elemento visibilizador de

expresiones identitarias y la construcción culturalista, [así como] (...) la multiplicidad de espacios de interacción que ofrece la actividad comercial” (El Comercio de Barrio como Espacio de Sociabilidad en Contextos Locales de Migración. ENERO 24, 2020).

2.4.2 COMERCIO DE CIUDAD

Desde siempre ha existido una creciente relación histórica entre el comercio y las ciudades, no es posible el desarrollo de una ciudad sin actividad comercial pues además de permitir el nacimiento, fortalece el crecimiento y la supervivencia de las ciudades.

“Las actividades comerciales son elementos esenciales de la centralidad urbana, tienen gran capacidad de atraer y aglutinar bienes y servicios, constituyen el equipamiento esencial para el equilibrio del tejido urbano y se adaptan extraordinariamente a las necesidades del mercado y hábitos de consumo. Por todo ello, la integración de las actividades comerciales son una pieza esencial en la ordenación urbanística”. (Musashi. (s/f).

2.4.3 CENTRALES DE ABASTO

Es una unidad comercial de distribución de productos alimenticios, que proporciona a la población servicios de abastecimiento de productos básicos al mayoreo, a través de instalaciones que permiten concentrar los productos provenientes de diferentes centros de producción, para después surtir de éstos a los comerciantes detallistas y generalmente se ubican en zonas con más de 500, 000 habitantes.

Entre sus principales actividades se encuentran: la recepción, exhibición, almacenamiento y finalmente la venta de productos. Se ha vuelto un importante instrumento de regulación de la oferta y la demanda de productos, para lograr un equilibrio en los precios ofrecidos. Algunas de sus ventajas son:

- ✚ Mayor acercamiento de los productores con los comerciantes.
- ✚ Genera organización y coordinación entre productores, transportistas, distribuidores y consumidores.
- ✚ Disminuye la intermediación y mal manejo de productos.

- ✚ Evita especulaciones de mercancías.
- ✚ Almacena los productos de manera adecuada para su conservación y aprovechamiento.
- ✚ Surte en grandes cantidades productos, generalmente perecederos a pequeños comerciantes.

2.5 REHABILITACIÓN URBANA

De acuerdo a J. Gehl (2006:19) citando en Soto Zarza (2020:19) “Cuando la gente decide donde sentarse en un entorno público, casi siempre es para disfrutar de las ventajas que ofrece: el sitio en particular, el espacio. El tiempo, la visión de lo que está pasando y, preferiblemente, todo a la vez” (Soto R. 2015).

Lo anterior dejar entre ver que es importante la participación ciudadana dentro de las rehabilitaciones urbanas pues se convierten en el actor principal, es agracias a ellos y la demanda de ejercer su derecho al espacio y equipamiento público que da se da pauta para este tipo de investigaciones.

Dorazco (2010) citando en Soto Zarza (2020:19) menciona que “la rehabilitación física de los espacios [y equipamientos] públicos es una condición necesaria pero no suficiente para el fortalecimiento del tejido social” (Soto R. 2015). Por tanto, trabajar en rehabilitaciones solo centrándose en su aspecto físico arquitectónico no asegura una rehabilitación funcional, pues si el proyecto no es socialmente aceptable muy difícilmente logrará dinamización económica pues no habría intervención social de ningún tipo y por tanto no estaría cumpliendo su función.



CAPÍTULO 3
DIAGNÓSTICO
MUNICIPAL Y
CARACTERIZACIÓN
DEL ÁREA DE
ESTUDIO

TEHUACÁN, MEX.

3.1 DIAGNOSTICO MUNICIPAL DE TENANCINGO DE DEGOLLADO, ESTADO DE MÉXICO

En el presente capítulo se desarrolla el diagnóstico del municipio destacando únicamente los elementos cuantitativos que sustentan la propuesta de rehabilitación en el mercado municipal “Riva Palacio” enfatizando en el perfil socioeconómico y territorial. Tenancingo de Degollado se caracteriza por ser una ciudad en crecimiento demográfico y desarrollo de infraestructura.

Imagen No. 1: Escudo Municipal



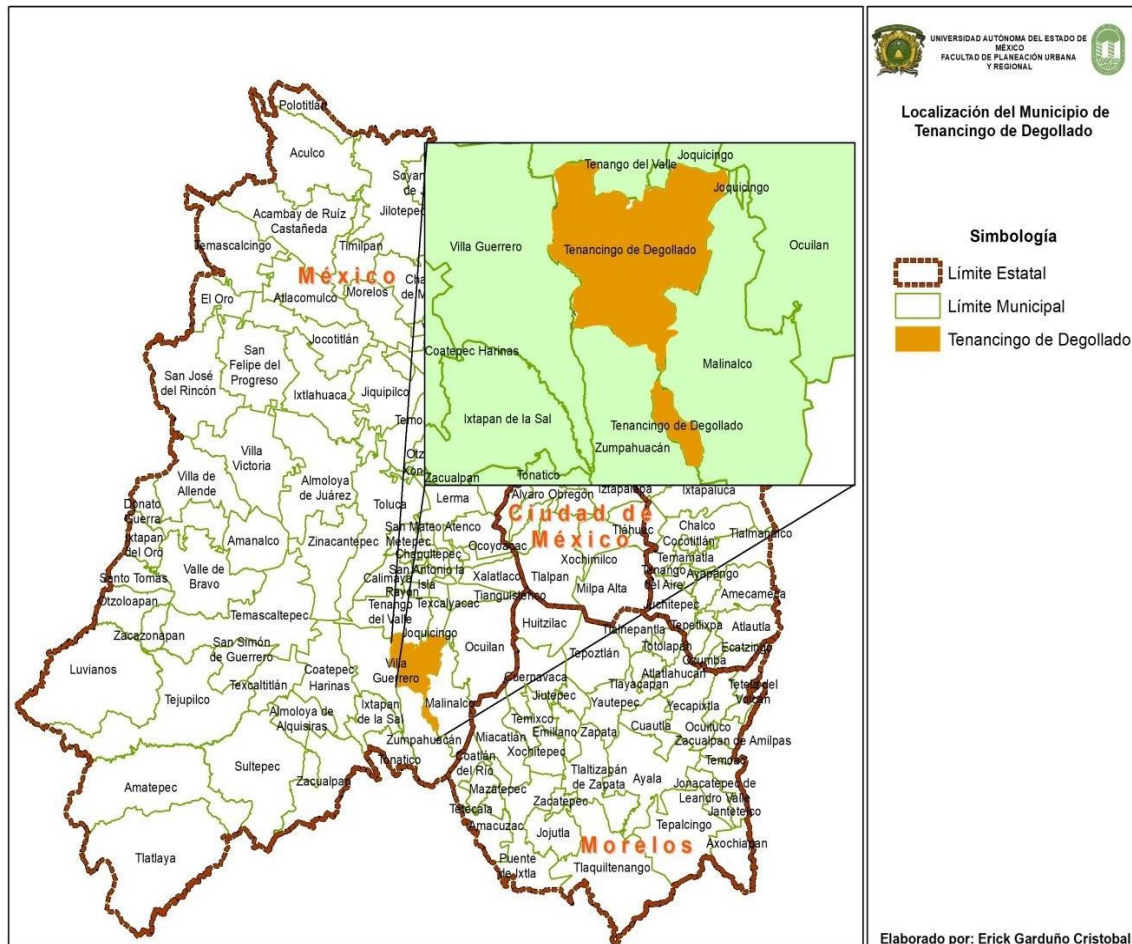
Fuente: Imagen retomada del Bando Municipal de Tenancingo de Degollado 2019.

Limita al norte con los municipios de Tenango del Valle y Joquicingo; al sur con el municipio de Zumpahuacán; al este con el municipio de Malinalco; al Oeste con el municipio de Villa Guerrero y se localiza a $18^{\circ} 57' 51''$ y $98^{\circ} 35' 45''$ con respecto al meridiano de Greenwich.

El municipio de Tenancingo de Degollado presenta diferentes niveles de hipsometría, que van desde los 2,490 metros snm, en su parte norte, hasta los 2,060 metros snm¹⁰ donde se encuentra la cabecera asimismo se encuentra a 48 km de la ciudad de Toluca. Ocupa una extensión territorial de aproximadamente 163.15 km².

¹⁰ Sobre el Nivel del Mar.

Mapa No. 2: Ubicación Geográfica.



De acuerdo a la Unidad de Microrregiones a través de SCIM¹¹ se considera como una zona urbana, entre sus principales localidades destacan: Tenancingo de Degollado, El Salitre, Santa Ana, La Trinidad y San José el Cuartel.

3.1.1 PERFIL SOCIOECONÓMICO Y TERRITORIAL

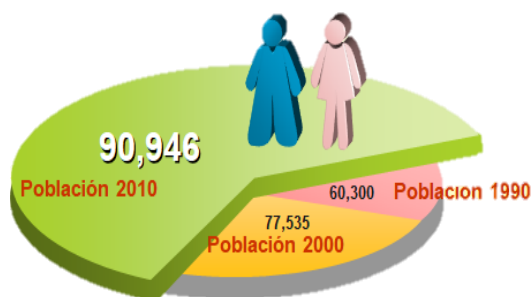
El perfil socioeconómico resulta ser una variable indispensable para el presente trabajo, a través de la dinámica poblacional y económica es como se sustenta la propuesta de rehabilitación del mercado municipal “Riva Palacio”, traducido en usuarios potenciales y derrama económica esperada.

La población oriunda es de los actores principales que vinieron a determinar la necesidad de una rehabilitación en el equipamiento de comercio, específicamente

¹¹ Sistema de Cédulas de Información Municipal.

del único mercado que abastece productos de primera necesidad del cual se tiene un registro municipal, los otros mercados corresponden a mercado de la flor de exportación y uno más a la ganadería, por lo anterior se presentan los siguientes datos:

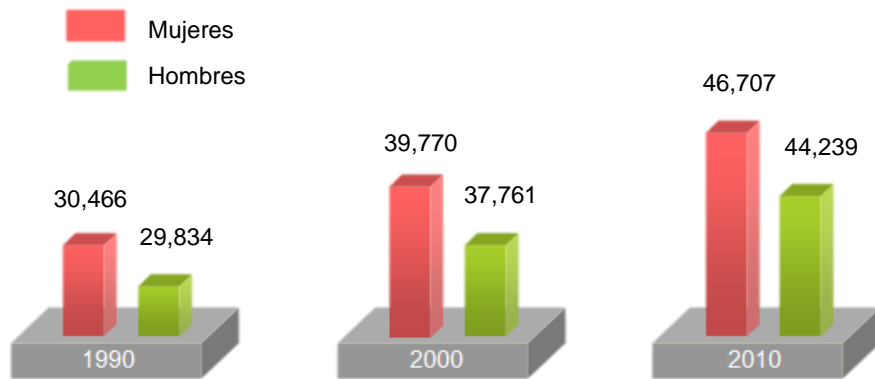
Gráfica No. 1: Comparativo Poblacional Total Municipal.



Fuente: Elaboración propia con base a datos ITER 1990,2000 y 2010.

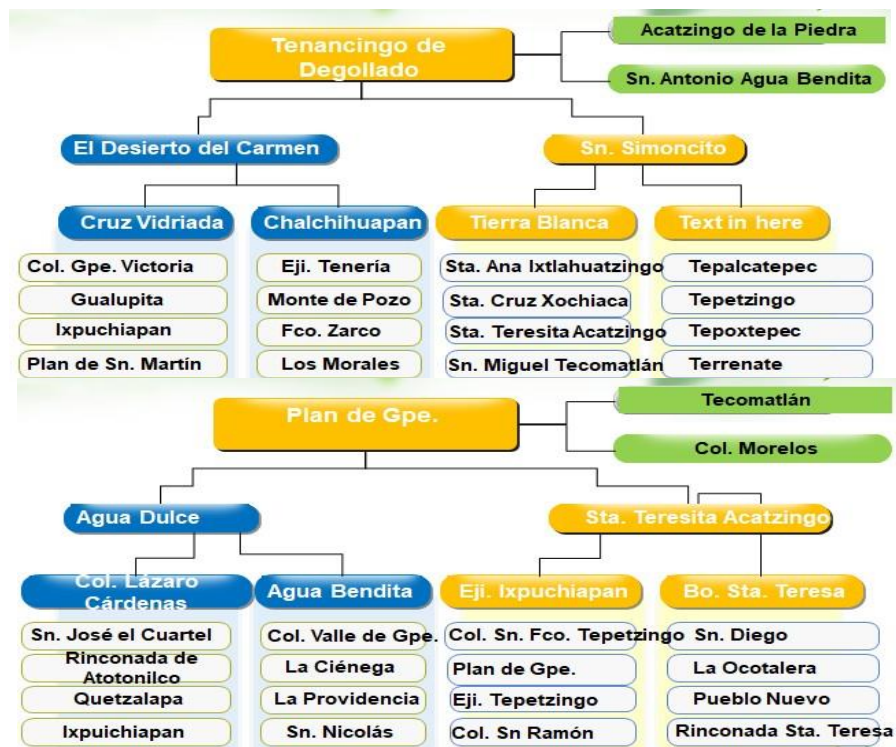
La grafica anterior muestra la dinámica poblacional que se ha presentado en los últimos 20 años en todo el municipio de Tenancingo, se consideró relevante tomar en cuenta la totalidad de la población debido a que, como se mencionó con anterioridad, solo existe el mercado de abasto “Riva Palacio” que está a disposición de toda la población, aunque no por eso signifique que absolutamente todos adquieran ahí sus productos. Del año 2000 al 2010 hubo un aumento de 13,415 habitantes lo que se traduce automáticamente en un aumento de adquisición de productos de primera necesidad por parte de los pobladores en el mercado municipal. Asimismo, la densidad poblacional oscila en 555.38 h/km². A continuación, en la gráfica No. 8 se muestra la distribución de la población total clasificada en mujeres y hombres, los datos arrojaron como resultado una mayor cantidad de mujeres, del año 2000 al 2010 hubo un aumento de 6,937 personas registradas como femeninas.

Grafica No.2: Comparativo Mujeres y Hombres 1990-2010.



Fuente: Elaboración propia con base a datos ITER 1990,2000 y 2010.

Tabla No.5: Localidades y/o colonias de Tenancingo de Degollado al 2010.



Fuente: Elaboración propia con base a datos ITER 1990,2000 y 2010.

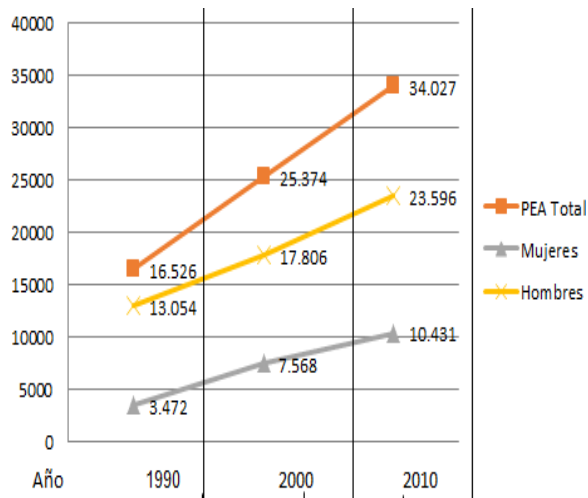
En lo que respecta al perfil económico del municipio se tienen los siguientes datos, los cuales se presentan en cuatro diferentes graficas distribuidas de manera específica, se analizan de manera individual la PEA¹², PEAO¹³ femenina y masculina, así como el sector primario y de comercio.

¹² Población Económicamente Activa

¹³ Población Económicamente Activa Ocupada

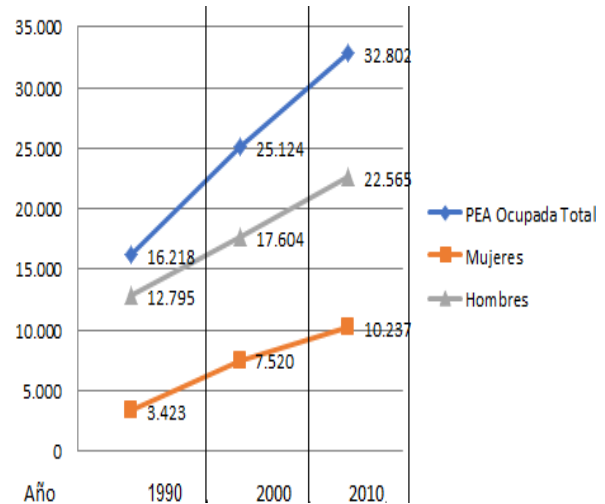
Gráfica No. 3: PEA Mujeres-Hombres

1990-2010



Gráfica No. 4: PEO Mujeres-Hombres

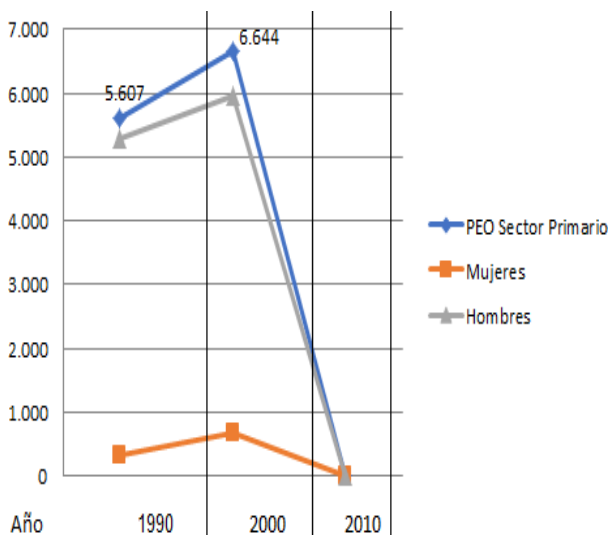
1990-2010



Fuente: Elaboración propia con base a datos ITER 1990,2000 y 2010.

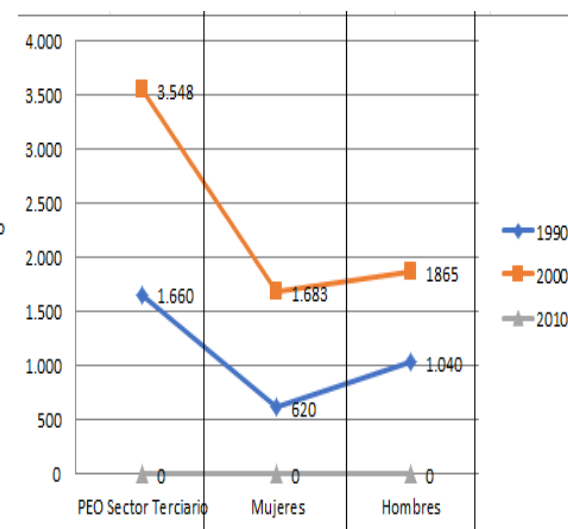
Gráfica No. 5: PEO Sector Primario

Mujeres-Hombres 1990-2010



Gráfica No. 6: PEO Sector Comercial

Mujeres-Hombres 1990-2010



Fuente: Elaboración propia con base a datos ITER 1990,2000 y 2010.

La PEA como bien es sabido, se refiere a toda aquella población que está en edad de laborar, conocer este indicador es importante porque a través de ello se puede dar cuenta de la disposición laboral con la que cuenta el municipio así como de las necesidades sociales que la administración pública en función tiene que satisfacer lo que le permite también emplear estrategias de ofertas laborales y mejoras en las diferentes instalaciones municipales que benefician a los oriundos, entre ellas el

mercado municipal “Riva Palacio”, del año 2000 al 2010 la PEA total ascendió con 8,653 habitantes, de los cuales más del 90% están dentro de la variable PEO, tal como lo muestra la gráfica No. 10 PEO Mujeres-Hombres 1990-2010, para el año 2010 la PEO de mujeres fue de 10,237 y en lo que respecta a los hombres fue de 22,565.

Ahora bien del total de la PEO al 2010 (32,802 personas) se determinó hacer un análisis de la población ocupada en el sector primario y en el comercial, debido a que algunos de ellos ofrecen sus productos en los mercados municipales mayormente en el mercado de exportación de flor, sin embargo no se descarta la posibilidad de que haya personas ocupadas en el sector primario que vendan sus productos (frutas, verduras, legumbres, semillas, etc.) en el mercado municipal “Riva Palacio” ya sea de manera directa en los locales o que los vendan a los comerciantes.

Respecto del sector comercial del año 1990 al 2000 ascendió por la incorporación de 1,888 personas a las actividades comerciales, en este punto es importante aclarar que se hace referencia a la oferta de fuerza de trabajo no así la demanda del mercado laboral (establecimiento económicos), por lo cual no es posible determinar la cantidad exacta que de esa población se emplea de manera directa o indirecta en el mercado municipal “Riva Palacio” aunque si se han podido estimar el número de comerciantes ubicados al interior del mercado pues cuentan con un espacio propio para vender, esta población también forma parte de la PEO en el sector comercial.

A nivel estatal, el municipio participa con el 11.88% del empleo y cuenta con el 6.24% de la población económicamente activa.

Cabe resaltar que aún hoy día existen familias que se dedican a elaborar artesanías, entre las que sobresalen: la confección de rebozo, sillas tejidas con palma, canastas tejidas con fibras vegetales, comales de barro y papel picado, las cuales se pueden adquirir en el mercado municipal “Riva Palacio”.

Tabla No. 6: Actividad Productiva.

Comunidad y Actividad Productiva	Distancia de la Cabecera Municipal (km)	No. De Habitantes
Acatzingo (rebozo)	6 km	1,519
Chalchiguapan (canastas con fibras vegetales)	4 km	991
San Miguel Tecomatlán 8pan y floricultura)	8 km	2,343
Santa Ana Ixtlahuatzingo (floricultura)	3km	3,895

Fuente: Elaboración Propia con base en el perfil municipal 2013 Tenancingo, Estado de México.

Para acceder al mercado municipal “Riva Palacio” es necesaria una conectividad estructurada que permita a los usuarios y comerciantes acceder de manera fácil y rápida, de acuerdo a la monografía del municipio a la cabecera municipal la atraviesa la carretera federal No. 55 que es la que comunica la capital del Estado de México hasta adentrarse al vecino Estado de Guerrero. En lo que respecta a la estructura vial del resto del municipio cuenta con lo siguiente:

Tabla No.7: Estructura Vial en el Municipio de Tenancingo de Degollado.



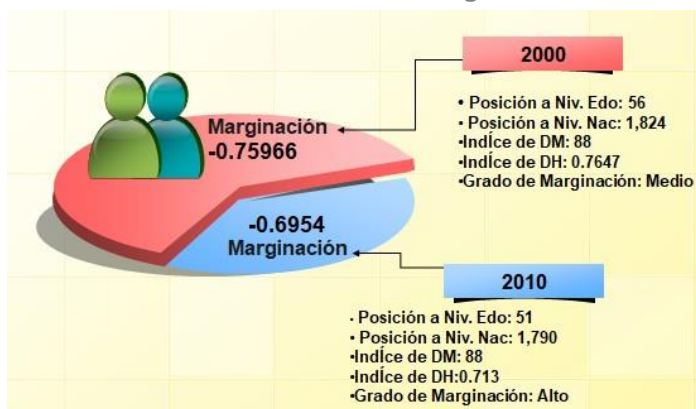
Fuente: Elaboración Propia con base a la monografía Municipal de Tenancingo de Degollado.

El total municipal de la estructura vial es de 38 km² de los cuales todos (según la monografía consultada) los kilómetros se encuentran pavimentados. A pesar de que la tendencia natural de la PEA va en aumento, es importante mencionar que la marginación a nivel municipal se ha mantenido en grado medio asimismo el IDH¹⁴

¹⁴ Índice de Desarrollo Humano

se ha mantenido en los mismos niveles desde hace más de diez años, ambas variables dependen de muchos otros factores como la escolaridad, la alimentación, la vivienda, la pobreza, la disponibilidad de servicios y ciertamente en todo aquello que se relacione con el ingreso familiar (PEA, PEO, PEI¹⁵, PED¹⁶, etc.).

Gráfica No. 7: Grado de Marginación e IDH.



Fuente: Elaboración propia con base a datos ITER 2000 y 2010.

Es importante mencionar que en la gráfica No. 13 únicamente se presentan los datos de los años 2000 y 2010, debido a que para 1990 no hay registro por parte de INEGI o alguna otra institución sobre datos de marginación. Se consideró relevante analizar dichos los datos anteriores debido a que la rehabilitación del mercado municipal “Riva Palacio” pudiera representar una ventana de oportunidad para emplearse o bien para adquirir productos de primera necesidad a un costo más bajo, haciendo rendir el ingreso familiar. Asimismo, no se debería descartar la posibilidad de la construcción de un nuevo mercado municipal de abasto para la población en alguna otra zona estratégica del municipio.

3.2 CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

El mercado municipal “Riva Palacio” ubicado en el municipio de Tenancingo de Degollado, Estado de México es uno de los tres mercados existentes en el municipio, pero resulta ser el único que abastece artículos de primera necesidad con registro oficial, sus instalaciones fueron creadas el 29 de septiembre de 1972

¹⁵ Población Económicamente Inactiva

¹⁶ Población Económicamente Desocupada

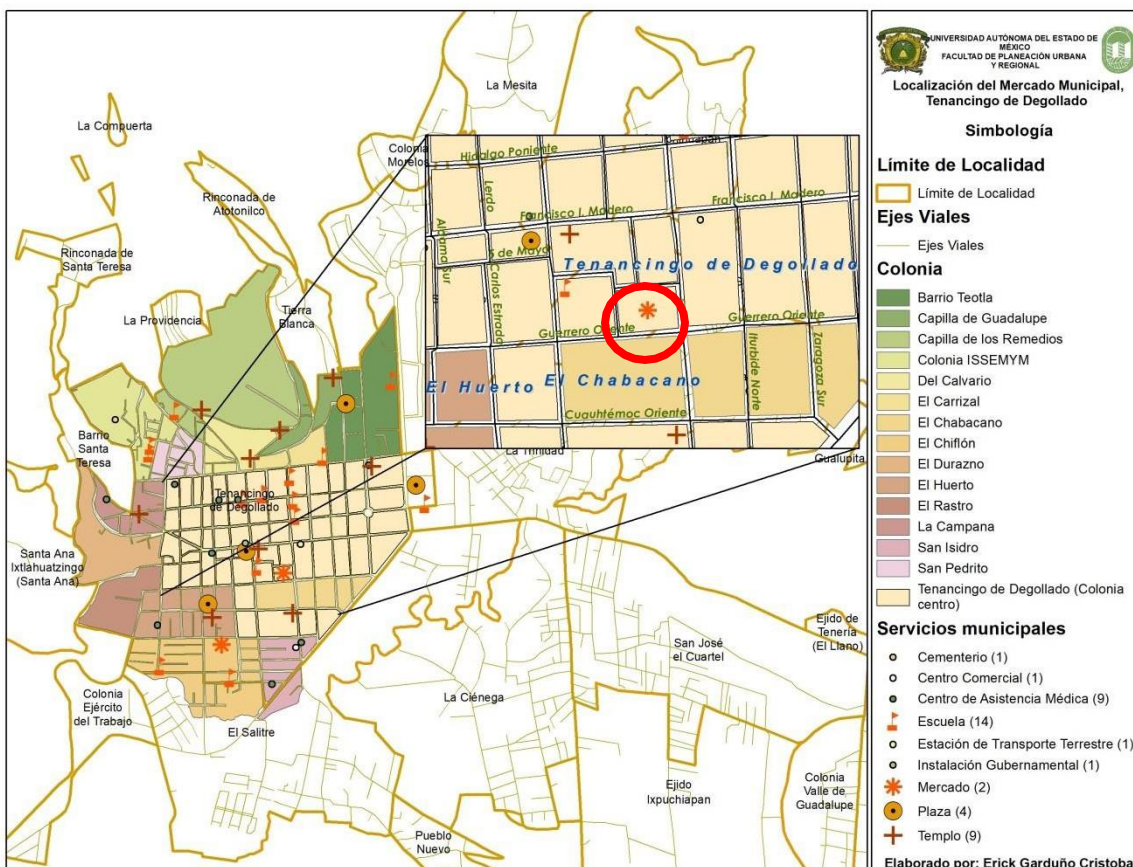
registrando desde un inicio 200 locales cuya condición actual se encuentra en detrimento, debido al crecimiento de la población su capacidad de ofrecer un servicio adecuado se ha visto superada de igual forma sus instalaciones se han ido deteriorando convirtiéndose en insuficientes para atender a la población.

De acuerdo al Plan de Desarrollo Municipal actual existe un déficit del 69% (para brindar un servicio adecuado hace falta la construcción de 441 locales más) de los puestos por lo que se requiere no solo una rehabilitación sino una ampliación a las instalaciones para dar cabida al mejoramiento de los mismos.

De hecho, dentro de las instalaciones existen diferentes tipos de riesgos dentro de los que destacan son los riesgos socio-organizativos debido a fallas de logística para su correcta operación ya que no existen salidas de emergencia, extintores en caso de incendio, teléfono público para llamar en caso de emergencia, no existe un área específica para atender lesiones menores, etc.

El mercado municipal de Tenancingo de Degollado se encuentra adscrito a la subdirección de mercados y rastro, mismo que aplica los lineamientos generales que emite la tesorería municipal para efectos fiscales (Artículo 39 del Bando de Policía y Gobierno Municipal 2019-2021), el cargo del servicio le corresponde de manera personal al tercer regidor. Cabe destacar que el mercado municipal “Riva Palacio” abarca aproximadamente 5,568 metros cuadrados, limita al norte con la calle Riva Palacio, al sur con Vicente Guerrero, al oriente con calle Guadalupe Victoria y al poniente con Felipe de la Piedra.

Mapa No. 3: Localización del Mercado Municipal.



El horario laboral del mercado es de 6:00 am a 20:00 pm para las áreas de carnicerías, pollerías, desayunos, frutas y verduras y para las áreas de calzado, ropa y demás artículos será de 7:00 am a 20:00 pm. Los locales cuyo frente sea la calle Riva Palacio están destinados exclusivamente para la venta de rebozos y demás artesanías elaboradas a mano¹⁷.

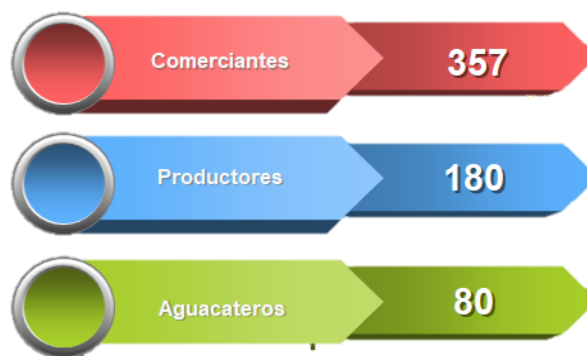
En ese mismo sentido es importante mencionar que el tianguis que se coloca fuera del mercado tiene una extensión aproximada de 2 hectáreas y media que se instala los días jueves y domingos provocando caos vial, peatonal y pérdida económica para los comerciantes que están instalados dentro de las instalaciones del mercado¹⁸.

¹⁷ Aunque en la actualidad no se tiene certeza de que los productos ahí ofertados sean realmente hechos a mano por la población local.

¹⁸ Durante el trabajo de campo, algunos comerciantes instalados dentro del mercado mencionaron que también tienen un puesto en el tianguis.

Fue diseñado para ejercer una influencia de 200 metros cuadrados a la redonda y en donde teóricamente no pueden establecerse puestos fijos o semifijos de igual o similar giro comercial tampoco se permite la circulación de vendedores ambulantes.

Tabla No. 8: Conformación General al interior del mercado “Riva Palacio”.



Fuente: Elaboración Propia con Base a Perfil Municipal Tenancingo de Degollado 2013-2015

Como pudo observarse en la tabla No. 9 existe un total de 357 comerciantes, recordemos que dentro del mercado se tiene registro únicamente de 200 locales lo que significa que hay un sinnúmero de posibilidades para explicar el dato anterior: el resto, 157 comerciantes ofrecen sus productos; ya sea caminando sobre los pasillos o bien tienen saturado su espacio para poder vender más de dos productos diferentes en un mismo local, tienen acceso a dos o más locales o también existe puede darse el caso que en un mismo local hay más un comerciante, etc.

Cabe destacar que por productores se refiere a los productores, principalmente de productos perecederos como lo son las frutas y verduras.

Para el correcto funcionamiento del mercado municipal “Riva Palacio” se han establecido diversos aspectos a cumplir sin embargo en la práctica no sucede así, a continuación, se presenta una tabla con las características que si se cumplen y con las que se cumplen en menor medida con el objetivo de resaltar su importancia en la propuesta de rehabilitación urbana.

Tabla No. 9: Aspectos a considerar para un correcto funcionamiento del mercado municipal “Riva Palacio”.

Aspecto a cumplir	Cumple	Observaciones
Los tianguistas únicamente podrán estar afuera del mercado los días jueves y domingos de 6:00 am a 18:00 pm para no entorpecer más las actividades comerciales dentro del mercado.	Si	Se cumple el horario determinado para vender por la administración sin embargo los tianguistas se van retirando en su totalidad hasta altas horas de la noche, ello debido a que tienen que recoger y dejar limpio el lugar que les fue asignado.
Todos los comerciantes (dentro y fuera del mercado) deberán pagar por uso de los locales, vías y áreas públicas, así como por licencia de funcionamiento debido a la ley de ingresos para los municipios del Estado de México.	Si	Se sabe que se cumple porque así lo manifiestan los mismos comerciantes, sin embargo, no se tiene certeza de la disposición final del dinero recaudado.
Todos al interior del mercado deberán contar con un extintor a efecto de cualquier siniestro, así como seguir los lineamientos en materia sanitaria.	No	Muchos comerciantes desconocen esta obligación y otros tantos aseguran que es obligación de la administración dotarlos de este tipo de materiales, además no están capacitados por protección civil para su correcto funcionamiento.
Los comerciantes instalados en el mercado deberán respetar la zonificación en su interior de acuerdo a los giros comerciales establecidos.	En parte	Los comerciantes están medianamente agrupados por zonas, sin embargo es posible encontrar a algunos que están ubicado en donde no les corresponde además en otros casos, los vendedores manifiestan que no saben porque les fue asignado su lugar actual y no otro (tal vez más cercano a las entradas).
Los comerciantes al exterior de las instalaciones (tianguistas que se colocan los días jueves y domingos) tienen la obligación de acatar las medidas necesarias para evitar la desleal competencia con los locatarios del mercado “Riva Palacio”, asimismo se les prohíbe la venta de sus mercancías al interior o en los pacillos del mercado	En parte	Aunque se localizan en la parte de afuera del mercado, generalmente los precios son aún más bajos por lo que no se puede hablar de una competencia leal además de que debido a su gran extensión muchas veces bloquean los accesos del

mercado logrando así que los usuarios ni siquiera puedan acercarse al interior.

Se establece la prohibición de bodegas, viviendas o cualquier otro uso distinto al de comercio dentro del mercado municipal.

Si

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presenta de manera general la legislación establecida por el Bando Municipal, administración 2019-2021 en materia de mercados con el objetivo de acercar la información a los usuarios interesados, algunos de los artículos más importantes son:

- ✚ Artículo 114: El gobierno municipal de Tenancingo de Degollado tiene a cargo la prestación, explotación, administración y conservación de determinados servicios públicos, entre los cuales se encuentra el mercado de abasto de primera necesidad.
- ✚ Artículo 137: El Ayuntamiento está facultado para establecer y cobrar a través de la subdirección de ingresos las cuotas y tarifas que se generen con motivo del comercio en la zona de influencia de los mercados.
- ✚ Artículo 193: El Ayuntamiento está facultado para establecer y cobrar a través de la Subdirección de Ingresos las cuotas y tarifas que se generen con motivo del libre comercio en la zona de influencia de cada uno de los mercados.
- ✚ Artículo 195: Los locales del Mercado Municipal "Riva Palacio", cuyo frente da hacia la calle Riva Palacio, y que se encuentran marcados con los números del: 1 al 19, serán destinados única y exclusivamente para el giro de venta de: rebozos y artesanías; entendiéndose por artesanía al trabajo realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones. Será motivo de cancelación del permiso correspondiente dar un uso diferente al autorizado.

3.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El planteamiento del problema para la presente tesina se centra principalmente en el deterioro de las instalaciones del único mercado municipal que abastece productos de primera necesidad y del cual se tiene registro, denominado Mercado

Municipal “Riva Palacio” así como su falta de cuidado y mantenimiento adecuado, ello repercute en una falta de identidad urbana, genera una imagen urbana de inseguridad dando paso de manera indirecta, a que la población prefiera adquirir sus productos en los centros comerciales o de autoservicio que generan espacios privados, estos comercios son la principal competencia desleal para los mercados locales ya que cada vez más ofrecen productos que anteriormente solo existían en los mercados tradicionales y sus precios en la mayoría de los casos son más elevados, haciendo que los consumidores tengan que pagar no solo el producto sino también el “estatus” que socialmente brindan dichos establecimientos. Las consecuencias de lo anteriormente mencionado es la repercusión negativa a la economía de los comerciantes.

El mercado municipal “Riva Palacio” se ha visto rebasado en cuanto a su capacidad de oferta y demanda, debido al crecimiento de la población y la falta de interés por parte de administraciones públicas municipales a la inversión en su mejoramiento, dando como resultado que las instalaciones poco a poco se han ido deteriorando e igualmente se está perdiendo entre la población y los consumidores la noción acerca de lo que es un mercado municipal tradicional, cabe recalcar que muchas veces se llega a confundir este término; el hecho de que sea llamado tradicional no significa que deba carecer de identidad dentro del municipio, se pretende lograr un mercado “tradicional-moderno”, entendiéndose por moderno a la rehabilitación de sus instalaciones, además de seguir siendo un nodo de interacción social.

Algunos de los aspectos que afectan al mercado municipal “Riva Palacio” son:

- ✚ Cableado de energía eléctrica en mal estado de conservación, lo que lo convierte en un constante peligro para los comerciantes y usuarios, el mayor riesgo latente por este cableado son las descargas eléctricas que pudieran dañar la integridad física de cualquier persona o animal doméstico que circunda la zona.
- ✚ Los locales no cuentan con una imagen que sea agradable a la vista de quien desea adquirir algún producto, es decir, se muestra una falta de higiene logrando que las ventas disminuyan de manera considerable lo que impacta

directamente en la economía familiar de los comerciantes y de usuarios al tener que adquirir sus productos en los centros comerciales a un precio más elevado, en otras palabras, hablamos de contaminación visual.

- ✚ Existen locales que se perciben en primera instancia como desocupados (aunque probablemente no lo estén) y con falta de mantenimiento dando paso a que se pudiera vandalizar, cabe destacar que mediante visitas de campo algunos locatarios mencionan que no existe algún tipo de seguridad al interior del mercado exponiendo al peligro de manera constante tanto a comerciantes como a usuarios, siendo los primeros lo más afectados.
- ✚ Algunos productos que se ofertan parecieran ser de dudosa calidad, los consumidores refieren a que no saben qué locales si cuentan con licencias sanitarias y de funcionamiento lo que les hace dudar un poco, especialmente los productos cárnicos.
- ✚ Los días jueves y domingos se lleva a cabo el tianguis lo que provoca no solo caos al interior del mercado (por la batalla constante de precios respecto a los comerciantes contra los tianguistas ubicados en las inmediaciones) sino que afuera también, debido a la apropiación de la vía pública por parte de los tianguistas y de las personas que acuden a comprar así mismo de los automóviles ya que no existe un estacionamiento propio del mercado.
- ✚ En la actualidad no hay salidas de emergencia generalmente las vías de circulación peatonal se ven entorpecidas por vendedores que no respetan el área que les fue asignada sitiando en los corredores sus productos o bien porque existen personas ofertando su mercancía mientras van caminando, aunque se supone que no está permitido.
- ✚ Falta de ventilación adecuada debido a que no existen ventanas o ventanales que permitan la circulación correcta del aire, únicamente las entradas que son insuficientes, lo que perjudica en primera instancia a los productos perecederos que no necesariamente necesitan algún tipo de refrigeración.

Mapa No. 4: Mercado Municipal Riva Palacio.



En el mapa No. 4 se muestra la ubicación del mercado municipal “Riva Palacio” dentro de la cabecera municipal de Tenancingo de Degollado, así mismo se resalta en color melocotón la problemática que corresponde al caos que ocasionan las actividades propias del tianguis que se instala en las inmediaciones, de hecho, es posible visualizar en la imagen los puestos alrededor de todo el mercado el cual se muestra en el polígono de color anaranjado.



CAPÍTULO 4

**PROPUESTA DE
REHABILITACIÓN
DEL MERCADO
MUNICIPAL
“RIVA PALACIO”**

4.1 PLANTEAMIENTO QUE SUSTENTA LA PROPUESTA DE REHABILITACIÓN

El mercado municipal es considerado como un nodo poblacional, un lugar de encuentro social y pretende proyectarse a largo plazo en un centro de distribución de abasto de primera necesidad, para poder posicionarse y hacer frente a la desmedida competencia desleal que representan los llamados centros comerciales o tiendas de autoservicio.

Como se mencionó en el primer capítulo de la presente tesina, los mercados municipales han estado presentes a lo largo de la historia de nuestro país, es uno de los equipamientos urbanos que se han posicionado como de más alto valor tradicional pues en los últimos años se han convertido en atractivos turísticos y culturales para nacionales y extranjeros, ya que en su interior podemos conocer la cultura étnica, gastronómica, artesanal y estilo de vida de determinado lugar incluso su arquitectura juega un papel de suma importancia pues a través de ella se puede visualizar el pasar del tiempo.

En respuesta a lo anteriormente planteado, el presente trabajo, rescata la importancia de estos tipos de equipamientos urbanos planteando la idea de una rehabilitación económicamente viable y socialmente aceptable. Asimismo, se pretende solventar necesidades actuales y prever las futuras a corto y mediano plazo. Entre las características que más resaltan del mercado “Riva Palacio” y que lo hacen considerarlo hoy día como un mercado tradicional son:

- ✚ La venta se efectúa de manera directa con el usuario, lo que permite la interacción cara a cara.
- ✚ Dispone de una escasa superficie¹⁹ comercial para la venta de productos por local, lo que facilita y eficienta los tiempos de los usuarios.
- ✚ Es mayor el índice de autoempleo que de empleadores.
- ✚ La tecnología de régimen de venta (cajas registradoras, escáner, refrigeración de alto nivel) es sumamente escaso por no mencionar que nulo, por lo que no se ha dado la exclusión a personas de edad avanzada (tanto

¹⁹ En comparación a grandes centros comerciales.

vendedores como usuarios, que generalmente no dominan del todo el uso de las nuevas tecnologías) pero que sin embargo han sabido hacer frente a ese reto en comparación a las cadenas comerciales que si cuentan con ello y que, además los productos que se ofrecen en el mercado se consideran frescos.

“Para la propuesta de rehabilitación del mercado municipal (...) tomaremos como referencia las buenas prácticas para la creación de espacios públicos de Project for Public Spaces (Soto R. 2015) las cuales son:

- ✚ Imagen e Identidad: como articulador de la vida comunitaria.
- ✚ Atracciones asociadas: [posee una arquitectura en armonía con el entorno].
- ✚ Confortabilidad: debe de contener mobiliario e infraestructura que contribuya a su elegibilidad como destino y permanencia por parte del usuario.
- ✚ Diseño flexible: [el tipo de usuarios no siempre es el mismo] por lo que se debe otorgar diversidad a los distintos segmentos de edad e intereses.
- ✚ Estrategias para acoger los cambios de estaciones: (...) [instrumentos que le] permite combatir la estacionalidad.
- ✚ Facilidad de acceso: (...) debe considerar la plena accesibilidad peatonal.
- ✚ Espacio interior y espacio exterior: (...) características amables y definidas de su entorno directo (...).
- ✚ Visibilidad desde el entorno: (...) debe ser capaz de proyectarse hacia afuera haciéndose reconocible por los habitantes, mediante indicaciones de su presencia a la distancia.
- ✚ La gestión como componente esencial que garantice su continuidad de uso: (...) [se] deben considerar estrategias que mantengan la seguridad y vivencialidad, cuidando la limpieza, manteniendo en buen funcionamiento el mobiliario y la infraestructura, proyectando un sentido de preocupación por el.

Para visualizar la propuesta generada se llevó a cabo la utilización del programa Revit para modelar y 3d Max para renderizar con el objetivo de desarrollar y diseñar los renders propuestos para la rehabilitación del mercado municipal “Riva Palacio”,

posteriormente se realizó la cotización del equipamiento adecuado a utilizarse, los cuales se muestran más adelante en este mismo capítulo.

4.2 MISION

Crear una propuesta eficiente, efectiva y eficaz de rehabilitación para el mercado municipal “Riva Palacio”, cuyo objetivo es brindar una gama amplia de oportunidades tanto a comerciantes como a usuarios, asimismo contribuir a lograr la unificación de una imagen urbana acorde a la cabecera municipal de Tenancingo de Degollado.

Todo lo anterior bajo la perspectiva de la planeación estratégica, la rehabilitación del mercado municipal obedece a que la capacidad funcional con la que cuenta para brindar el servicio de abasto resulta rentabilizador tanto para la administración pública como para comerciantes por ello es importante no solo tomar en cuenta su viabilidad económica sino también su dimensión estética para que llegue a ser socialmente aceptada, al lograr dicha aceptación se da por entendido que existe participación ciudadana pues la rehabilitación no solo será de manera técnica (la obra arquitectónica como tal) sino que pretende ser funcional para todos los actores involucrados (administración pública, productores, comerciantes y usuarios principalmente).

De manera general hago un análisis costo-beneficio con el total de dinero aproximado que requiere ser destinado para la obra de rehabilitación para dejar entre abierta diversas posibilidades de financiamiento. Como se mencionaba en capítulos anteriores, de esta manera el beneficio directo sea la dinamización económica de la población oriunda y trabajar en conjunto bajo una visión rentabilizadora.

4.3 OBJETIVO

Realizar una propuesta de rehabilitación en el mercado Municipal “Riva Palacio” ubicado en el municipio de Tenancingo de Degollado, tomando en consideración costos de operación y su fortalecimiento de nodo que contribuya a intensificar las relaciones sociales y culturales que pudieran propiciarse.

4.4 JUSTIFICACIÓN

La propuesta de rehabilitación del presente trabajo tiene como principal objetivo la población oriunda ya que a través de ello se llevará a cabo una mayor dinamización económica y del tejido social a nivel de municipal con el fin de dignificar el entorno donde muchas familias se emplean y donde población usuaria acude a adquirir sus productos de primera necesidad brindando una percepción de seguridad.

4.5 ESTRATEGIAS

1. Rehabilitación de fachada y construcción de un segundo piso para dar cabida a los locales faltantes y a una zona de comida.
2. Mejorar la iluminación del mercado mediante la creación de un “domo” en el segundo nivel, así como el uso de luminarias adecuadas tanto en el interior como en el exterior. (Es importante mencionar en este punto que, se pretende llevar a cabo una iluminación general o de ambiente, la cual consiste en la ubicación de lámparas o bombillas sin importar su tipo, ubicadas de manera horizontal en lo alto del mercado).
3. Modernizar los locales que se encuentran al interior del mercado municipal “Riva Palacio” para dar un sentido de seguridad y sentido de permanencia, así mismo ofrecer un curso de capacitación para poder ofrecer a los usuarios el pago electrónico de mercancía.
4. Reorganizar la colocación de puestos según los productos que se vendan. (comercio seco, comercio húmedo y sección comercial, etc.).
5. Implementación de mobiliario urbano (señalética, bancas, contenedores de residuos sólidos y plantas) dentro y en las inmediaciones que así requiera el mercado municipal.
6. Aumentar la vigilancia dentro y en las inmediaciones del mercado municipal “Riva Palacio.
7. Rehabilitar la oficina administrativa, que fungirá a la vez como un módulo de informes.
8. Habilitar un área de servicio médico básico para casos de emergencia.

9. Habilitar un área de lockers para comerciantes.
10. Rehabilitar también el área de carga y descarga añadiendo señalética correspondiente.
11. Rehabilitación de los sanitarios públicos del mercado municipal.

Asimismo, es prescindible aludir que algunos elementos de mobiliario que se mencionan anteriormente están establecidos por SEDESOL y los clasifica en:

Imagen No. 2 Mobiliario establecido por SEDESOL.



Fuente: Elaboración Propia con Base a Mobiliario Urbano SEDESOL.

Imagen No. 3 Rehabilitación EXTERNA del Mercado Municipal “Riva Palacio”.



Fuente: Elaboración Propia con Base a los programas Revit y 3d Max.

En la imagen No. 3 Rehabilitación EXTERNA del Mercado Municipal “Riva Palacio” se destacan los elementos más significativos a trabajar en la propuesta de rehabilitación, en primera instancia se observa un mercado totalmente rehabilitado en su fachada con materiales acorde a la zona, los cuales están establecidos en el Plan de Desarrollo Urbano Municipal. Se respetó la imagen actual que tiene: locales con forma de arco y la entrada principal al centro, en donde se destaca la ausencia de escaleras para facilitar el acceso a personas con alguna discapacidad física, asimismo en los laterales existen dos entradas/salidas más para favorecer: la circulación peatonal, la ventilación natural y la evacuación en caso de emergencia.

Asimismo, se observa la construcción del segundo piso utilizando materiales que son relativamente accesibles como lo es la lámina, se trabajó con dos principales figuras geométricas para dar volumen y presencia: la planta baja está enfocado con un esquema cuadrado y la planta alta mantiene determinadas curvaturas en las esquinas además se aprecia por encima de este, un domo que proveerá de luz y ventanas en los laterales (cuyo funcionamiento de abierto y cerrado, estará al alcance los comerciantes) que proporcionarán corriente de aire natural para mitigar

el ambiente al interior, asimismo contará con vigilancia²⁰ y luminarias al exterior que favorecerán a los comerciantes y usuarios de manera más significativa durante los cambios de horario. De esta manera se espera a contribuir a la revitalización de la imagen urbana del municipio.

A continuación, se muestra el render²¹ con la propuesta de rehabilitación para los locales, la idea es lograr una homogenización de todos los locales al interior del mercado municipal “Riva Palacio” con el objetivo de lograr una percepción e imagen de seguridad de esta manera se pretende también lograr una mayor participación social logrando más afluencia de usuarios, lo que impactaría de manera directa en la economía local municipal.

Imagen No. 4 Rehabilitación INTERNA del Mercado Municipal “Riva Palacio”.



Fuente: Elaboración Propia con Base a los programas Revit y 3d Max.

Homogenizar el interior del mercado municipal es decir los locales y modernizarlos sin perder la esencia tradicional que los caracteriza con el objetivo de darle una nueva y diferente visualización que haga sentir a los comerciantes cómodos dentro

²⁰ Para poder llevar a cabo la vigilancia del mercado municipal es necesario la participación del cuerpo de seguridad pública del municipio.

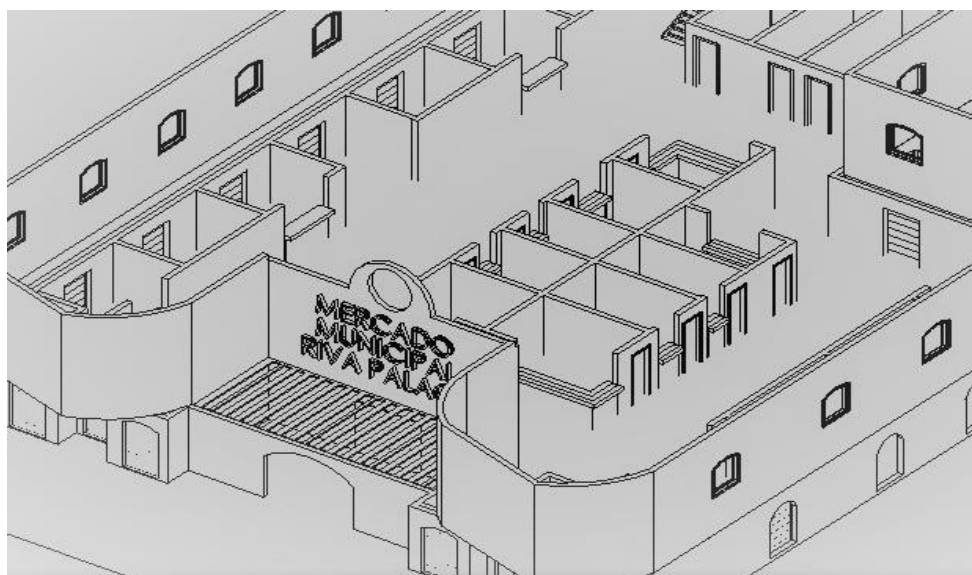
²¹ La propuesta solo muestra la parte baja del mercado, en ambos pisos el diseño de los locales es el mismo.

de su zona de trabajo y a los usuarios seguros para adquirir sus productos de la canasta básica. Los locales están diseñados de manera estratégica; se puede observar que su mayor distintivo es una puerta de acceso, eso para dignificar la zona de trabajo y ofrecer una sensación de seguridad así como un pequeño espacio tipo ventana, en donde se colocarán los productos de esta manera se evita que estén en contacto directo con el piso o bien que se obstruyan los pasillos con mercancía.

Recordando que en la actualidad hay un déficit de locales se pretende aprovechar de manera eficiente el espacio del cual ya se dispone actualmente en la planta baja, y hacer el máximo uso de la construcción del segundo nivel para satisfacer la demanda requerida y poder dar paso a una zona de comida, lo que se traduce en nuevas fuentes de empleo.

Por todo lo anterior, la presente tesina pretende sensibilizar a los actores involucrados de la importancia de la rehabilitación y ampliación del mercado municipal “Riva Palacio” para, posteriormente ir logrando mayores intervenciones en diferentes espacios y equipamientos urbanos municipales que como se ha mencionado con anterioridad sean económicamente viables y socialmente aceptables.

Imagen No. 5 Rehabilitación EXTERNA-INTERNA del Mercado Municipal “Riva Palacio”.

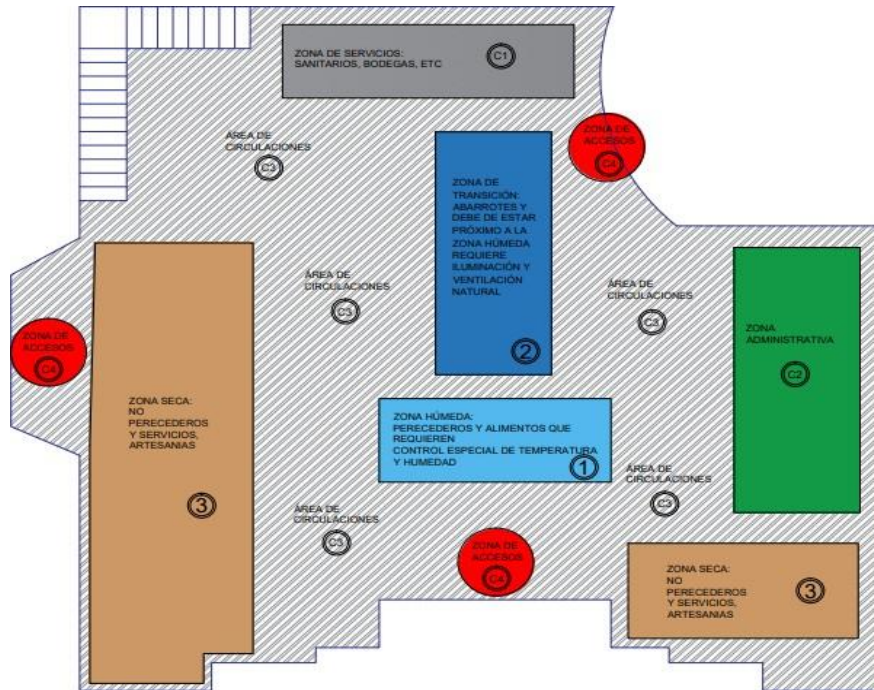
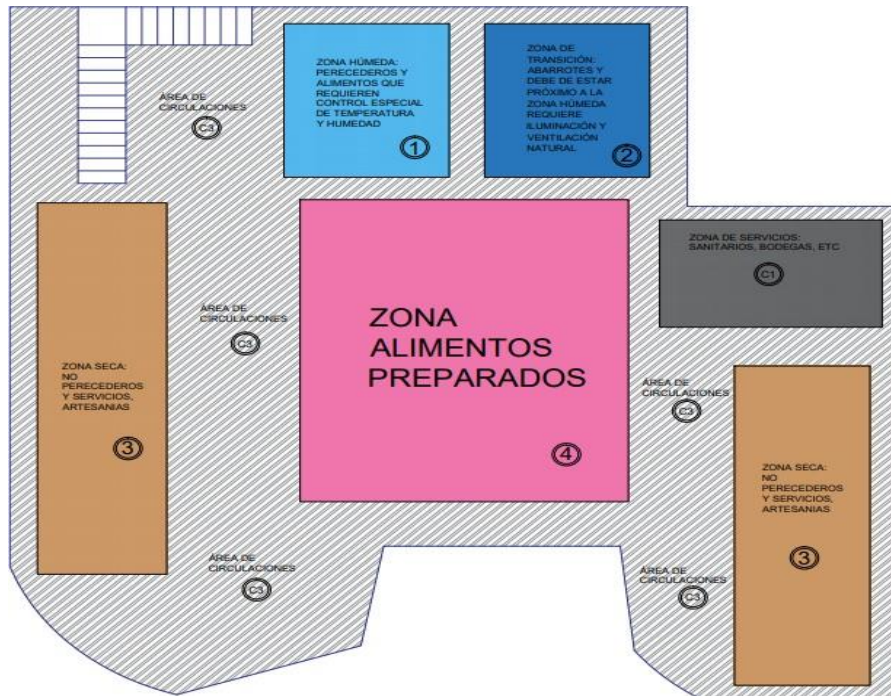


Fuente: Elaboración Propia con Base a los programas Revit y 3d Max.

En la imagen No. 6 Planos de Zonificación del Mercado Municipal “Riva Palacio” (que se presenta a continuación) se observan las diferentes áreas y zonas que se proponen para lograr una mejor distribución de los locales que se encuentran al interior del mercado municipal, así mismo se señala por colores el orden en que deben estar establecidos los locales para lograr un mejor aprovechamiento del espacio.

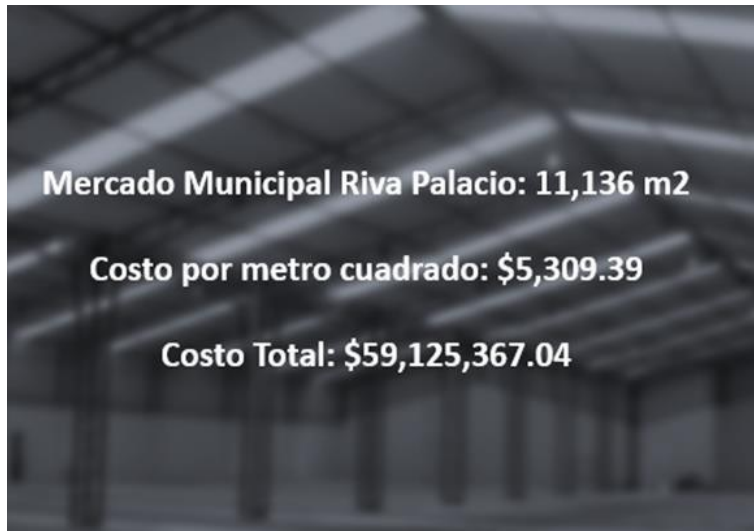
- ✚ Color azul turquesa: Hace referencia a la zona húmeda es decir aquel lugar en donde se deberán ubicar principalmente alimentos percederos.
- ✚ Color azul: Zona de transición, se refiere a la ubicación ideal para abarrotes debido a la iluminación y ventilación natural.
- ✚ Color caqui: Se localizarán alimentos no percederos y servicios artesanales pues no requieren alguna condición especial.
- ✚ Color fuccia: En esta zona se ubican los locales de comida preparada para llevar y/o consumir en las instalaciones.
- ✚ Color gris: se refiere a los sanitarios y bodegas de almacenamiento.
- ✚ Puntos rojos: señalan el acceso a las instalaciones.

Imagen No. 6 Planos de Zonificación del Mercado Municipal “Riva Palacio”



Fuente: Elaboración Propia con Base a los programas Revit y 3d Max.

Imagen No. 7 Costo estimado de la rehabilitación y ampliación del mercado municipal “Riva Palacio”.



El costo de la rehabilitación de la fachada principal y ajustes en la planta baja del mercado municipal “Riva Palacio”, así como la construcción del segundo piso ha sido estimado en aproximadamente **\$59,125,367,04 MXN**.

Es importante mencionar que dicho costo ya lleva implícito el proyecto y la obra en donde se involucran:

- ✚ Los materiales de construcción.
- ✚ Insumos variados.
- ✚ Mano de obra de los diferentes trabajadores involucrados (planificador territorial, arquitecto, albañiles, plomeros, electricistas, herrero o aluminieros, ayudantes generales, etc.).
- ✚ Herramientas diversas.
- ✚ Equipos de seguridad.
- ✚ Utilidades.
- ✚ Gastos extraordinarios directos y/o indirectos de campo y oficina.

El costo por metro cuadrado es de aproximadamente **\$5,309.39²² MXN** tomando en consideración los 11.136 m2 con lo que contaría el mercado municipal por ambos

²² Costo estimado de acuerdo a BIMCOIN.NET/PRECIOS Junio 2020

niveles, cabe aclarar que dicho costo es únicamente por la rehabilitación externa e interna, es decir, aún no se considera el costo de los diferentes mobiliarios a utilizar.

Tabla No.11: Impactos Positivos y Negativos de la Propuesta de Rehabilitación del Mercado Municipal “Riva Palacio”.

Impactos Positivos	Impactos Negativos
<p>Se impulsará la economía local generando mayor número de empleos temporales y fijos.</p>	<p>Durante la etapa de desarrollo de la propuesta, se trasladarían temporalmente a los comerciantes a un lugar seguro para que continúen comercializando sus productos, podrían verse afectados debido a que la población podría comprar sus productos en otro lado para no tener que desplazarse larga distancia.</p>
<p>El aumento de circulación económica entre comerciantes y usuarios, asimismo el municipio también sería beneficiado con la recaudación de impuestos de los nuevos locales instaurados en la planta alta.</p>	<p>La actividad económica se verá afectada durante los trabajos a realizarse y aun así deberán pagar por hacer uso del espacio en donde comercian sus productos.</p>
<p>Accesibilidad a programas públicos federales para la operación de la propuesta.</p>	<p>Los trámites necesarios para poder acceder a algún programa de índole federal podrían resultar engorrosos, sin tomar en cuenta que existe toda una serie de reglamentos para poder enlistarse, lo que repercutiría en la desesperación por parte de la administración pública en turno.</p>
<p>Creación de empleos temporales.</p>	<p>Los empleos temporales que puedan generarse durante los trabajos de rehabilitación son solamente por un periodo determinado.</p>
<p>Mayor participación social, que se verá reflejada en un aumento de comerciantes (considerando la ampliación del segundo nivel en el mercado) y de usuarios.</p>	<p>El mercado seguirá sin contar con un estacionamiento, asimismo tampoco dispondrá de una zona de carga y descarga propia del mercado, debido a que el espacio es insuficiente para incorporar ambas secciones, en la actualidad también es insuficiente para cubrir el déficit de los locales y otras áreas faltantes.</p>

4.5 CATÁLOGO DE MOBILIARIO

El siguiente catálogo general de mobiliario se presenta de acuerdo al listado del apartado 4.4 denominado estrategias, con la idea de mantener el orden establecido respecto a lo que se pretende proponer.

Otro tipo de mobiliario interno:

Se presenta a continuación mobiliario propuesto para el interior del mercado municipal, el cual estará distribuido de manera estratégica en todo el mercado municipal.

Imagen No.8 Banca interior.



- Asiento y descansabrazos cómodos y contorneados.
- Acabado pulverrevestido resistente a la intemperie.
- Fabricación con barras de acero de uso pesado.
- Tornillería de instalación para la banca incluida.

Tabla No. 12 Características de la Banca.

Modelo	Tamaño (largo x ancho x alto)	Peso (lbs)	Precio Unitario	Total de bancas	Precio Total
H-7930BL	72 x 25 x37"	255	\$19,560	15	\$293,400 ²³

Fuente: Elaboración Propia con base a UNLINE.

²³ Este costo no incluye ensamble.

Imagen No.9 Contenedor de Residuos sólidos.



- ✚ Fabricado en polietileno de media densidad, gran resistencia a golpes y roturas.
- ✚ Diseñado para uso rudo, protección a los rayos UV.
- ✚ Cuenta con 2 tapas más amplias lo cual evita la salida de malos olores y focos de infección.
- ✚ Lleva 2 brazos laterales de levantamiento para ayudar en el vaciado.
- ✚ Esquinas redondeadas en el interior, 4 ruedas giratorias de 8" de diámetro.

Tabla No. 13 Características de Contenedor.

Capacidad	Peso (kg)	Tamaño (largo x ancho x alto cm)	Precio Unitario	Total de contenedores	Precio Total
1,900 l.	112	202.0 x 122.0 x 138.0	\$16,569	6	\$99.414 ²⁴

Fuente: Elaboración Propia con base a ALVEO.

Imagen No. 10 Macetero Hobby Flower-



- ✚ Hidro jardinera de riego automático.
- ✚ Colección: Steel.
- ✚ Acabado mate y brillante.
- ✚ Fabricada con acero inoxidable.
- ✚ El sistema de auto riego permite rellenar el depósito cada 4 meses y regar la planta 1 vez al mes.

²⁴ Al costo neto pagado se le debe agregar 16% de IVA.

Tabla No.14 Características de Macetero.

Accesorios	Modelo	Apto para	Tamaño (altura x ancho x largo cm)	Precio Unitario	Total de maceteros	Precio Total
Auto riego	Cuadrado	Interiores	35 x 35 x 35	\$4,710	15	\$70,650 ²⁵

Fuente: Elaboración Propia con base a Hobby Flower.

Otro tipo de mobiliario interno para la oficina administrativa:

Imagen No. 11 Escritorio Delta Caoba.



- ✚ Melamina de ensamble rápido por medio de ganchos macho/hembra.
- ✚ Cantos protegidos con chapacinta de pvc de 1mm de espesor
- ✚ Tubular de 2x1 en Cal. 20.
- ✚ Regatón nivelador de plástico polipropileno blando.
- ✚ Tapón plano de plástico polipropileno. Corredera de 30cm.
- ✚ Lámina Cal. 22 tubular de 2x2 pulgadas,
- ✚ Melamina termo fusionada de 19 mm de espesor.
- ✚ Pintura epóxica texturizada
- ✚

Tabla No. 15 Características de Escritorio Delta Caoba.

Tamaño (alto x ancho x frente cm)	Precio Unitario
75 x 120 x 120	\$4361.50

Fuente: Elaboración Propia con base a Todooficina.

²⁵ No incluye planta.

Imagen No. 12 Silla Semi-ejecutiva.



- ✚ Asiento tapizado en tela y respaldo en mes negro con espuma moldeada y extra espesor.
- ✚ Brazos y respaldo ajustables metálicos.
- ✚ Mecanismos de doble función (Ajuste de altura y ajuste de bloqueo de inclinación de respaldo).
- ✚ Rodajas de polipropileno de alta resistencia 50 mm.

Tabla No. 16 Características de Escritorio Delta Caoba.

Tamaño (ancho x profundidad x altura de piston bajo x altura de piston arriba x asiento profundidad x respaldo cm)	Precio Unitario
65.5 x 58 x 86.5 x 96 x 50 y 52.5 x 50	\$2,495

Fuente: Elaboración Propia con base a Todooficina.

Tabla No. 17 Otros accesorios y servicios

Concepto	Precio Unitario
Archivero	\$3,969
Laptop Hp 240 G7	\$4,939
Telefonía e internet	\$399 ²⁶
Multifuncional Hp 2515 (impresora, escáner y fotocopiadora)	\$830
Material de Papelería (lápices, hojas, diurex, engrapadora, etc.)	\$1,396 ²⁷
Lector de tarjetas bancarias	\$1,799.40

Fuente: Elaboración Propia con base a Mercado Libre.

²⁶ Costo al mes

²⁷ Costo de la primera compra, se necesita volver a adquirir cada que se termine.

Otro tipo de mobiliario interno para el área de servicio médico básico:

Imagen No. 13 Juego de Consultorio Art con Báscula.



- ✚ Mesa de exploración con puertas corredizas y banco cromado giratorio.
- ✚ Báscula con estadímetro Bame de 160 Kg.
- ✚ Vitrina médica con vidrio, cajón central y puerta abatible.
- ✚ Gabinete médico con puerta y cajón.
- ✚ Bote banco basurero con pedal.

Tabla No. 18 Características Juego del Consultorio Art con Báscula.

Concepto	Precio Unitario
Juego de Consultorio Art con Báscula ²⁸ .	\$8,290 ²⁹

Fuente: Elaboración Propia con base a Bles Med Mobiliario Médico.

Otro tipo de mobiliario interno para el área de lockers para comerciantes:

Imagen No.14 Lockers para comerciantes.



²⁸ Se solicitará al Protección Civil municipal la donación de un botiquín y medicinas básicas para atender una emergencia.

²⁹ No incluye aún los honorarios del médico, se pretende que esté a cargo de pasantes de enfermería.

- ✚ Asas de pestillo de funcionamiento sencillo y silencioso.
- ✚ Fabricados en acero sólido.
- ✚ Apto para cualquier candado y Rejillas que permiten la circulación del aire.
- ✚ Patas incluidas que agrega 6" de altura.

Tabla No. 19 Características de Lockers para comerciantes.

Modelo	Configuración	No. De Lockers	Dimensiones (ancho x profundidad x alto)	Precio Unitario	Peso (lbs)	Total de Lockers	Precio Total
H-4809GR	Seis puertas 3 de ancho	18	36 x 12 x 72"	\$8,520	141	3	\$25,560

Fuente: Elaborado con base a UNLINE.

Otro tipo de mobiliario interno para el área de sanitarios públicos:

Imagen No. 15 Sanitarios Públicos Femeninos.



Tabla No. 20 Características de Sanitarios Públicos Femeninos.

Taza ³⁰	
Ancho	38.3 cm
Altura de la Taza	40.6 cm
Color	Blanco
Modelo	Wc option
Tipo de Taza	Alargada
Sistema de Descarga	Sencilla
Activador de descarga	Botón
Desalojo	800 g.
No. De Piezas	2
Acabado	Brillante
Válvula de Descarga	Si
Alto	80.5 cm
Largo	80.5 cm
Profundidad	67.2 cm
Material	Cerámica

³⁰ Únicamente se hará referencia a las características de la taza ya que es lo más relevante de los sanitarios.

Peso	44 kg	
Tipo de Altura	Confortable	
Trampa	Expuesta	
Descarga	4.8 l.	
Válvula de Descarga	Si	
Tipo	2 piezas	
Consumo de agua	4.8 l.	
Precio Unitario	Total de Paquetes	Precio Total
\$1,739	12 ³¹	\$20,868

Fuente: Elaborado con base a Home Depot.

Imagen No. 16 Sanitarios Públicos Masculinos.



Tabla No. 21 Características de Sanitarios Públicos Masculinos.

Largo	0.46 cm	
Material	Cerámica	
Peso	14 kg	
Activador de Descarga	Fluxómetro	
Consumo de agua	0.5 l.	
Ancho	0.32 cm	
Color	Blanco	
Sistema de Descarga	Sencilla	
Tipo	1 pieza	
Alto	46	
Precio Unitario	Total de mingitorio	Precio Total
\$2,499	6	\$14,994

Fuente: Elaborado con base a Home Depot.

Tabla No. 22 Características de otros Accesorios.

Juego de mamparas y puertas (12 piezas)	\$30,000
Espejos para baño (12 piezas)	\$5,988
Despachador de papel higiénico ³² (4 piezas)	\$1,520
Jabonera de espuma ³³ (4 piezas)	\$2,756

Fuente: Elaborado con base a Mercado Libre.

³¹ 5 tazas para el sanitario de hombres y 5 para el sanitario de mujeres.

³² No incluye papel

³³ No incluye jabón

4.6 CONCLUSIONES

De acuerdo a la información presentada durante el presente trabajo de investigación se puede mencionar que la rehabilitación del Mercado Municipal “Riva Palacio” se basa en las necesidades y condiciones que actualmente se tienen, como licenciado en Planeación Territorial es imprescindible destacar la importancia que juegan los espacios públicos, especialmente aquellos que fungen como nodo de atracción y concentración socioeconómico en medio de una creciente demanda global, lo cual se puede observar con la implementación de grandes cadenas de centros comerciales que se encuentran distribuidos a lo largo y ancho del municipio.

De acuerdo a las investigaciones de campo que se llevaron a cabo se determinó que no solo es necesaria la rehabilitación de la fachada del mercado municipal “Riva Palacio” sino que también es necesaria su ampliación con un segundo piso, la homologación de los locales, la habilitación y apertura de nuevas áreas: administrativa, médica, lockers, etc. Fue necesario también considerar como un elemento básico la reorganización de las áreas y zonas del mercado para lograr una funcionalidad de acuerdo a lineamientos técnicos que ya han sido mencionados durante el capítulo 1.

Cabe destacar que el mercado Municipal “Riva Palacio” sigue siendo la base económica de diversas familias en el municipio de Tenancingo de Degollado, por ello es preciso cuidarlo y mantenerlo en buen estado, fortaleciendo diferentes medidas (protección civil, sanidad, protocolos de seguridad, etc.) además de lo anterior recordar que el mercado genera comunidad y sentido de permanencia lo cual permite la fortificación del núcleo social.

Para poder determinar lo anteriormente mencionado es necesario recapitular, durante el primer capítulo se abordó el tema de los antecedentes, la justificación y los objetivos de este trabajo, el general y los particulares se cumplieron ya que se evaluó la condición actual del mercado municipal “Riva Palacio” desde un enfoque socioterritorial y económico, asimismo se analizaron las características sociales, territoriales y económicas generales del municipio de Tenancingo lo que permitió a su vez desarrollar un diagnóstico de la situación actual del mercado municipal de tal

manera que se dio paso para realizar una propuesta de rehabilitación en el mercado municipal “Riva Palacio”, mediante la elaboración de diferentes render y planos.

Durante el trabajo de campo no hubo algún tipo de obstáculo para la obtención de la información, al contrario, los comerciantes, usuarios y personal encargado del mercado mostraron una buena disposición a participar de las encuestas, entrevistas y cédulas de observación.

El capítulo dos aborda de manera precisa y concisa el marco conceptual que sustenta el trabajo de investigación dejando en claro cada uno de los conceptos que se abordaron durante el desarrollo con el objetivo de dar a entender de manera clara la propuesta de rehabilitación del mercado municipal.

El diagnóstico municipal y la caracterización de la zona de estudio analizada durante el capítulo tres fue sumamente relevante pues permitió estudiar la dinámica municipal de los indicadores de interés para este trabajo, lo cual permitió también poder realizar la propuesta que guía todo el trabajo de investigación.

Finalmente, en el capítulo cuatro que aborda la propuesta de rehabilitación del mercado municipal “Riva Palacio” dio pauta a reconocer que, si es necesaria la intervención de la administración pública para poder llevar a cabo la propuesta de rehabilitación, asimismo el indicador social juega un papel importante recordando que cualquier obra o intervención debe ser económicamente viable y socialmente aceptable.

Este es el momento en el cual se deben tomar nuevas acciones sobre planificación urbana de los equipamientos, entre ellos los mercados municipales a nivel nacional. Esta tesina tuvo por misión trabajar bajo una nueva y diferente perspectiva cuyas características más destacadas son: el funcionamiento social, económico y de imagen en el mercado municipal “Riva Palacio” ubicado en el municipio de Tenancingo de Degollado en el Estado de México.

ANEXO FOTOGRÁFICO

Foto No. 1: Techado sin orden.



Fuente: Foto propia (01/09/2019)

Foto No. 2: Locales en detrimento.



Fuente: Foto propia (01/09/2019)

Foto No. 3: Residuos sólidos.



Fuente: Foto propia (01/09/2019)

Foto No. 4: Imagen de locales.



Fuente: Foto propia (01/09/2019)

Foto No. 5: Techado.



Fuente: Foto propia (01/09/2019)

Foto No. 6: Amontonamiento.



Fuente: Foto propia (01/09/2019)

Foto No. 7: Pasillos estrechos



Fuente: Foto propia (01/09/2019)

Foto No. 8: Área de comida.



Fuente: Foto propia (01/09/2019)

ANEXO DE RECURSOS DE TRABAJO DE CAMPO



Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Planeación Urbana y Regional

Fecha: _____ Hora: _____

INFRAESTRUCTURA DEL MERCADO MUNICIPAL “RIVA PALACIO”

Concepto	Bueno	Regular	Malo
AL INTERIOR DEL MERCADO – SECCIÓN ADMINISTRATIVA			
Oficina administrativa			
Módulo de informes			
Área de utilería y limpieza			
AL INTERIOR DEL MERCADO – SECCIÓN DE VENTAS			
Comercio seco (abarrotes, misceláneas, simillas, frutas y verduras, etc.)			
Comercio húmedo			
Sección comercial (zapaterías, juguetes, artesanías, etc.)			
AL INTERIOR DEL MERCADO – SERVICIOS GENERALES			
Servicio médico			
Andenes de carga y descarga			
Patio de maniobras			
Bodegas			
AL INTERIOR DEL MERCADO – ASPECTOS GENERALES			
Afluencia de usuarios			
Zonificación de locales			
Imagen (diseño arquitectónico)			
Pavimentación			
Vigilancia			
Sanitarios			
Guardarropas			
Limpieza			
Recolección de Residuos sólidos			
Accesibilidad universal (plataformas con pendientes prolongadas y rampas)			
Filtración de luz natural			
Calidad del enjarre ³⁴			

³⁴ Mezcla que se aplica sobre muros o paredes para darle un acabado “perfecto” garantiza resistencia, durabilidad y estética a la construcción arquitectónica.

Pintura en muros

DOTACIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS

Agua

Alcantarillado y Drenaje

Energía Eléctrica

AL EXTERIOR DEL MERCADO

Vigilancia

Disposición de residuos sólidos

Alumbrado público

Primera percepción del mercado

Pintura en muros

Transporte público

Casetas telefónicas

Impermeabilización en azotea

Cajones de estacionamiento propios

Fuente: Elaboración Propia

Se consideró pertinente la aplicación de encuestas a comerciantes y usuarios y una entrevista³⁵ a personal administrativo en turno a cargo del mercado, con el objetivo de conocer su perspectiva sobre la situación actual en el que se encuentran inmersos.



Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Planeación Urbana y Regional

ENCUESTA A USUARIOS Y LOCATARIOS PARA SUSTENTAR LA PROPUESTA DE REHABILITACIÓN EN EL MERCADO MUNICIPAL “RIVA PALACIO”

Sexo: Femenino _____ Masculino _____

Rango de Edad de 15-25 años ____ 26-36 ____ 37-47 ____ 47-57 ____

El objetivo de la presente encuesta es conocer la percepción de usuarios y locatarios-vendedores respecto a la situación actual del mercado municipal “Riva Palacio” así como para saber que necesidades son de mayor importancia para la población y se puedan atender en el mediano o largo plazo.

Favor de responder las siguientes preguntas:

1.- ¿Ud. Reside en el municipio de Tenancingo?

SI ____ NO ____

2.- ¿De qué población viene a comprar a este mercado?

³⁵ La entrevista fue grabada por lo que solo se presentan las preguntas que se realizaron.

3.- ¿Le gustaría tener un mercado en buenas condiciones y de mayor variedad de productos en Tenancingo?

- Si
- No

4.- ¿Cómo se traslada al mercado?

- Caminando
- Transporte Público
- Vehículo propio
- Otro especifique: _____

5.- ¿Cuánto tiempo tarda en trasladarse?

- 15 minutos
- 30 minutos
- 60 minutos
- Más de una hora

6.- La frecuencia de sus compras son:

- Todos los días
- Una vez por semana
- Cada 15 días
- Otro especifique: _____

7.- ¿Por qué elige este mercado para realizar sus compras?

- Cercano a su domicilio
- Calidad en los productos
- Precios en los productos

8.- ¿Que mejoras considera deben hacerse en el mercado?



Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Planeación Urbana y Regional

ENTREVISTA CON PERSONAL ADMINISTRATIVO EN TURNO PARA CONOCER DE PRIMERA INSTANCIA DISPOSICIONES GENERALES DEL MERCADO MUNICIPAL “RIVA PALACIO”.

La presente entrevista se desarrolla para indagar en aspectos específicos en función al correcto funcionamiento del mercado municipal “Riva Palacio” con el objetivo de determinar cuáles son los aspectos que son más susceptibles a potenciar y de esta manera lograr que la información se relacione y sustente la propuesta de rehabilitación.

Favor de responder las siguientes preguntas:

1.- En materia de disposiciones generales.

¿Existe algún reglamento que regule las actividades que se desarrollan dentro del mercado municipal “Riva Palacio”?

¿Todos los locales cuentan con licencias sanitarias y de funcionamiento?

2.- De la prestación del servicio.

¿Cuál es la forma en que se administra el mercado, es decir cuál es su organigrama administrativo al interior del mercado municipal “Riva Palacio”?

¿Cómo están divididas las instalaciones para el buen funcionamiento del mercado municipal “Riva Palacio”?

¿Qué otros servicios se prestan además de ser el único mercado municipal del que se tiene registro que es considerado de abasto de artículos de primera necesidad?

3.- De las obligaciones de los usuarios

¿Existen condiciones o disposiciones que tanto usuarios y compradores deban seguir? ¿Cuáles son?

4.- De la asociación entre comerciantes.

¿Existe algún patronato o alguna otra forma de organización al interior del mercado municipal “Riva Palacio” por parte de los vendedores? ¿Cuál es esa organización?

5.- De los permisos y licencias.

¿Cuál es el procedimiento de rutina para poder ser vendedor en este mercado municipal?

6.- De las prohibiciones

¿Existen prohibiciones para vendedores y para usuarios? ¿Cuáles son?

8.- De las controversias

¿Se han dado en los últimos 5 años algún tipo de controversias o discusiones entre vendedores? ¿Por qué? ¿Cuál es el medio que tienen para dar una solución oportuna?

¿Existen sanciones leves y/o graves para vendedores y para usuarios? ¿Qué acciones hacen que los vendedores y usuarios puedan hacerse acreedores a algún tipo de sanción?

BIBLIOGRAFÍA

SITIOS WEB

Administración 2019-2021. (2019). Plan Municipal de Desarrollo Urbano de Tenancingo. febrero 11, 2020, de Secretaria de Desarrollo Urbano y Metropolitano
Sitio web:
http://seduv.edomexico.gob.mx/planes_municipales/Tenancingo/DPUtngo.pdf

Administración Pública 2019-2021. (2019). Gaceta. Bando Municipal de Tenancingo. febrero 11. 2020, de Periódico Oficial del Gobierno Municipal de Tenancingo
Sitio web:
<https://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/do/bdo2019/bdo090.pdf>

Alanís R.(2012). Fuentes Documentales para el Estudio de la Administración Pública del Estado de México (1968-2010): El Caso del Archivo General del Poder Ejecutivo. enero 22, 2020, de Sistema Estatal de Documentación del Estado de México
Sitio web:
https://www.ipomex.org.mx/recursos/ipo/files_ipo/2012/20/6/af8d137a94348a744e8b5d8ec9686b68.pdf

Ávila, O. (2019). Los mercados públicos. enero 22, 2020, de Periódico Electrónico La Razón Sitio web: <https://www.razon.com.mx/opinion/los-mercados-publicos/>

AVQ Consultoría Integral, S.C. (s/f). Estudio para el Desarrollo de un Esquema de gestión para Centros de Abasto en México. enero 24, 2020, de VQ Consultoría Integral,
S.C Sitio web:
<http://www.siam.economia.gob.mx/work/models/Prologya/Resource/2/1/images/EstudioparaelDesarrollodeunEsquemadeGestionparaCentrosdeAbastoenMexico.pdf>

Blog de Noticias del Sector de la Valoración e Inmobiliario. (2011). Más allá del Valor. enero 24, 2020, de Sociedad de Tasación Sitio web: <https://www.st-tasacion.es/es/mas-alla-del-valor/comercio-de-barrio.html>

De la Torre A. (2017). El tianguis: lugar de encuentro prehispánico y de creación de identidad. enero 23, 2020, de Más de MX Sitio web: <https://masdemx.com/2017/02/tianguis-origen-prehispanico-historia/>

El Informador. (2018). Proyectan 60 millones para mejorar mercados en 2019. febrero 12, 2020, de Unión Editorialista Sitio web: <https://www.informador.mx/Proyectan-60-millones-para-mejorar-mercados-en-2019-l201812220001.html>

Encontro Luso-Brasileiro de Reabilitação Urbana. (s/f). Carta de Lisboa sobre a Reabilitação Urbana Integrada. febrero 14, 2020, de Encontro Luso-Brasileiro de Reabilitação Urbana Sitio web: https://www.culturante.pt/fotos/editor2/1995_carta_de_lisboa_sobre_a_reabilitacao_urbana_integrada-1%C2%BA_encontro_luso-brasileiro_de_reabilitacao_urbana.pdf

Facultad de Arquitectura. (Mayo 21, 2010). Problemática actual de los Mercados. Conceptos. Hablemos de la necesidad. enero 21, 2020, de Facultad de Arquitectura Sitio web: <http://zipolartuzin.blogspot.com/2010/05/hablemos-de-la-necesidad-problematica.html>

Gómez M. (2013). El Comercio de Barrio como Espacio de Sociabilidad en Contextos Locales de Migración. ENERO 24, 2020, de Universidad Autónoma de Madrid Sitio web: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S071865682013000200007

(Gómez J. (2016). Establecimiento de comercio y local comercial. Marzo 03, 2020, de Asuntos: Legales Sitio web: <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/establecimiento-de-comercio-y-local-comercial-2430766>)

Haag, H. & Angli S. (1975). El mercadeo de los productos agropecuarios. enero 22, 2020, de El Colegio de la Frontera Sur Sitio web: <http://bibliotecasibe.ecosur.mx/sibe/book/000008386>

Hernández, S. (s/f). Antecedentes del Comercio en México. enero 24, 2020, de Timetoast Sitio web: <https://www.timetoast.com/timelines/antecedentes-del-comercio-en-mexico>

(Herrera I. & Alvarado A. (s/f). Comercio y Estado en el México colonial e independiente. enero 23, 2020, de Dirección de Estudios Históricos Sitio web: https://www.estudioshistoricos.inah.gob.mx/revistaHistorias/wpcontent/uploads/historias_24_121-154.pdf)

INEGI. (S/f). Información de México. enero 31, 2020, de INEGI Sitio web: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mex/poblacion/>

LedBox Blog. (s/f). Niveles Recomendados de Iluminación por Zonas. febrero 12, 2020, de LedBox Blog Sitio web: <https://blog.ledbox.es/informacion-led/niveles-recomendados-lux>

López L., Fabiola A. Reyes R. & José de J. (2010). Diagnóstico situacional de seguridad e higiene, en el área de alimentos del mercado Benito Juárez, en el municipio de Chiconcuac, Estado de México. Enero 23, 2020, de Universidad Autónoma del Estado de México Sitio web: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/99788/B.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

López J., Cañada J., Palacios F., Porrás F., Idañez V., & Yañez F. (2006). Plan de Modernización de los Mercados Municipales de Andalucía. febrero 12, 2020, de Junta de Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio Sitio web: <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/22230.pdf>

Musashi. (s/f) Comercio y Ciudad. Mayo 09, 2020, de Musashi. Asesores Consultores Sitio web: <https://musashi.es/comercio-y-ciudad/>

Nieto R. (2013). Programa de Rescata de Espacios Públicos. Lineamientos Específicos para la Operación del Programa. febrero 12, 2020, de Secretaria de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano, Subsecretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda. Dirección General de Rescate de Espacios Públicos Sitio web: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/5749/Lineamientos PREP 2013_24-may-13_.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/5749/Lineamientos_PREP_2013_24-may-13_.pdf)

Oficina de Enlaces con la Secretaria de Relaciones Exteriores. (2013-2015). Perfil Municipal Tenancingo, Estado de México. febrero 11, 2020, de Ayuntamiento Municipal de Tenancingo 2013-2015 Sitio web: https://coordinacionpolitica.sre.gob.mx/images/stories/documentos_gobiernos/Perfiles/ptenancingo.pdf

(Salazar G., Rogel I. & Ocaña F. (2010). Nueva ruralidad: configuración socioterritorial a partir de la reestructuración económica en la cabecera municipal de Malinalco, Estado de México. (1990-2010). enero 24, 2020, de Universidad Autónoma del Estado de México Sitio web: <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/62650>).

SEDESOL. (s/f). Mobiliario Urbano SEDESOL. Junio 09, 2020, de SEDESOL Sitio web: <https://es.scribd.com/document/378787056/Mobiliario-Urbano-Sedesol>

Serrano E. (s/f). Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. enero 31, 2020, de Estado de México Sitio web: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15088a.html>

Sin Dato. (s/f). La Administración de Mercados y Centrales de Abasto. febrero 10, 2020, de SIN DATO Sitio web: http://www.inafed.gob.mx/work/models/inafed/Resource/335/1/images/guia14_la_administracion_de_mercados_y_centrales_de_abastos.pdf?fbclid=IwAR0VgEXthC4Ib77KR5E5t1a9wy26kBwr9tj2-QIPRGgSQHN6qCTTqtpullg

Sistema Nacional de Información Municipal. (s/f). Descarga de Base de Datos. enero 31, 2020, de Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal
Sitio web: <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Sistema Normativo de Equipamiento Urbano. (s/f). Tomo III Comercio y Abasto. enero 21, 2020, de Secretaria de Desarrollo Social Sitio web:
<http://cdam.unsis.edu.mx/files/Servicios%20publicos%20municipales/4%20Mercados/Sistema%20Normativo%20de%20Equipamiento%20Urbano%20SEDESOL.pdf>

Soto R., Ocaña F. & Rogel I. (2015). Tesina: Propuesta de Rehabilitación de espacios públicos del Centro Histórico de Zinacantepec. Febrero 12, 2020, de Universidad Autónoma del Estado de México Sitio web:
<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/49426/UAEM-FAPUR-TESINA-SOTO%20c%20RICARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Unidad de Microrregiones. (2013). Datos Generales. enero 31, 2020, de Secretaria de Desarrollo Social Sitio web:
<http://www.microrregiones.gob.mx/zap/datGenerales.aspx?entra=nacion&ent=15&mun=088>

Villasana C. & Navarrete A. (2018) Los Primeros Mercados Sobre Ruedas. Enero 23, 2020, de El Universal Sitio web:
<https://www.eluniversal.com.mx/mochilazo-en-el-tiempo/los-primeros-mercados-sobre-ruedas>

Villavicencio R. (2018). Reforma al Artículo 115 Constitucional Fracción III Inciso D que Alude al Comercio Actual sobre los Mercados y Tianguis. enero 23,2020, de Universidad Autónoma del Estado de México Sitio web:
<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/98868/TESIS%20VILLAVICENCIO%20FERN%c3%81NDEZ%20RA%c3%9aL%20ALEJANDRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Consulta de precios para obra Junio-Julio

<https://web.facebook.com/watch/?v=1265352290279504>

LIBROS

Diccionario Enciclopédico Pequeño Larousse Ilustrado. Ediciones Larousse, 1990

FICOCAP (1993) Prototipos de Mercados. Estado de México: Offset Vidal S.A.

Marichal C. (2010). La Economía de la Época Borbónica al México Independiente 1970 - 1850. En Historia económica general de México: de la colonia a nuestros días (173 - 210). México: El Colegio de México.

Núñez, E. (1997). Guía para la Preparación de proyectos de Servicios Públicos. México: Instituto Nacional de Administración Pública, A.C.

López, J. (2001). Tenancingo Monografía Municipal. Toluca, Estado de México: Instituto Mexiquense de Cultura.