



CENTRO DE ESTUDIOS DEMOGRÁFICOS, URBANOS Y AMBIENTALES

La administración de los mercados públicos de Tacubaya en la Ciudad de México y la gobernanza de su mantenimiento como parte del orden urbano del comercio popular

Tesis presentada por
RUBÉN REGALADO ROSAS

Para optar por el grado de
MAESTRO EN ESTUDIOS URBANOS

Promoción 2021-2023

Directora de tesis
Dra. Tiana Bakić Hayden

Lectora de tesis
Dra. Verónica Crossa Niell.

Ciudad de México
Julio, 2023.

Agradecimientos

Escribir las siguientes líneas no es tarea fácil, siempre se tiene la duda y temor de dejar a alguien importante fuera de este acto de gratitud. No pretendo que esto sea una justificación de mis omisiones, sin embargo, todos aquellos y aquellas que por mi descuido no figuren entre estas líneas, sepan que les estoy agradecido, desde lo más profundo de mi corazón.

Comienzo contigo mamá, tienes un lugar destacado en esta tesis e investigación y más que eso, siempre tendrás un lugar destacado en mi vida. Mi luchadora incansable, valiente campeona, guía y luz en estos caminos difíciles de caminar que la vida nos pone. Humilde y sencillo, pero fruto de mi esfuerzo e intereses intelectuales, te dedico este trabajo de investigación a ti; María Eugenia Rosas Sandoval, una mujer que admiro, respeto y amo, una mujer que además de madre ha sabido ser mentora amiga, compañera y confidente. ¡Muchísimas gracias por todo!

A Guadalupe Sandoval Abad, mi abuela querida, el tiempo que hemos pasado juntos sin duda es un tesoro para mí. No dudes que todos los consejos que me has dado en el comedor, en la sala, en el coche o incluso en tus momentos de enfermedad, siempre los llevaré como parte de la escuela más sólida de mi vida, tu apoyo siempre ha sido mucho más que lo que puede recibirse en un colegio; es vital y existencial.

A María de Lourdes Santiago, por su apoyo y compañía en los momentos más difíciles y también los agradables. La forma en la que nuestros proyectos se van realizando, me inspira a ser mejor cada día para juntar fuerzas y hacer algo grande. Te agradezco por tus consejos e ideas en la construcción de este conocimiento académico y de vida, sin tus palabras algunos párrafos de esta investigación seguramente serían muy distintos.

A mis familiares de Puebla, mi tía Esperanza, mi tío Fernando, Eduardo, Guillermo, Alejandra, Fernando, Carlos y Fernanda. Desde lejos pero siempre han estado presentes, los quiero y aprecio mucho.

Al CEDUA y en particular a los profesores del área de Estudios Urbanos y Ambientales. A mi directora la Dra. Tiana Bakić Hayden le agradezco por las clases y las charlas de orientación, he aprendido lecciones sobre la investigación en general. Aprecio mucho los seminarios impartidos, sus correcciones a mi manuscrito y la paciencia para escuchar mis inquietudes —que no fueron pocas—, de verdad ¡muchas gracias! A mi lectora la Dra. Verónica Crossa Niels, por sus atinados comentarios en cada oportunidad que tuvimos de charlar y revisar mi trabajo.

A los y las que faltan: a mi tío Enrique, a la Dra. Ángela Giglia y el señor Luis Santiago. Ustedes han dejado una huella indeleble en mi carácter y formación, su partida dejará por siempre un abismo insondable, pero las enseñanzas, legado y recuerdos se erigen como el más grande monumento de amor, cariño y esperanza.

A Cielo Yolatl, por su atenta lectura y consejos, por sus correcciones y sugerencias, créeme que sin ti este trabajo sería otro y también yo. Además de tu lectura te agradezco el acompañamiento, las enseñanzas en otros ámbitos de la vida, en otros espacios y en otros momentos. Te respeto muchísimo, me pareces una mujer admirable, una gran investigadora. Ojalá podamos coincidir más y compartir muchos más momentos y charlas ¡hagamos camino y caminémoslo! ¡Hagamos investigación! ¡Hagamos ciencia!

A mi estimado Octavio Rivas, de quien aprendí tanto, y de quien sigo haciéndolo, de verdad no me queda más que decirte que también has sido un maestro en mi vida, tus valiosos consejos y los momentos de asesoría también están muy presentes en mí. ¡Qué ganas de seguir caminando juntos!, ¿No sería genial seguirlo haciendo?

A mis queridos y entrañables amigos de la MEU Erick Ferrer, Luis Cebada y Arturo Noyola, los momentos con ustedes en clase, en los cubículos y en los espacios fuera de la institución son invaluable para mí.

Agradezco igualmente al CONAHCYT por su apoyo económico durante los dos años de mi formación como maestro en estudios urbanos, asimismo agradezco a El Colegio de México por brindarme una cantidad inmensa de facilidades tanto en lo administrativo como en lo académico, El Colegio siempre sabe cómo cobijar a quien de la investigación quiere hacer su vida.

A mi estimado y gran profesor Alejandro Zárate, por su mentoría, por su paciencia y la pasión con la que se enfrenta a la difícil tarea de la docencia, le agradezco por su visión y consejos que sin duda habré de llevar a cabo en subsecuentes investigaciones, sus clases, un espacio privilegiado para el debate y la discusión académica al más alto nivel, su pasión por encender los fuegos de las mentes me inspira a dar un poco más de esfuerzo en cada ocasión.

Resumen

Los funcionarios administrativos de los mercados públicos de la Ciudad de México funcionan como traductores de la política pública; traducen los instrumentos, reglamentos y normativas en el lugar en acciones concretas. Esta cercanía con el objeto concreto de la política pública les dota de una capacidad de agencia distinta a la que usualmente se estudia desde algunas perspectivas que analizan a los mercados públicos; las cuales están siempre centradas en los locatarios y agentes gubernamentales de niveles más altos o en macroprocesos de transformación urbana (Delgadillo, 2017; Giglia, 2018; Gasca, 2017; González, 2020; Lacarrieu, 2016).

El objetivo principal de esta investigación es analizar la participación y el peso que tanto locatarios, como burócratas de bajo nivel (en términos de su posición en la institucional), tienen en la implementación de una política pública destinada al mantenimiento de los mercados. Dicha política es conocida como: “Acción institucional para el fomento y mejoramiento de los mercados públicos” la cual corre a cargo de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) de la Ciudad de México en conjunción con las alcaldías y se implementa desde el año 2022.

Se hizo un estudio comparativo entre dos mercados; el primero fue el mercado “Ingeniero Gonzalo Peña Manterola” y el segundo fue el mercado “Tacubaya Becerra”. Se realizaron entrevistas a locatarios, administradores de la SEDECO y a los funcionarios auxiliares administradores de los mercados públicos estudiados. Se utilizó información proveniente del Estudio para la Caracterización de los Mercados Públicos (ECOMP, 2017) para conocer el total de los tipos de giros, de los ingresos y la cantidad de clientes atendidos semanalmente. Se caracterizó el espacio en términos de sus patrones territoriales y de la distribución de unidades económicas en la zona.

Utilizando el enfoque de Michael Lipsky (2010) respecto al análisis de las burocracias a nivel de calle se buscó caracterizar las dinámicas particulares de los administradores para conocer mejor la gobernanza de estos mercados, basándose en diversos autores que tratan el tema (Jessop, 1998; Lascoumes y Le Gales, 2017; Marques, 2013; Villanueva, 2015 y Whittinghan, 2010).

ÍNDICE GENERAL

Agradecimientos.....	2
Resumen.....	4
Índice de cuadros.....	6
Índice de mapas.....	7
Índice de gráficas.....	8
Introducción.....	9
Capítulo 1. El orden urbano y la configuración del espacio público en la Ciudad de México a partir de 1930.....	17
Capítulo 2. Caracterización económica y física de los mercados.....	39
Capítulo 3. La burocracia a nivel de calle en los mercados.....	80
Capítulo 4. La percepción de los locatarios frente a la política pública de renovación, de mantenimiento y la gobernanza de los mercados de Tacubaya.....	104
Conclusiones.....	114
Bibliografía.....	118

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Variables empleadas del cuestionario ECOMP, 2017.....	40
Cuadro 2. Mercados públicos de la Ciudad de México por Alcaldía.....	47
Cuadro 3. Primeras tres categorías para clasificar mercados.....	48
Cuadro 4. Ingreso semanal en el mercado, para los 10 valores más altos.....	49
Cuadro 5. Clientes por semana en el mercado, para los 10 valores más altos.....	50
Cuadro 6. Diez primeros lugares respecto al gasto promedio per cápita semanal en el mercado..	51
Cuadro 7. Mercados con el mayor número de unidades económicas del mismo tipo.....	53
Cuadro 8. Conteo de las principales actividades económicas dentro del mercado Cartagena.....	59
Cuadro 9. Evaluación de las condiciones generales de operación del mercado Cartagena.....	60
Cuadro 10. Conteo de las actividades económicas más comunes en derredor al mercado Cartagena.....	63
Cuadro 11. Conteo de las actividades económicas más comunes en el área de influencia del mercado Tacubaya.....	71

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1 Áreas teóricas propuestas por el SNEU.	42
Mapa 2. Teselación de Voronoi, constreñida al radio de influencia recomendado por el SNEU para ambos mercados.	43
Mapa 3 Área de influencia de ambos mercados.....	44
Mapa 4. Áreas de influencia de los mercados Cartagena y Tacubaya, respectivamente.....	45
Mapa 5 representación del gasto promedio per cápita semanal en el mercado por cuartiles.....	53
Mapa 6. Población en el área de influencia del mercado Cartagena.	61
Mapa 7. Usos de suelo en las áreas de influencia de los mercados.....	65
Mapa 8. Población en el área de influencia del mercado Tacubaya.	73
Mapa 9. Concentración de las unidades económicas en derredor al mercado.	74

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Distribución de los mercados por ingreso semanal.....	50
Gráfica 2. Distribución de los mercados con respecto al promedio de clientes a la semana.	51
Gráfica 3 Distribución de los mercados respecto al gasto per cápita semanal en el mercado.	52
Gráfica 4. Distribución de giros al interior del mercado Cartagena.....	59
Gráfica 5. Actividades económicas más comunes en derredor al mercado Cartagena.	63
Gráfica 6. Conteo de usos de suelo en el área de influencia del mercado Cartagena.	66
Gráfica 7. Distribución de giros al interior del mercado Tacubaya.	71
Gráfica 8. Conteo de actividades más preponderantes en la zona N= 415.	75
Gráfica 9. Conteo de usos de suelo en el área de influencia del mercado Tacubaya.	77

Introducción

Aquella tarde del 19 de septiembre de 2017, nadie podía imaginar que la tierra volvería a temblar como ese mismo día hacía 32 años, tan improbable como suena, el sismo se repetía. Mientras tanto, al sur de la ciudad, en el mercado de Xochimilco el aceite hirviendo en los comales cóncavos se agitaba con un vaivén desbordante, como una erupción volcánica en miniatura, lanzando salpicaduras abrazadoras en todas direcciones. Las botellas vacías de refresco, caían con estruendo y estallaban al impactar el suelo. Los agudos gritos resonaban en medio de luminarias que se balanceaban y paredes que oscilaban como la piel de una bestia antigua. Aquel edificio imponente, parecía cobrar vida, crujía liberando polvo y piedras en un estremecedor espectáculo, evocando la boca de un vestiglo rugiente dispuesto a devorarnos.

Realizaba encuestas en aquel bullicioso mercado cuando, de repente, una sensación fugaz me invadió: el temor de que el techo o las paredes se desplomasen sobre mí. La muerte, como la máxima posibilidad de mi existencia, parecía acercarse velozmente. Sin embargo, mi cuerpo mortal se resistió, se movió con voluntad propia, se activó el instinto de supervivencia y sin pensarlo dos veces, me lancé a sortear los vidrios rotos y el aceite que caía al suelo. Afortunadamente el mercado resistió, entre empujones y aglomeraciones, todos logramos salir ilesos. Ese mismo día, supe que edificios más nuevos y “modernos” habían colapsado cobrando las vidas de quienes los habitaban. Mientras salía, rememoro la pesadez que sentí, como si algo me arrastrara hacia el interior del mercado. Al estar a salvo, noté que era una señora quien, —cual rémora aferrada— se sujetó a mi mochila. Juntos, emergimos de ese torrente tumultuoso de vendedores y marchantes. Sus ojos dos luceros llenos de la emoción única de sobrevivir, me miraron mientras soltaba una risita nerviosa y me dijo: “Ay, joven, disculpe que me andaba colgando de usted, ¡pero muchas gracias! Ya me andaba cayendo. ¡Ay, mire! Ni pagué mi quesadilla, ahorita vengo”. En ese instante, una locataria nos escuchó y le advirtió “No vayas, seguro hay fugas de gas, es peligroso”. Justo en ese momento, su hijo salía del mercado, llevando una bolsa repleta de panes. La entregó a la locataria, quien nos ofreció uno “para el susto”.

No sé si fue la euforia de estar vivo, pero aquel bolillo y los momentos de comensalidad improvisada, de camaradería espontánea, me brindaron un consuelo profundo. Sin duda alguna, puedo afirmar que ese instante se encuentra entre los más bellos y memorables que puedo evocar. En ese día, experimenté un afecto sincero hacia los mercados y sus habitantes. Más que nunca,

comprendí la importancia crucial del mantenimiento de estos espacios urbanos a los que acuden diariamente miles de personas para abastecerse y comerciar. En ese momento, todas las recomendaciones de protección civil, todos los simulacros, todas las medidas de seguridad —a veces ignoradas— y todas las quejas que había escuchado de los locatarios sobre el mantenimiento y conservación de la infraestructura de los mercados cobraron sentido.

Los mercados públicos son lugares esenciales para la vida urbana en diferentes sentidos. Por un lado, la mayoría fue construida en el siglo XX como parte de una política para asegurar el abasto de productos básicos a precios accesibles de la población urbana (Torres, 1999: 99; Mejorada, 2005: 152-153). Por otro lado, la construcción de los mercados fue parte de un esfuerzo por ordenar el territorio urbano, sobre todo el comercio en la vía pública que se consideraba como un gran reto para la ciudad “moderna” (Barbosa, 2008; Meneses, 2011; Bleyntat: 2021; Azalia: 2023). Podemos ver, entonces, que los mercados cumplen con importantes funciones y se construyeron para atender a diferentes problemas urbanísticos y sociales. En este sentido, los mercados tienen funciones heterogéneas, y se vinculan con el entorno urbano de diferentes maneras, dependiendo de la colonia donde se encuentran (Giglia, 2018). En algunos casos, estos son tan antiguos como los barrios donde se asientan, en otras ocasiones modifican la oferta económica y las dinámicas del habitar de sus alrededores. Los mercados permiten articular la producción y la distribución de los alimentos dentro de las ciudades y con ello, se ha creado una red de distribución que permite abaratar los costos de los alimentos y que favorece la creación de tejido social (Torres Salcido et al., 2015).

En medio de los procesos de remodelación y renovación de estos espacios, el interés principal de esta investigación es aportar elementos que den cuenta de la importancia que tienen distintos actores (administradores, jefes de mercados y locatarios) en la implementación de la política pública destinada a su conservación. Los 336 mercados públicos son parte del equipamiento urbano, espacios destinados a la comercialización de bienes y servicios, principalmente la venta de mercancías de la canasta básica alimenticia. Aunque los mercados son públicos en el sentido de ser propiedad del Estado, los comerciantes que trabajan dentro, vendiendo productos son actores privados que obtienen el derecho de usufructo en estos espacios por determinados periodos de tiempo. De esta manera, los locatarios de los mercados establecen una relación constante con el gobierno local bajo la forma de diferentes normas y ordenamientos que tienen su expresión en la concesión que se formaliza con el documento conocido como cédula de empadronamiento.

Es en los últimos años del siglo XX que los mercados públicos de la ciudad han sufrido un deterioro en términos infraestructurales como de su relevancia respecto al abasto urbano (Delgadillo, 2016: 58). No obstante dicho abandono y deterioro, estos lugares se han posicionado como un tema importante en la agenda pública, como ejemplo de ello baste nombrar la forma en la cual a partir del año 2013 la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) impulsó junto con las Alcaldías de la Ciudad de México, proyectos de remodelación y renovación de estos espacios.

Pero es hasta el año 2022 y con la publicación en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México del “Acuerdo por el que se da a conocer el programa para el fomento y mejoramiento de los mercados públicos de la Ciudad de México, que tal política cobró más fuerza. Dichas iniciativas están basadas en reconocer la importancia de los mercados como centros de abasto, de valor histórico y de su contribución a la identidad urbana. Además se busca subsanar los desafíos relacionados con el deficiente estado de conservación que enfrentan la mayoría de ellos.

Este programa se distingue por su carácter inclusivo, involucra tanto a las Alcaldías como a los propios mercados y su propósito principal es atender las necesidades de infraestructura de los mercados, solucionar problemas como techumbres dañadas o drenajes tapados. Una de las características de esta política es la “participación voluntaria”, esto implica que la institución convoca a todas las Alcaldías para que presenten proyectos. En relación al costo total de cada proyecto propuesto se abona un 60% por parte de esta secretaría y el 40% restante corre a cargo de la Alcaldía respectiva (SEDECO, 2022).

Aunque es la SEDECO la encargada de establecer en uno de los apéndices de la convocatoria que mercados son elegibles para la realización de la acción institucional, el proceso de ejecución de los proyectos recae principalmente en la Alcaldía. Esta última se encarga de proponer la constitución de un proyecto conocido como “plan ejecutivo”, el cual, después de ser asignado a una empresa privada, se remite a la SEDECO. A su vez, esta instancia lo deriva al Consejo Económico y Social de la Ciudad de México (CES) para obtener los recursos necesarios.

Una vez que el CES aprueba los fondos, estos vuelven a ser transferidos a SEDECO la cual informa a los locatarios. Estos últimos deberán firmar oficios que demuestren que el proyecto ha sido respaldado al menos por el 70% de ellos. Una vez que se cumplen estos requisitos se hace una petición a través de la Dirección Ejecutiva de Administración y Finanzas para que a nombre de la

Dirección General de Abasto y Canales de Distribución, se haga una petición de recursos a la Secretaría de Administración y Finanzas de la Ciudad de México. Finalmente, los recursos se transfieren a las Alcaldías, y son estas las que deciden si hacen adjudicación directa o licitación para elegir a la empresa constructora y se inician las obras, posteriormente se realiza un seguimiento exhaustivo de las mismas corrigiendo cualquier defecto en caso de que lo hubiere. (SEDECO, 2022: 58)

En esta investigación se realizó un análisis del proceso de implementación de la política que esta destinada a la conservación y mantenimiento de los mercados públicos. Para lograrlo se empleó el método etnográfico, de este modo y a través de una aproximación etnográfica, recopilé experiencias y testimonios de los agentes involucrados en este campo. Uno de los principales hallazgos es la disimilitud en la aplicación de la política de fomento y mantenimiento entre los dos mercados analizados, esto ha creado resultados insatisfactorios en ambos casos. En este trabajo, se argumenta que esto se debe, entre otros factores, a la manera en que los funcionarios que interactúan directamente con los locatarios dentro de los mercados, gestionan de forma particular y en algunos casos discrecional los desafíos que surgen en su interior. Considero que analizar la implementación de esta política pública desde la perspectiva de los actores involucrados en los mercados públicos puede proporcionar una comprensión más profunda de los procesos sociales que determinan cómo establecen acuerdos, crean redes de negociación y apoyo que, en última instancia dan lugar a los arreglos específicos de gobernanza que se pueden observar.

Este trabajo se nutre y contribuye a tres discusiones principales. En primer lugar, trata el tema del neoliberalismo urbano y el papel de los proyectos gubernamentales en la mejora o modernización del espacio público. En segundo lugar, se centra en las transformaciones que experimentan los mercados públicos en sí mismos. Por último, examina cómo los funcionarios del mercado gestionan los recursos y cómo, a nivel microsociedad, también se convierten en actores en la formulación de políticas públicas. Se hablará de manera general de los mercados públicos que son administrados por las Alcaldías de la Ciudad de México y cuyo fomento y programas de mejoramiento quedan a cargo de la Secretaría de Desarrollo Económico, mientras que de manera particular se hablará de dos mercados, el mercado “Ingeniero Gonzalo Peña Manterola” y el mercado “Tacubaya” ambos ubicados en la Alcaldía Miguel Hidalgo, de esta Ciudad de México.

Los mercados seleccionados se encuentran dentro del polígono de actuación de un gran proyecto de renovación urbana llamado “Sistema de Actuación por Cooperación”. Éste proyecto es posible gracias a un instrumento particular creado en 2010, sin embargo, no fue hasta el 2012 que dicho instrumento fue puesto en marcha, estoy hablando del Sistema de Actuación por Cooperación (SAC) el cual está pensado como un mecanismo que facilita a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI) las herramientas jurídicas necesarias para que se de una cooperación entre el sector privado y el gobierno en aras de proveer infraestructura, vivienda, conservación del espacio y servicios públicos.

La localización de estos mercados dentro del polígono de actuación de este instrumento los configura como casos paradigmáticos¹ para indagar las implicaciones socioantropológicas que dichas transformaciones urbanas tienen en las funciones que estos espacios desempeñan para sus habitantes. Este tema resulta relevante para los estudios urbanos, ya que los cambios en el entorno urbano y las prácticas de sus habitantes encuentran una de sus expresiones más significativas en los mercados. Observar estos lugares y sus transformaciones no solo implica examinar la historia del barrio en el que se encuentran, sino también la historia de la ciudad en términos de cambios morfológicos, estructurales y políticos, así como las prácticas de consumo de sus habitantes y la forma en la que los gobiernos gestionan la concurrencia de intereses de diversos actores sobre el espacio urbano.

Organización de la tesis.

La presente investigación se organiza de la siguiente manera: en el primer capítulo se empleó el concepto de *orden urbano* como una herramienta heurística para describir el proceso de expansión experimentado por la Ciudad de México. El concepto es útil a dos niveles y en dos sentidos; en el primer nivel se puede considerar el orden urbano desde una perspectiva sincrónica; en el segundo nivel, desde una perspectiva diacrónica. Además los sentidos del orden urbano abarcan tanto aspectos físicos de la morfología urbana, como sociales.

Es en ese capítulo y con el fin de tratar el tema del *orden urbano reglamentario* que se hará un breve recuento histórico. Esto permite conocer los factores determinantes que han moldeado la

¹ Un caso paradigmático es aquel que muestra rasgos explicativos que permiten establecer mecanismos de falsación a las teorías establecidas y corroborar o señalar la necesidad de su revisión (Flyvbjerg, 2004: 47-48).

morfología urbana en un proceso de interacción entre los usos y las formas en las que se vive la ciudad actualmente. En otras palabras, el objetivo del primer capítulo es el establecimiento de un marco histórico que sirve para comprender el carácter procesual de nuestro objeto de estudio, para lograrlo, se han consultado fuentes bibliográficas que buscan contestar la pregunta que guía la indagación de este capítulo: ¿cómo ha influido la expansión de la Ciudad de México desde principios del siglo XX en la configuración de un orden urbano específico y en los cambios que han experimentado los mercados públicos en términos de su función como centros de abasto y su mantenimiento?

Con base en esta pregunta, el capítulo se estructura en tres partes. La primera parte, de carácter histórico, describe el crecimiento de la ciudad y la formación de un *orden reglamentario* que ha dado lugar a distintos *ordenes urbanos*. La segunda parte examina cómo los espacios urbanos han sido modificados por las nuevas formas del urbanismo neoliberal. Por último, la tercera parte se enfoca en explorar los impactos directos que estas formas de expansión han tenido sobre los mercados públicos.

En el segundo capítulo y mediante la caracterización de la oferta económica, los usos de suelo en derredor a los mercados, las condiciones físicas al interior de estos y finalmente las formas de uso del espacio circundante busco hacer una descripción del área de estudio y del sistema de mercados en donde se insertan mis estudios de caso. En primer lugar, se presenta una visión general utilizando información disponible sobre la oferta de todos los mercados, y posteriormente se enfoca en los mercados de Tacubaya para ofrecer una mirada más detallada.

Para llevar a cabo esta tarea, se ha utilizado la investigación de Leonardo Ramos (2015) como base, empleando una serie de categorías propuestas por el autor² para evaluar los espacios del mercado y los patrones territoriales de la zona. En esta parte del estudio, las preguntas que orientan y dan sus objetivos específicos al capítulo son las siguientes: ¿qué dinámicas económicas pueden observarse en los mercados y su entorno circundante? ¿Qué tipos de usos del espacio pueden ser identificados al visitar estos lugares y cómo reflejan las dinámicas de orden urbano en

² Ver anexo 2

la zona circundante? Y finalmente, ¿cuál es el estado físico observable de los mercados objeto de estudio?

Con el fin de responder estas preguntas, los objetivos específicos de este capítulo fueron los siguientes: En primer lugar, delimitar un área de influencia de los mercados. En segundo lugar; contabilizar el número total de unidades económicas presentes dentro y fuera de los mercados bajo estudio³. En tercer lugar; con el área delimitada, contabilizar y localizar los usos de suelo en estas áreas. Finalmente; mediante recorridos en la zona contrastar estos datos con la observación pasiva que se pudo realizar al hacer recorridos en la zona.

El tercer capítulo se centra en la siguiente pregunta guía ¿cuál es la opinión de los funcionarios de los mercados sobre la implementación de la política de renovación y los proyectos futuros, como el SAC Tacubaya y el propio mantenimiento del mercado? Para responder, se llevó a cabo trabajo de campo en la zona de ambos mercados, se realizaron entrevistas con los administradores de los mercados, funcionarios de la Alcaldía y de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO).

El objetivo fue analizar cómo estos actores se expresan acerca de los programas de renovación de los mercados. En este capítulo se utilizó el concepto de *burocracia a nivel de calle* (Lipsky, 2010) para caracterizar a estos funcionarios.

El cuarto capítulo centra en la mirada en la percepción que tienen los locatarios⁴ acerca de la actuación de los funcionarios, acerca de los proyectos que se están implementando en el mercado, y de las ideas que ellos tienen acerca del uso que sus demás compañeros y los propios funcionarios hacen del mercado. Se realizaron dos entrevistas en el mercado de Cartagena y una en el mercado de Tacubaya, en este capítulo me baso en el concepto de *gobernanza* para entender las relaciones que se hacen en el mercado y la forma en la que estos actores interactúan con otros agentes dentro de esta arena política.

³ Para lograrlo se utilizó información proveniente del Directorio Nacional Estadístico de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI y los datos obtenidos del Estudio de Caracterización de la Oferta de los Mercados Públicos (ECOMP, 2017)

⁴ Ya que algunas opiniones de los locatarios hacen referencia directa al desempeño de los administradores de los mercados he decidido cambiar los nombres para mantener su anonimato.

La exploración de la gobernanza en los mercados públicos como un enfoque para comprender el amplio concepto de orden urbano aún no ha sido abordada. Arturo Ramsés y Martha Olivares (2021) han examinado uno de los aspectos de la gobernanza de los mercados en el contexto de la pandemia por COVID-19, pero su análisis se ha centrado principalmente en fuentes limitadas, como noticias y documentos oficiales relacionados con las estrategias gubernamentales para hacer frente a la emergencia sanitaria. Para comprender cómo se llevan a cabo las políticas públicas de fomento en los mercados públicos de la Ciudad de México, resulta pertinente seleccionar un par de casos de estudio en el que la implementación de la política de renovación o mantenimiento permite vislumbrar las relaciones subyacentes que sustentan un arreglo de gobernanza particular.

Capítulo 1. El orden urbano y la configuración del espacio público en la Ciudad de México a partir de 1930

Este capítulo no pretende ser un relato exhaustivo de la historia de Ciudad de México y sus mercados, no obstante es relevante mencionar algunos aspectos generales que han estructurado su crecimiento y desarrollo urbano desde la primera mitad del siglo XX. En este contexto, utilizaré el concepto de *orden urbano* propuesto por Duhau y Giglia (2008) como un prisma teórico para comprender y analizar dicha descripción, el concepto me permitirá su descomposición en distintos tipos de “luz”. Asimismo, exploraré su relación con los mercados públicos y los efectos que sus transformaciones tienen en términos de las prácticas del habitar de los mercados.

A partir de 1929, la Ciudad de México sufrió cambios significativos. Se modificaron los límites de la ciudad y los municipios de México, Guadalupe Hidalgo, General Anaya, Tacuba, Tacubaya, Mixcoac y Azcapotzalco adquirieron jurisdicción sobre la zona urbana que se encontraba en constante expansión. En contraste, los municipios de San Ángel, Coyoacán, La Magdalena Contreras, Cuajimalpa, Tláhuac, Tlalpan, Milpa Alta, Iztapalapa y Xochimilco permanecieron predominantemente rurales con menos problemas urbanos significativos (Cisneros 1993: 17). Sin embargo, algunos cuestionaron la utilidad de mantener un sistema de gobierno municipal debido a la fragmentación administrativa a pesar de la contigüidad espacial entre estos municipios.

La flamante nueva división municipal prometía solucionar muchos problemas administrativos de forma focalizada, pero no consideraba que muchos problemas eran de conjunto, es decir, la capital estaba viviendo un proceso de expansión y con ella, también se extendían los límites de los problemas compartidos, como el drenaje o saneamiento.

El fenómeno urbano es complejo y requiere un enfoque selectivo para su estudio ya que no es posible abarcar toda su realidad observable. En ocasiones, el desarrollo de la ciudad contemporánea ha sido percibido como caótico y desordenado. Sin embargo, según Duhau y Giglia (2008), esto no es cierto ya que la ciudad está impregnada de diferentes tipos de orden a distintos niveles, aunque a menudo pasan desapercibidos para los habitantes urbanos. El *orden urbano* como un concepto central en el análisis se refiere a la intersección y co-determinación entre distintos tipos de ordenes que operan en la ciudad, entre ellos se encuentran el *orden reglamentario urbano* y el *orden socioespacial*.

El *orden reglamentario urbano* se refiere a los usos legítimos de los espacios públicos, los cuales están supervisados por las autoridades administrativas. Este tipo de orden implica la codificación y regulación de los usos permitidos en dichos espacios, estableciendo horarios específicos, separando usos y prohibiendo ciertas actividades. Un ejemplo de ello es la regulación del trabajo sexual en el espacio público de la Ciudad de México a través de normativas específicas⁵.

Hablar del *orden socioespacial* nos remite inmediatamente a tratar el tema de cómo la organización y el trazado de las ciudades están determinados por una combinación de procesos sociales y características geográficas. La Zona Metropolitana del Valle de México, por ejemplo, tiene su morfología urbana influida por estos factores. Un ejemplo ilustrativo es la presencia de la Sierra de Guadalupe, la cual explica la configuración de un corredor industrial “bicéfalo” que conecta las zonas industriales de Azcapotzalco y Ecatepec (Cruz y Garza, 2014: 37).

El orden socioespacial de una ciudad está estrechamente relacionado con la ubicación y la configuración de sus centros de poder y comercio. Algunas ciudades se establecen en lagos desecados —como la Ciudad de México—, mientras que otras son atravesadas por ríos como Budapest o Londres, e incluso algunas se encuentran en acantilados como Pitigliano en Italia. Factores como los recursos disponibles, la calidad del suelo y los riesgos presentes en el entorno construido también son determinantes en la ubicación y asentamiento de las personas en las ciudades.

En el caso específico de la Ciudad de México, su construcción sobre un lago, las disposiciones impuestas por los conquistadores españoles, los reglamentos para la provisión de servicios y otros elementos relacionados con la organización de la ciudad, nos permiten vislumbrar una parte del funcionamiento de lo que se conoce como *ciudad central*. Se estableció un *orden socioespacial* particular moldeado por las interacciones entre los grupos que competían por asegurar su presencia en el espacio, gradualmente esto condujo a una mayor habitabilidad del lugar.

La ciudad central fue habitada por las clases dominantes, la *estructura social*⁶ se impregnó en la distribución habitacional de la ciudad, de esta forma se erigió un sistema de castas que fue

⁵Rodrigo Meneses (2011) muestra las diversas maneras en las que la autoridad de la Ciudad de México buscó reglamentar y establecer un orden en el centro de la ciudad e incluso en los cuerpos de ciertos de sus habitantes, por ejemplo; en 1926 se creó un programa de inspección médica y de sanidad al que debían someter su actividad las trabajadoras sexuales, así mismo se crearon espacios cerrados para que pudiesen trabajar

⁶ Para Radcliffe Brown la estructura social es la forma en la que las personas de una sociedad se relacionan las unas con las otras y forman un todo complejo, el autor distingue entre estructura y organización, como ejemplo se menciona al ejército, por una parte, tenemos regimientos, batallones y divisiones, los cuales son elementos estructurales que a su vez se dividen en subgrupos que están dados por la graduación de sus miembros, generales,

fundamental para establecer el acceso o exclusión de las personas a los cargos u oficios de la organización social de aquel entonces (Oehmichen, 2001:181-197). Algunos intelectuales de la época colonial como Carlos de Sigüenza y Góngora en una carta titulada “Alboroto y Motín de México del 8 de junio de 1692” pensaron que la ciudad central era una ciudad letrada y que era grande el inconveniente de vivir entre los indios (Apodaca-Valdez, 2021: 71). Pero a pesar de que se intentó excluir a ciertos grupos del espacio, es posible ver cómo su presencia siempre ha sido necesaria pues son primordialmente estos grupos los que comercian y abastecen a la ciudad de todas las mercancías y servicios que necesita. Habrían de pasar más de dos siglos para que la guerra y el hambre dieran las pruebas más contundentes de esta realidad. La conflagración revolucionaria dejó a la ciudad con un vacío de poder que fue llenado de inmediato por una forma autoorganizativa esto es: el comercio en la vía pública (Barbosa, 2008).

La conjunción entre el *orden reglamentario* y el *orden socioespacial* da pie al *orden urbano* el cual se experimenta a nivel individual y colectivo, es el resultado de la negociación entre los ciudadanos y las autoridades en cuanto al uso del espacio. Todavía en la actualidad, podemos observar que el acceso a la zona central de la ciudad sigue siendo restringido por los altos costos de alquiler y la adquisición de vivienda en esa área esto genera un isomorfismo entre la estructura social y la estructura socioespacial de la ciudad, donde el pago de montos significativos es necesario para acceder a un lugar en dicha zona.

Las normas de tráfico, las regulaciones de zonificación y una multitud de reglas pueden ser cuestionadas o incluso ignoradas por los habitantes del espacio con el fin de adaptarlas a sus necesidades. No obstante, el éxito o fracaso en mantener estos usos informales de las reglas está determinado por la posición que ocupan los individuos dentro de la estructura social, ya sea como individuos o como grupos, por su influencia y proximidad a las figuras de poder de la ciudad, como diputados o funcionarios de alto rango, o simplemente por su capacidad económica para pagar multas y seguir adelante con sus proyectos.

Ángela Giglia (2013) examinó cómo los usos del espacio en la Alameda Central de la Ciudad de México se han negociado de manera colectiva con las autoridades. De esta forma entre la

mayores, coroneles, capitanes, tenientes etc. Sin embargo, los coroneles no son un grupo en sí, sino una categoría social dentro del ejército, así mismo los batallones no son un grupo en sí, pero cuando se coordinan cada cual, con actividades específicas, entonces se da la organización social, es así que tendremos batallones de paracaidistas, de artilleros o de infantería. Radcliffe Brown, *El método de la antropología social*, trad. Carlos Manzano, Barcelona, Anagrama, 1975, p.183

negociación de un orden reglamentario y unos determinados usos del espacio es que se crean *microordenes urbanos*. Tiempo después, la autora sostendrá que en el espacio público urbano de la Ciudad de México “la mayoría de las reglas formales se encuentra supeditada a reglas informales, casi siempre tácitas, la más respetada de las cuales es aquella que prevé la negociabilidad y la manipulación de los reglamentos formales según el poder variable de los actores en el juego en las distintas situaciones” (Giglia, 2016: 385).

A medida que los estados crecen en tamaño y necesidades, se evidencia cómo sus mecanismos de gobierno adquieren mayor sofisticación. Estos mecanismos pueden ser considerados como *tecnologías de poder* (Foucault, 2000: 39), y algunos estudios sobre políticas públicas (Meny Yves y Thoening, Jean-Claude, 1987; Le Galès, P. y Lascoumes, P., 2007) destacan que su análisis proporciona una comprensión más clara de las políticas y las intenciones de los Estados hacia sus gobernados. En resumen, la ciudad requiere herramientas que organicen el espacio público y las actividades en su interior. Un aspecto notable y no sorprendente es que el comercio y el abastecimiento de alimentos, fundamentales para las ciudades, se han priorizado de forma constante a lo largo del tiempo. Por lo tanto, el sistema de abastecimiento también ha experimentado un proceso de optimización en términos del ejercicio del poder, tal como se evidencia en el caso de los mercados públicos.

Con la emergencia de subsecuentes sofisticaciones a los reglamentos de mercados y la creación de nueva jurisprudencia, se hace patente que los reglamentos y leyes que gradualmente regularon el comercio en espacios públicos se convirtieron en una base sólida sobre la que el decisor pudo apoyar su actuación. Los comerciantes que operaban en espacios públicos se desarrollaron en un entorno cada vez más regulado por el Estado y conforme éste cobró fuerza y se adentró en la orientación de las conductas de los habitantes, podemos testimoniar la emergencia de un *orden urbano del comercio popular*.

Todo esto apunta a que, el orden urbano refleja la forma en la que se utiliza el espacio y la interacción entre las regulaciones establecidas y los *usos de las reglas* por parte de los habitantes. Existe una compleja relación entre el *espacio vivido*, el *espacio reglamentado*, y el *espacio producido*,⁷ donde los individuos y sus prácticas tienen la capacidad de modificar algunas normas

⁷*Espacio vivido, espacio reglamentado y espacio producido* son conceptos que se pueden rastrear hasta la obra de Henry Lefebvre (2013). Para este autor el espacio es un fenómeno social (2013:86), lo cual implica entenderlo como un ámbito de significación que puede ser interpretado a partir de diferentes códigos según los grupos sociales que lo habitan. La perspectiva materialista de Lefebvre no es determinista, ya que si bien está influenciada por el modo de

o reglamentos que rigen los usos legítimos del espacio. Por ejemplo, los usos de las calles del Centro Histórico de la ciudad han sido largamente disputados por las autoridades y los comerciantes en la vía pública, esto ha producido espacios de negociación y cooperación que abarcan un amplio espectro que va desde lo formal hasta lo informal (Crossa, 2018).

En vista de lo anterior, resulta de particular interés comprender el papel de los funcionarios encargados de implementar las políticas públicas de renovación urbana, de conocer las formas en las que ellos también hacen *usos de las reglas*, específicamente en el ámbito de los mercados públicos. En primer lugar, se proporcionará un breve tratamiento del proceso histórico de regulación e institucionalización de distintos ámbitos de la vida urbana, con especial énfasis en los mercados públicos. Por último, es importante destacar que de esa manera se sientan las bases para tratar lo que autores como Neil Brenner y Theodore Peck (2009) denominan *neoliberalismo realmente existente*, examinaré su manifestación en México, particularmente en la capital y su impacto en las transformaciones de los mercados públicos.

Actualmente podemos asistir a la proliferación de proyectos en la ciudad que buscan renovar sus espacios y explotar los potenciales desaprovechados del suelo, los procesos de renovación urbana en la Ciudad de México no son un fenómeno nuevo; éstos han ocurrido cuando menos desde principios del siglo XIX, con el porfiriato y las élites que buscaban modernizar la traza urbana, sin embargo, a diferencia de lo que ocurre hoy en día, en aquellos años lo que sucedía era que la expansión de la ciudad fue siempre hacia la periferia; ésta incrementó dramáticamente su tamaño en tan solo tres décadas, —entre 1900 y 1930— de 27 137 500 metros cuadrados a 86 087 500 metros cuadrados construidos (Barbosa, 2008: 41).

El tamaño y envergadura de dicho proceso expansivo resulta difícil de imaginar actualmente, baste pensar en la cantidad de escombros que se generaron en aquellos años, fue tal su volúmen que incluso se convirtió en un problema público que el ayuntamiento debió solucionar en 1901 “El

producción y el contexto socioespacial, tiene una relativa autonomía al considerar las luchas que se materializan en las capas de las relaciones sociales. Es decir, el *espacio social* es un producto social precisamente porque no se reduce a una forma impuesta por los fenómenos de la materialidad. Lefebvre se refiere a esto como la “ilusión de la transparencia” (Lefebvre, 2013: 87-88), ya que el espacio puede parecer diáfano, pero en realidad está sedimentado. Es un campo que permite la acción, pero también tienen sus limitaciones. Para este autor el espacio es la materialización de un modo de producción y se desarrolla en diferentes etapas y capas que pueden ser resultado de la colisión o coordinación de fuerzas sinérgicas o divergentes. Esto tiene implicaciones en las relaciones biofisiológicas y en la organización del trabajo. Según Lefebvre, las relaciones simbólicas son clave para mantener la cohesión entre estas capas, para el autor el espacio se entrelaza y se fundamenta en una triada conceptual: en primer lugar, la práctica espacial; en segundo lugar, las representaciones del espacio; y finalmente, los espacios de representación (Lefebvre, 2013:69-74). Esto implica la consideración de lo percibido, lo concebido y lo vivido en relación al espacio.

ayuntamiento destinó en esta primera fase, extendida por dos meses, 25 000 pesos para pagar los costos de esta labor que incluía, entre otros rubros, la contratación de 100 hombres y 80 carros; cada vehículo realizaría 300 viajes con el objetivo de levantar “polvo, tierras y escombros” (Barbosa, 2008: 65).

En 1917 el presidente Venustiano Carranza propuso eliminar a los municipios de la Ciudad y envió una propuesta al Congreso Constituyente, donde sugería sustituir al Ayuntamiento de México con una comisión federal, su argumentación versó sobre todo en el hecho de que era en la capital donde los poderes federales residían y no debería de haber más que esos. Su iniciativa fue desestimada, en parte por la férrea oposición que el diputado Heriberto Jara presentó, su argumentación fue contundente, sobre todo en el punto de que si se pensaba que en la ciudad se tenían que desaparecer los municipios, entonces en cualquier estado de la república también tendrían que desaparecer los municipios que fuesen capital ya que la misma interferencia de poderes sucedería, pero ahora con el ejecutivo estatal (Cisneros, 1993:22).

Pasaron otros 12 años hasta que en 1929 se estableció oficialmente el Departamento del Distrito Federal, definiendo nuevos límites para la ciudad. Como resultado de cambios territoriales y jurisdiccionales, los municipios de México, Tacuba, Mixcoac y partes de los de Iztapalapa, Guadalupe Hidalgo y Azcapotzalco se transformaron en lo que se conoció como el Departamento Central. El doctor José Manuel Puig Casauranc, primer regente del Departamento del Distrito Federal, se dedicó a crear una estructura organizativa y promovió un proyecto de modernización que buscaba mejorar las condiciones de vida de los sectores más pobres a través del deporte y la cultura. En ese escenario, se construyó el Casino Obrero (Cisneros, 1993: 147).

En marzo del mismo año, se fundó el Partido Nacional Revolucionario (PNR) y se intensificó la reorganización estructural y política que daría forma a los espacios y mercados de la ciudad. Es innegable que la institucionalización de la revolución impulsó un proceso de regulación y disciplinarización en varios aspectos de la vida y el espacio urbano. Este proceso refleja el enérgico intento de pacificar el país y crear nuevos mecanismos de control que permitieran ejercer el poder de manera más eficiente, sin depender directamente de la violencia. El presidente Plutarco Elías Calles en su último informe de gobierno en 1928, y lamentando el asesinato de Alvaro Obregon, dijo “se presenta, por último, a la totalidad de la familia mexicana, la oportunidad, quizás única en muchos años, repito, de hacer un decidido y firme y definitivo intento para pasar de la

categoría de pueblo y de gobierno de caudillos, a la más alta y más respetada y más productiva y más pacífica y más civilizada condición de pueblo de instituciones y de leyes” (Calles, 1928: 241).

El país estaba gobernado por excaudillos que con los bríos revolucionarios buscaron hacer una serie de reformas políticas y sociales con miras a catapultar al país hacia la modernidad. En 1930 durante la presidencia de Pascual Ortiz Rubio y bajo la dirección de Carlos Contreras, se aprobó el importante proyecto de la ampliación de la Avenida San Juan de Letrán, donde además de negociar con los dueños de los predios afectados, el gobierno logró que el costo de aquel proyecto fuese financiado 50% por parte de los propietarios, afectados o beneficiados y la otra mitad el gobierno, en esos mismos años la avenida de los Insurgentes se construyó con ayuda de dos batallones de la Secretaría de Guerra y Marina, fueron años en donde el gobierno además de ser un agente activo en la construcción y remodelación de la ciudad también se involucró al punto de adquirir él mismo la deuda de la construcción, para finales de 1933 dicha deuda ascendía a 25 millones de pesos, fue por esas fechas que se remozó y reacondicionaron algunos mercados como el mercado Hidalgo y el de Beethoven (Cisneros, 1993: 54).

En ese mismo año se decretó la Ley sobre la Planeación General de la República, la cual buscó normar la forma en la que la expansión de las ciudades del país se haría, su artículo 18 facultó al ejecutivo de la Unión para expedir los reglamentos necesarios para dotarla de especificidad, esto obligó a muchos municipios y localidades a establecer mecanismos para la coordinación y cooperación respecto a la planificación de la expansión urbana. Estas ideas sobre la planificación urbana en algunos casos significaron la destrucción de mercados para crear una estética y un orden reglamentario que no siempre fue compatible con los usos que los habitantes hacían del espacio, los arquitectos Carlos Contreras y José Luis Cuevas Pietrasanta con su influencia en la elaboración de ésta ley, importaron las ideas imperantes en Estados Unidos e Inglaterra, estos arquitectos fueron influenciados por las discusiones de los congresos del International Housing and Town Planning (IHTPC) cuyo encuentro número XVI tuvo lugar en México (Sánchez Ruiz, 2018: 106).

No solo los arquitectos y urbanistas buscaron establecer las directrices para la construcción y planificación del espacio urbano, es posible ver que las autoridades también estaban intentando normar los comportamientos de los habitantes y ajustarlos a un registro del discurso higienista y de la ciudad moderna, esto propició el avance en la creación de tecnologías específicas para la normalización de las prácticas y usos de los habitantes de la ciudad. Rodrigo Meneses (2011)

mostró las diversas maneras en las que la autoridad de la Ciudad de México buscó reglamentar y establecer un *orden reglamentario*⁸ en el centro de la ciudad e incluso en los cuerpos de ciertos de sus habitantes, por ejemplo; en 1926 se creó un programa de inspección médica y de sanidad al que debían someter su actividad las trabajadoras sexuales de la ciudad, así mismo, se crearon espacios cerrados para que pudiesen trabajar (Meneses, 2011: 57-58).

Hoy entre las calles 16 de septiembre y Simón Bolívar, se alza el edificio de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, donde otrora se asentó el mercado del Volador, su demolición en 1930 evidenció el hecho innegable de que el recurso de apelar a la tradición y los derechos adquiridos, en “tiempos inmemoriales” había perdido su eficacia y pese a los argumentos que recurrían a la donación de los terrenos que Hernán Cortés hizo en favor de los comerciantes; éstos fueron desalojados y la disputa terminó finalmente con su reubicación en la plaza de Mixcalco (Cisneros, 1993: 52).

La forma en la que los comerciantes se distribuyeron a lo largo de la ciudad ha sido descrita en lo que el historiador Mario Barbosa (2008) llamó *rumbos comerciales*⁹ dichos rumbos cumplieron la función de ofrecer a los habitantes de la ciudad todo lo necesario, desde productos del campo hasta mercancías de manufactura y herramientas. Los grupos que comerciaban y trabajaban en el espacio público comenzaron a percibir más que nunca la necesidad de establecer esquemas organizativos más fuertes y que les permitiesen entablar un diálogo —que si bien no sería en condiciones de igualdad— aspiraba a crear contrapesos entre ellos y los gobernantes que planeaban los espacios sin valorar las formas del *habitar*¹⁰ y los *micro órdenes urbanos*¹¹ que los

⁸ Para Duhau y Giglia (2008: 51-59) En el ámbito jurídico es donde se ubica el “orden reglamentario urbano” que establece las regulaciones legales para el uso legítimo de los espacios públicos. Estas regulaciones suelen ser definidas por las autoridades administrativas.

⁹ Para Mario Barbosa los rumbos comerciales son aquellos lugares que históricamente se han constituido como los sitios predilectos para la venta y distribución de las mercancías que han hecho en su mayoría los sectores populares. Estos sitios son utilizados por estos grupos en su mayoría porque se presentaron condiciones favorables como un gran flujo de personas o por que las reglamentaciones y arreglos con las autoridades permitieron ese arreglo (Barbosa, 2006).

¹⁰ El habitar está definido como una de las actividades humanas más fundamentales con respecto al espacio, Duhau y Giglia, retomando el pensamiento de Ernesto di Martino, mencionan que tiene que ver con hacerse presente en el tiempo y el espacio, ser localizable en tiempo y espacio significa además de usarlo, modificarlo y domesticarlo. (Giglia y Duhau, 2008: 23-26)

¹¹ Los microórdenes urbanos responden a los usos de las reglas que las personas hacen en determinado espacio, es decir, los usos se reglamentan y con ello establecen los usos legítimos del espacio, sin embargo esto no quiere decir que esos usos sean los que las personas consideran más adecuados para sus fines y necesidades, a esto existe como respuesta *los usos de las reglas* y de este modo se crean determinados microórdenes urbanos que responden más a la negociación y el debate por los usos legítimos del espacio, Ángela Giglia da ejemplos de esto en la forma en la que la Alameda central fue renovada, los usos que se reglamentaron y los usos que efectivamente se realizaron por parte de las personas (Giglia, 2017)

sectores populares tenían en la ciudad. Los planificadores y gobernantes, ignorando olímpicamente esta dimensión de la experiencia urbana usualmente trabajaron considerando únicamente las ideas que ellos y los consejos consultivos-técnicos tenían acerca de los usos del espacio y las formas en las que la ciudad y su morfología debería de organizarse. Las postrimerías de la revolución fueron años de reajuste, es evidente que los locatarios y comerciantes en la vía pública tuvieron un papel activo en la vida política de la ciudad, como ejemplo, baste recordar cuando en 1932 Abelardo L. Rodríguez, al asumir su cargo como presidente de la república, nombró como regente del Departamento del Distrito Federal al general Juan G. Cabral, sin embargo, diversas asociaciones, incluidas la de locatarios de los mercados públicos y el sindicato de empleados del ramo de pulques —poderosos actores políticos— no estuvieron de acuerdo con dicho nombramiento y su presión obligó al general Cabral a renunciar a la regencia en diciembre de ese mismo año (Cisneros, 1993:41).

Además de las formas de participación no reglamentadas, se implementaron nuevos mecanismos para la representación de los intereses sectoriales de la sociedad. El Departamento del Distrito Federal se organizó a través de consejos consultivos, cada uno de ellos estuvo integrado por los representantes de diversos sectores como fueron; la Cámara de Comercio, los comerciantes minoristas no pertenecientes a la misma, las asociaciones de pequeños industriales, las cámaras industriales y diversas asociaciones como la de las madres de familia, los trabajadores y los empleados públicos y particulares; también estaban incluidas las asociaciones de inquilinos y agrupaciones de profesionales. Se estableció además que las mencionadas asociaciones deberían de contar por lo menos con cien integrantes, y que de no contar o existir, entonces tendrían derecho a participar del consejo aquellas con el derecho a nombrar representantes. Para el departamento central se requerían siete representantes elegidos por el delegado y para las demás delegaciones se requirieron solo cinco (Cisneros, 1993: 32-33).

A lo largo del tiempo, el Estado mexicano ha ido adquiriendo un mayor impulso y regulando las prácticas comerciales. Como resultado, el edificio público-estatal conocido actualmente como *mercado público* ha tomado forma en su configuración actual. En la Ciudad de México los mercados a los que me refiero son administrados por las Alcaldías y su fomento y programas de mejoramiento quedan a cargo de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO). Los mercados tuvieron su mayor crecimiento durante el sexenio de Adolfo Ruiz Cortines, y la regencia de Ernesto P. Uruchurtu, a finales de la década de los 50 (Cisneros, 1993: 147). Es común

encontrar que algunos autores como Cross (1998) caracterizan la política de Uruchurtu como la de un fiero persecutor del comercio en la vía pública, como un “regente de hierro”. No obstante, para Meneses (2011) Uruchurtu fue el cosechador de un largo proceso de transformación de las políticas de regulación del comercio en vía pública en la ciudad –antes que un fiero persecutor del comercio— esta transformación creó un proceso de negociación e institucionalización de esta actividad. (Meneses, 2011: 115). Este proceso de reacomodo, de ensayo y error, que comenzaría su gesta desde 1930, culminó finalmente con la expedición de diversos ordenamientos y reglamentos, algunos de los cuales siguen vigentes hasta la fecha. Algunos de estos son; el *Reglamento del Comercio Semifijo y Ambulante en el Distrito Federal* (1931), el *Acuerdo del 15 de junio de 1934 mediante el que se fijan las Zonas de Mercados* y el aún vigente *Reglamento de mercados de 1951*.

Los cambios en la infraestructura y los proyectos que sirvieron para impulsar el modelo de Industrialización por Sustitución de Importaciones tuvieron un auge durante el sexenio de Miguel Alemán Valdés (1946-1952), se construyeron grandes proyectos de infraestructura vial que conectó a todo el país, por ejemplo; la carretera panamericana Cristóbal Colon –que habría de unir Ciudad Cuauhtémoc, en Chiapas con Ciudad Juárez en Chihuahua—Esta carretera fue una columna que vertebró la modernización del país, conectando aún más el campo con las ciudades.

Este mismo periodo trajo gran bonanza a la Ciudad de México, con ello también se convirtió en un atractivo lugar para la mano de obra que las industrias requirieron en el periodo de 1955-1970. Autores como Duhau y Giglia, (2016: 44) mencionan que este importante movimiento demográfico trajo aparejadas diversas necesidades, una de las más importantes fue la de la vivienda. Sin embargo, las autoridades no pudieron suplir tan masivo requerimiento y muchos de estos sectores optaron por estrategias de autoconstrucción, esto dio lugar a un tipo de ciudad que los autores llaman la ciudad del espacio negociado.

(Duhau y Giglia, 2008: 329), aquella surgida de la informalidad y el asentamiento de estas familias en terrenos con un carácter inicial de irregularidad jurídica; ésta dio pie a la creación de diferenciaciones en la *división social del espacio residencial urbano*¹², esta distinta distribución

¹² La división social del espacio residencial urbano hace referencia a las formas que adopta en el espacio la distribución residencial intra urbana o metropolitana, esta expresión además trae aparejada la de *estructura socioespacial* que es la forma concreta en la que la distribución social del espacio residencial se cristaliza en la forma urbana y el entorno construido. (Duhau y Giglia, 2008: 155)

produjo entre otras cosas, la emergencia de diversos usos del espacio; de diversos *habitus urbanos*¹³.

Las colonias de la ciudad experimentaron una rápida expansión entre 1946 y 1952, un periodo marcado por un monumentalismo que vio nacer al Conservatorio, al Auditorio Nacional, y al hoy obsoleto —pero entonces vanguardista— aeropuerto internacional (Cisneros, 1993: 117). Algunos autores (Azuela y Soledad, 1989; Meneses, 2011) coinciden en que la transformación de la Ciudad de México en esas épocas tiene que ver con una política específica de ordenamiento del espacio urbano e institucionalización de distintos aspectos de la vida en la ciudad y que ocurre al menos desde 1930. Para el caso de los comerciantes en la vía pública, Rodrigo Meneses (2011) le llama *institucionalización de los rumbos comerciales e institucionalización del ambulante* y es el proceso mediante el cual éstos fueron incluidos en un sistema político clientelar de apoyo al PRI a través de algunas de sus organizaciones como la CNOP (Confederación Nacional de Organizaciones Populares, creada en 1943).

Para el año 1946, la ciudad contaba con 42 mercados cuyo mantenimiento y estado ya desde entonces eran deficientes, por decir lo menos. El impulso más significativo en términos de construcción de mercados ocurrió en el periodo de 1955 a 1958. No obstante, el año de mayor actividad constructiva fue 1957, ya que en ese año se edificaron 38 mercados con capacidad para albergar 20 000 locales. Para el año de 1966, el Departamento del Distrito Federal había construido un total de 174 mercados con capacidad para 50 000 locales (Bleynat, 2018). Algunos autores (Meneses, 2011; Barbosa; 2008; Azalea; 2023) han explorado el papel que el comercio en la vía pública ha tenido en la construcción de los mercados, la forma en la que los rumbos comerciales y su contacto con las formas que el Estado tenía de ejercer su poder en las calles, dieron pie a un proceso que actualmente podemos vislumbrar claramente como el nacimiento de una política pública que transformó la morfología urbana.

¹³El concepto de *habitus urbano* fue propuesto por Ángela Giglia y Emilio Duhau (2008: 21-44) los autores dan una vuelta de tuerca al concepto de *habitus* de Pierre Bourdieu, el cual sirve para estudiar la manera en la que las disposiciones y formas mediante las cuales el sujeto aprende a conducirse y comportarse, no solo están relacionadas con los espacios sociales, con el gusto y las formas de enclasmiento de estos, sino también con los espacios materiales. Giglia y Duhau usan la sugerente metáfora de “sentirse fuera de lugar” y la frase coloquial de estar “desubicado” para ejemplificar cuando los sujetos no poseen el *habitus* socioespacial requerido para poder comprender el “sentido del juego” de una determinada situación. Un factor relevante en el análisis radica en el hecho de que estos *habitus urbanos* dan cuenta de la desigualdad que existe entre los sujetos para domesticar el entorno urbano, desigualdad dada por el diferencial de poder entre los habitantes, de modo que según la ubicación en el espacio físico y social, por parte de los sujetos, se vivirá una experiencia urbana diferente.

El gobierno ocupaba un papel central en la producción del espacio, actualmente la forma en la que se produce dicho entorno tiene más que ver con las necesidades del capital y menos con las necesidades de los habitantes de las ciudades. Lidia Gonzalez (2019) habla de las formas de planeación que han existido en la Ciudad de México, por una parte una planeación comprensiva que consideraba a la ciudad como un todo que debía tener proyectos articulados entre sí y que se alinearon para tener una idea más clara de hacia dónde se quería llevar el futuro de la ciudad, en comparación de un movimiento actual más estratégico y tiene que ver simplemente con las necesidades de ciertos grupos respecto a su interés por invertir en las zonas centrales de las ciudades, para producir más plusvalor a través del entorno construido (González, 2019: 47-56).

Hidalgo y Galvan (2014) sostienen que la planificación urbana en México ha atravesado diversas etapas, que pueden ser entendidas como una combinación de influencias principalmente de la planificación urbana europea y estadounidense, así como respuestas a las políticas neoliberales de urbanización basadas en el *laissez-faire*. En años recientes, las discusiones teóricas sobre la dirección que dicha planificación tomará en México han resaltado que el Estado neoliberal ha perdido relevancia, siendo las empresas privadas quienes tienen cada vez más el control sobre la visión futura de la ciudad en múltiples niveles. Esto se evidencia en el discurso, al desacreditar las formas anteriores de planificación, y en el ámbito normativo, al impulsar la creación de nuevos instrumentos de gestión del espacio urbano.

Los instrumentos contemporáneos para la planeación urbana en la Ciudad de México.

Es hasta la publicación en 1976 de la Ley General de Asentamientos Humanos que se establecieron mecanismos más específicos para la institucionalización de la planeación urbana en México, en parte fueron una respuesta al problema de la suburbanización que estaba ocasionando el despoblamiento de los centros urbanos (González, 2019: 19-50). En la Ciudad de México algunos de los nuevos instrumentos que se han implementado con la misión de liberar porciones del suelo que otrora estaban reglamentadas por antiguas regulaciones son las ZEDEC (Zonas Especiales de Desarrollo Económico) instauradas en 1987, las áreas de actuación en 1996 y los bandos del 2000 (González, 2019: 64-73). Autores como (Leipziger, 2020; Delgadillo, 2011) sostienen que la implementación del bando dos, al intentar revertir la tendencia del despoblamiento en el centro histórico se convirtió en la génesis de otras problemáticas, una de ellas es el encarecimiento del precio de las viviendas edificadas en esa zona.

La oficina del gobierno local que se encarga de gestionar y administrar los Sistemas de Actuación por Cooperación es la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI), actualmente en Tacubaya se ha constituido uno y contempla la realización de diversos cambios en el entorno y fachadas de los mercados de Tacubaya Becerra y Cartagena. Para que se constituya uno de estos primero se establece un Polígono de Actuación por Cooperación (PAC).

Las empresas que construyen dentro de dichos polígonos, necesitan la emisión expedita de permisos y de trámites burocráticos como los cambios de uso de suelo y la modificación a los niveles permitidos de edificación. La SEDUVI garantiza que los otorgará, a cambio de las contribuciones que los desarrolladores habrán de hacer, para establecer medidas de mitigación que sirvan para sufragar los costos de proyectos que el gobierno puede desarrollar para la dotación de vivienda social, mejorar la infraestructura urbana o para la dotación de ciertos servicios.

Los recursos que el gobierno recaba son administrados mediante un fideicomiso y una entidad llamada “mesa de seguimiento” es la encargada de verificar la correcta administración de los mismos. Ésta mesa de seguimiento se conforma por los siguientes actores:

Coordinador de la Mesa, Secretario Técnico, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, la Secretaría de Obras y Servicios, la Secretaría de Desarrollo Económico, la Secretaría de Movilidad, la Secretaría de Protección Civil, la Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial, la Autoridad del Espacio Público, el Sistema de Aguas de la Ciudad de México, integrantes de la Asamblea Legislativa del Distrito Electoral que corresponda, Comités Ciudadanos -de 3 las colonias que se encuentren dentro del SAC-, representantes de la Iniciativa Privada, con actuación dentro del ámbito de aplicación del SAC, representantes del sector académico expertos en temas de desarrollo urbano y preferentemente con conocimiento sobre el ámbito de la aplicación del SAC (SEDUVI, 2016: 2-3).

La falta de transparencia en los mecanismos de funcionamiento de este instrumento, junto con el desconocimiento por parte de muchos habitantes del espacio, sobre su aplicación y uso, ha sido señalado por Leipziger (2020:14). No sorprende que muchas personas; a pesar de ser conscientes de que éste opera en los lugares donde trabajan o habitan, desconocen los procesos mediante los cuales se otorgan los permisos, así como el destino de los recursos obtenidos tanto para proyectos de mitigación como para aquellos de renovación. Según este autor, aunque los lineamientos de estos proyectos establecen que no se desplazará a los residentes locales, en realidad

están creando condiciones que podrían llevar a su desplazamiento. Los avances futuros del proyecto confirmarán o refutarán esta idea. Sin embargo, hasta ahora, el desarrollo habitacional conocido como “Ciudad perdida” y su ubicación respecto al polígono del SAC Tacubaya parecen respaldar esta teoría, puesto que los edificios de 10 pisos que se colocarán en las mejores ubicaciones —es decir cerca del metro y cerca del mercado— están destinados para las personas de mayores ingresos. Las negociaciones a puerta cerrada parecen ser la norma en estos proyectos, (Leipziger, 2021: 15) pues los verdaderos acuerdos se hacen antes de que se haga cualquier tipo de consulta, muy en línea con lo que Janoshcka (2011) describe sobre la forma en la que se ha instaurado una nueva forma de gubernamentalidad respecto al desarrollo urbano.

Los espacios públicos y el urbanismo neoliberal teorías y perspectivas para entender los procesos de urbanización.

Los procesos de transformación de las ciudades, como el descrito líneas arriba, parecieran en su mayoría lanzar al mundo la pregunta genérica de ¿cuáles son los mecanismos y efectos que tiene en el proceso de urbanización el modo de producción capitalista moderno en cada contexto particular? Algunos autores como David Harvey (1989) han tratado de responder a este interrogante respecto a la producción de plusvalor a partir del aprovechamiento del entorno construido. El autor apunta que su producción trasciende la esfera del trabajo y que lo “urbano” bajo el modo capitalista de producción, se expresa no sin antes haber realizado una transformación radical del significado y realidad de otros contextos sociales, en pocas palabras, el capitalista para asegurar su supervivencia como clase dominante deberá expandir constantemente las fronteras de la producción de plusvalor (Harvey, 1989: 59). Para hablar acerca de la acumulación en las ciudades y las nuevas formas en las que los capitalistas expanden las fronteras de producción de plusvalor, Harvey explora los intercambios de plusvalor que se dan entre los tres circuitos del capital, en el primero —la producción— existen dos formas principales de producir plusvalor: la *plusvalía absoluta* y la *plusvalía relativa*, la primera depende de la duración de la jornada laboral y la segunda depende del avance y evolución de las fuerzas productivas. En el segundo circuito Harvey distingue al *capital fijo*, que básicamente se refiere a las máquinas, y todo aquel elemento material que funciona directamente para la producción y está pensado con uso a largo plazo. Y aquel que sirve como el soporte físico para la misma, a este otro tipo de capital el autor lo llama *el entorno construido para la producción*, por otra parte y estableciendo un paralelismo con el

consumo, el autor se refiere al *fondo de consumo* conformado, por una parte, por las mercancías durables, como estufas o lavadoras, y por la otra, al soporte físico para su consumo como las casas o las calles, a este conjunto Harvey lo llama el *entorno construido para el consumo* (Harvey, 1989:64). Por último, el tercer circuito del capital se refiere a toda inversión en el desarrollo científico y tecnológico, ya sea mediante las instituciones educativas o mediante el financiamiento de investigaciones privadas.

Para que haya un tránsito entre el primer y segundo circuito del capital, y su posterior concreción en el *entorno físico para el consumo y la producción* es necesario que exista un excedente de plusvalor en el primer circuito del capital (Harvey, 1989: 65). Sin embargo, la decisión de invertir o no en determinado lugar o zona de la ciudad dependerá en gran medida del potencial para valorizarse que los capitalistas conciben en el entorno urbano. Harvey menciona que las inversiones en los circuitos del capital se hacen siempre pensando en su capacidad de retorno, es decir en su factibilidad como fuentes de nueva plusvalía. La incertidumbre que enfrentan los capitalistas al momento de decidir en qué invertir, justamente radica en el hecho de que puede haber inversiones en el entorno construido que no necesariamente se conviertan en fuentes de producción de más valor.

Parte de las contradicciones que para Harvey engloba el sistema capitalista se resumen básicamente en la *sobreacumulación* que ocurre en todos los circuitos del capital. En otras palabras, guardar riqueza en sus diferentes formas —sólo porque sí— es un sinsentido económico, la acumulación deviene capital únicamente si dicha riqueza es movilizad; ésta pierde valor si no entra nuevamente a un ciclo de producción de plusvalor. La tendencia que existe para la *sobreacumulación* transita a los distintos circuitos del capital y de esa manera la crisis simplemente se desplaza, esto quiere decir que la *sobreacumulación* mediante la inversión en otros circuitos del capital no ha cesado y el germen de nuevas crisis se ha instaurado. La inversión en estos otros circuitos nunca va en relación directa con las necesidades de una porción amplia de la sociedad, sino con las necesidades del capital: “But the tendency toward overaccumulation is not eliminated. It is transformed, rather, into a pervasive tendency toward overinvestment in the secondary and tertiary circuits. This overinvestment is in relation solely to the needs of capital and has nothing to do with the real needs of people, which inevitably remain unfulfilled” (Harvey, 1989: 70).

Por otra parte, y pensando en la forma en la que el neoliberalismo puede ser concebido como una ideología y además como un proceso de reestructuración urbana Nik Theodore, Jamie Peck y Neil Smith (2009) mencionan que en todo el mundo se puede observar que una serie de procesos estructurales han sido implementados; “la desregulación del control del Estado sobre la industria; las ofensivas en contra del trabajo organizado; la reducción de impuestos corporativos; la contratación y/o privatización de los recursos y servicios públicos; el desmantelamiento de los programas de bienestar social; la ampliación de la movilidad del capital internacional; y la intensificación de la competencia entre localidades” (Brenner et al ; 2009: 2). Estos procesos tienen como argumento principal que los mercados abiertos y la libre competencia sin intervención Estatal, son óptimos para el desarrollo económico, para estos autores, la destrucción creativa de estructuras tanto políticas como sociales preexistentes dentro de los países de actuación es la forma en la que el neoliberalismo cobra su rostro local, ellos le llaman el *neoliberalismo realmente existente* (Brenner et al, 2009: 4).

En lo que respecta a la ciudad, estos autores acuñan el término de *urbanismo neoliberal* o *urbanización del neoliberalismo* (Brenner et al, 2009: 10), este tipo de urbanismo depende de mecanismos particulares, movimientos y momentos. En el primero de ellos, un momento destructivo, se trata de eliminar todo obstáculo, ya sea respecto a los acuerdos previos o a las estructuras sociales que imperan en determinada sociedad y que friccionan la implementación de los proyectos de urbanización neoliberal. El segundo momento que los autores mencionan, es un “momento creativo”, en donde las anteriores estructuras y acuerdos son reemplazados por su contraparte neoliberal, en el texto aludido, los autores mencionan que la forma en la que el *urbanismo neoliberal* se materializa en las ciudades se puede caracterizar en once mecanismos que combinan momentos para la destrucción de obstáculos y momentos de creación para la sustitución de los acuerdos y estructuras que han desplazado (Brenner et al, 2009: 9).

Para hablar de la forma en la que la ciudad cambia y el papel que juegan los mercados públicos en estos procesos de transformación, me parece relevante la descripción que estos autores hacen del mecanismo de “Re- representación de la ciudad” (Brenner et al, 2009: 9). En un momento destructivo diversos grupos comienzan con la enunciación y formulación de discursos

performativos sobre el desorden urbano, se clasifica a ciertos grupos como “clases peligrosas” y se enfatiza que la economía va en declive, por otra parte —en su momento creativo— se ofrecen soluciones de tipo empresarial que implican la reinversión en ciertas zonas de la ciudad, los emprendedores y sus emprendimientos se erigen como los héroes que están al pie del cañón para solventar la crisis que se cierne sobre las pobres e indefensas zonas urbanas deterioradas, se incentiva la inversión ellas o en parte de ellas.

Para Michael Janoschka (2011) como consecuencia de la aplicación de la liberalización de regulaciones y la privatización de servicios urbanos públicos, se crea una reorganización de la política urbana, el neoliberalismo a modo de plan maestro es “una forma híbrida de *gubernamentalidad* o práctica regulatoria” (Janoschka, 2011: 119). Este autor también enfatiza que se crea un binomio discursivo de seguridad-inseguridad, que busca combatir la inseguridad mediante la creación de una estética urbana ascética, mediante la modificación y diseño del entorno construido, mediante la transformación del espacio urbano, pensado no como un sitio para la realización de actividades populares sino para el consumo y el disfrute del turista (Janoschka, 2011: 122). Si estas estrategias tienen la finalidad última de valorizar la ciudad, el autor se pregunta si bajo los esquemas de gobernanza urbana actuales no se esconde en realidad una estrategia política que busca que las transformaciones en materia de renovación y la toma de decisiones se legitimen y se presenten a la opinión pública como resultado de un consenso, cuando en realidad se pactan con antelación al proceso de participación ciudadana (Janoschka, 2011:122).

Por otra parte, una tendencia que existe en la renovación de los espacios urbanos supone que aspectos tan fundamentales como la sociabilidad urbana pueden ser moldeados simplemente con las modificaciones en el entorno construido, con los cambios físicos del espacio se pretende la creación o modificación de ciertos patrones de sociabilidad. A esta tendencia equivocada, Ángela Giglia (2017) la llamó *la falacia del determinismo espacial* y enfoca su crítica a la forma en la que diversos organismos, nacionales e internacionales enarbolan la bandera del *place making* como panacea del bienestar urbano. Para esta autora la idea de que las mejoras en el entorno urbano son sinónimo de una mejoría en la sociabilidad urbana es insostenible, para ello se apoya en el concepto de *orden urbano* el cual permite plantear de forma correcta la relación que existe entre el espacio y la sociabilidad, resaltando los usos populares del espacio como elemento persistente de dicho

orden. Para la autora el “place making” es un discurso global sobre el espacio público, “el placemaking consiste literalmente en hacer lugares mediante el diseño arquitectónico y la planeación (con o sin la participación de los usuarios y los habitantes)” (Giglia, 2017:18). La autora se apoya en la crítica que hacen Manuel Castells y Manuel Delgado¹⁴ respecto al espacio público, para finalmente hablar de cómo es que el espacio renovado a través del placemaking se convierte en un mecanismo a través del cual “las intenciones y deseos de los grupos dominantes se realizan eficazmente a expensas de las visiones y los usos de los sectores dominados” (Giglia, 2017: 21). Finalmente para esta autora es necesario que las ideas de place making no sean traducidas acríticamente a todo el mundo pretendiendo hacer una *ingeniería de la sociabilidad urbana* puesto que para que una política de renovación o de transformación del espacio pueda funcionar, es necesario hacer un estudio del orden urbano local y adecuar las políticas a cada contexto sociocultural específico (Giglia, 2017: 18-19).

El orden urbano, la expansión de la ciudad y los mercados públicos. Los mercados en la vorágine del urbanismo neoliberal.

Desde hace mucho tiempo se ha estudiado a los mercados desde la perspectiva funcionalista¹⁵, también como nodos dentro de sistemas en transformación económica que están transitando desde formas intensivas en trabajo a otras que son intensivas en capital¹⁶. Desde la antropología, en particular desde la etnografía audiovisual, se han explorado las visiones que los comerciantes tienen respecto a los procesos de transformación urbana en los que los mercados actualmente están inmersos, es el caso de los mercados de Valencia, Madrid y Barcelona estudiados por Ignacio Robles (2010), en el mismo continente Sarah González y Wiley vieron a los mercados de Londres

¹⁴ cf. Castells, Manuel. *La cuestión urbana*. España: Siglo XXI, 1972.

y Delgado, Manuel. *El espacio público como ideología*. España: Los libros de la Catarata, 2011.

¹⁵ En 1957 Bronislaw Malinowski y Julio de la Fuente se dedicaron a investigar la forma en la que los mercados de Oaxaca se organizaban, ellos vieron un complejo mosaico cultural que combinaba de manera bastante compleja a distintas instituciones sociales, desde instituciones como el matrimonio que tenía su presencia en los precios de los metates nupciales, hasta instituciones económicas y de regulación de precios.

¹⁶ En 1970 Forman y Riegelhaupt en otra latitud, pero que en cuestión de construcción y ampliación de la infraestructura experimentaba un proceso similar al mexicano, (Brasil) buscaron comprender el rol que los mercados estaban cobrando en el proceso de proletarización del campesinado, estos investigadores se llegaron a preguntar “¿cómo es que los campesinos son integrados dentro de la economía nacional como productores de materias primas y consumidores de bienes manufacturados?” (Forman y Riegelhaupt, 1970: 188 traducción mía).

como una de las fronteras en las que se extendían las estrategias neoliberales sobre las ciudades, para ellos los mercados londinenses se pueden pensar como nuevas fronteras de la gentrificación (González y Wiley, 2013). Años después, sobre la misma línea de investigación Sarah González (2020) señala además que estos sitios (los mercados públicos) son de gran importancia debido a que nos permiten obtener una visión panorámica de procesos de mayor alcance dentro del urbanismo neoliberal, principalmente por tres características: 1) funcionan como lugares frontera de los procesos de gentrificación, 2) son sitios para la movilización y el debate por el espacio público y, 3) son lugares para la construcción de prácticas alternativas de producción y consumo (González, 2020: 4-11). Otros autores (Hernández y Stoyanka, 2017: 25-26) señalan que los mercados han sufrido un deterioro por tres causas concatenadas, a) la expansión de las ciudades debido a los procesos acelerados de urbanización alrededor del mundo; b) los cambios en los patrones de consumo que favorecieron a los centros comerciales, en parte por su modalidad novedosa de autoservicio y por razones como las facilidades de pago; y c) la desinversión del Estado que al centrarse en la construcción de vivienda en las periferias, olvida el mantenimiento que los mercados requieren (Hernández y Stoyanka, 2017: 25-26).

Para el caso de México y en relación con una de las causas del deterioro de los mercados señalada por Hernández y Stoyanka; Raúl Vázquez (2009) señaló que los supermercados son una competencia muy importante para los mercados públicos y pareciera que las dinámicas globales en las que está inmersa la ciudad cada día van acotando la clientela que pueden atender los mercados públicos. Este investigador señala que los mercados públicos ven en las cadenas comerciales transnacionales como Wal-Mart o bodega Aurrera, una de las más imponentes amenazas por distintas razones, algunas de ellas de tipo competitivo y otras de tipo logístico, por ejemplo; los supermercados tienen la libertad de vender casi cualquier producto o servicio, mientras que los “Lineamientos para la Operación y Funcionamiento de los Mercados Públicos del Distrito Federal” establecen tan solo 108 giros autorizados (SEDECO, 2015: 35-43). Por si esto fuera poco, los mercados según el mismo catálogo, en su artículo 8 fracción I tienen prohibido vender, entre otras cosas, medicinas de patente. Mientras que en Walmart se puede comprar desde una llanta para automóvil hasta la Buscapina para calmar los espasmos de dolor, esto explica en parte por qué los consumidores prefieren acudir a los supermercados, ya que la oferta que poseen va evolucionando con la demanda a través del tiempo.

Desde el punto de vista de las prácticas de consumo Ángela Giglia y Emilio Duhau (2016: 250-286) vieron la forma en la que la estratificación socioespacial jugaba un papel fundamental al momento de determinar las prácticas de consumo de los habitantes a la luz de la llegada de nuevas modalidades de consumo como las tiendas de conveniencia Oxxo o los supermercados como Walmart y bodega Aurrerá. Los autores observaron una correspondencia entre el tipo de oferta y la distribución social del espacio residencial urbano, tiempo después esta perspectiva será retomada por Ángela Giglia (2018) para hablar de la importancia que tiene el contexto socioespacial a la hora de determinar las dinámicas de los mercados públicos.

Otros investigadores han ampliado el espectro de esta discusión, se habla de estrategias de *modernización selectiva* y *patrimonialización* (Delgadillo, 2008: 824; 2017) donde los mercados o centros históricos que serán renovados son elegidos en función de su posibilidad de convertirse en negocios rentables para los capitales que invierten en su modernización y renovación. También se habla de los mecanismos que se movilizan para legitimar estas transformaciones, por ejemplo; Elvira Mateos (2017) habla desde una perspectiva del análisis del discurso, la postulación de *relatos de obsolescencia* por parte de los gobernantes o desarrolladores como elemento necesario en el análisis de los procesos de transformación que viven estos elementos urbanos. Desde la discusión acerca de la gentrificación, Mónica Lacarrieu (2016) habla de la *decalificación /recualificación* impulsada por diversos agentes cuyo interés radica en legitimar la transformación de los mercados bajo el pretexto de que, mediante inversión y cambio en la oferta de estos, se crearán las condiciones adecuadas para el desarrollo económico de la zona en la que se asientan y la población que acude y labora en ellos.

Es un hecho que las infraestructuras de estos sitios en la Ciudad de México en muchos casos están deterioradas y son un riesgo para la seguridad, tan solo en el periodo de 2019-2021 ocurrieron 5¹⁷ incendios en mercados, de este tipo de siniestros, el incendio del 27 de febrero del 2013 del mercado de la Merced es de los más conocidos. Para atender el problema, en aquella ocasión las autoridades se apresuraron a promover el “Rescate integral de la Merced”, un controvertido proyecto que detonó el conflicto entre los habitantes de la Merced, organizaciones de la sociedad civil, locatarios y el gobierno. Jaime Vera (2015), mostró el proceso de inscripción de dicha problemática en la agenda gubernamental y el efecto que tuvieron en el proyecto las

¹⁷ Los mercados afectados por estos siniestros fueron los de San Cosme, la Merced, Morelos, Abelardo L. Rodríguez y el de Sonora (El Universal, 2021)

representaciones y usos del espacio que tenían sus habitantes e integrantes de asociaciones civiles (Vera, 2015).

El gobierno de la ciudad promueve el fomento y protección de los mercados en un tono patrimonialista, pero en los planes y proyectos aprobados pareciera que solamente se está buscando exaltarlos como parte de un mercado simbólico de prácticas culturales y experiencias supuestamente originales de consumo, que pretenden volver más turística y competitiva a la Ciudad de México (Delgadillo, 2017; Giglia, 2018; Lacarrieu, 2016; Salinas, L.A., & Cordero, L.L., 2021). La renovación selectiva de áreas de la ciudad que poseen potencial, ya sea por sus atractivos históricos o porque son nodos de conexión e intercambio de grandes cantidades de personas, coloca en una situación desigual a los mercados públicos, esto quiere decir, que aquellos que tienen la fortuna (o mala suerte, según como se vea) de encontrarse dentro de un polígono de actuación como el del SAC Tacubaya (el caso de los mercados de Cartagena y Becerra Tacubaya) estarán inmersos en un proceso de transformación radical que paradójicamente puede llevar, antes que a su renovación constante, a un abandono o a un momento de disputa por el sentido de la renovación a la que serán sometidos.

Capítulo 2 Caracterización económica y física de los mercados.

El objetivo de este capítulo es presentar a los mercados de la Ciudad de México como un sistema que posee ciertas características que nos permiten definirlo y caracterizarlo en su conjunto. También haré una descripción de los mercados que son mi caso de estudio. Este capítulo está organizado de modo que se transita de lo general a lo particular, de los mercados de la Ciudad de México como un sistema, a los mercados que pude visitar y en los cuales realicé recorridos y trabajo de campo.

En el primer apartado, describo los procedimientos utilizados para caracterizar los mercados de la ciudad y construir categorías que permitan clasificarlos. También explico cómo determiné el área de influencia de los mercados seleccionados para describir su oferta económica interna y externa. Luego de esta explicación de los procedimientos empleados, procedo a describir la oferta de los 329 mercados registrados en las bases de datos proporcionadas por SEDECO, complementada con información obtenida del ECOMP.

Posteriormente, realizo una descripción económica de cada mercado estudiado. Comienzo con el mercado Cartagena, donde hablo de su área de influencia y realizo conteos de unidades económicas dentro y fuera de él. Evalué sus condiciones generales de operación y, por último, relato una visita al mercado para capturar su dinámica y ritmo, y así comprender su entorno urbano. Este mismo procedimiento se repitió con el mercado de Tacubaya.

Descripción de los procedimientos: creación de tipologías de mercados en función de su oferta y dinámica económica.

Con los datos del Estudio de Caracterización de la Oferta de los Mercados Públicos (ECOMP, 2017) es posible realizar caracterización de los mercados más dinámicos en términos económicos, con la base de datos de dicho estudio hice una clasificación de aquellos mercados que produzcan mayor valor agregado mediante la creación de una variable que llamada “gasto promedio per cápita semanal en el mercado ”.

Dicha caracterización implicó tomar las variables del cuestionario del ECOMP que se muestran en el cuadro 1.

Cuadro 1. Variables empleadas del cuestionario ECOMP, 2017.

Nombre de la variable.	Descripción.	Mnemónico.
p30. De lunes a viernes, en promedio ¿cuántos clientes tiene en un día?	Número de clientes promedio reportado por el locatario	p30.
p31. ¿Cuánto es su ingreso promedio por ventas un día entre semana?	Número que registra el ingreso promedio en un día, reportado por el locatario	p31.
p33. Y en un día de fin de semana promedio, ¿cuántos clientes tiene?	Número de clientes reportados por el locatario	p33.
p34. ¿Cuánto es su ingreso promedio por ventas en un día de fin de semana?	Número que registra el ingreso promedio en un fin de semana, reportado por el locatario	p34.

Fuente: elaboración propia con datos de ECOMP 2017.

La variable que recoge los datos de los ingresos reportados del locatario será multiplicada por cinco, en el cuestionario aparece como: “p.31 ¿Cuánto es su ingreso promedio por ventas un día entre semana?” y, en segundo lugar; será sumada a la multiplicación por dos, de la cantidad reportada por la pregunta del mismo cuestionario titulada “p34. ¿Cuánto es su ingreso promedio por ventas en un día de fin de semana?”. A esta nueva variable la llamaré “*i*” por otra parte, para contabilizar el número de clientes haré exactamente lo mismo; la pregunta “p30” se multiplica por cinco y la “p33” por dos, ambos productos se suman y a esta variable la llamaré “*c*”.

Finalmente, la razón de estas sumatorias por mercado resulta en una nueva variable que llamaré “gasto promedio per cápita semanal en el mercado”, con ella se puede dar cuenta de aquellos mercados más dinámicos en términos económicos, es decir, en aquellos en donde cada cliente que entra gasta más dinero. Uno de mis supuestos, es que en aquellos mercados con los valores más altos de esta variable se produce el mayor valor agregado y se venden mercancías que son más costosas. Saber dónde se venden las mercancías más costosas habla por una parte de a) la especialización de la oferta de cada mercado y; b) cuáles mercados tienen el mayor volumen de ventas.

En resumen, la nueva variable queda así definida:

$$g_{pcM} = \frac{\sum_{i=1}^n i = (5is + 2if)}{\sum_{c=1}^n c = (5cs + 2cf)}$$

Donde:

$$\begin{aligned} 5is &= \text{ingreso promedio por ventas un día entre semana} \times 5 \\ 2if &= \text{ingreso promedio por ventas un día en fin de semana} \times 2 \\ 5cs &= \text{Clientes promedio un día entre semana} \times 5 \\ 2cf &= \text{Clientes promedio un día en fin de semana} \times 2 \end{aligned}$$

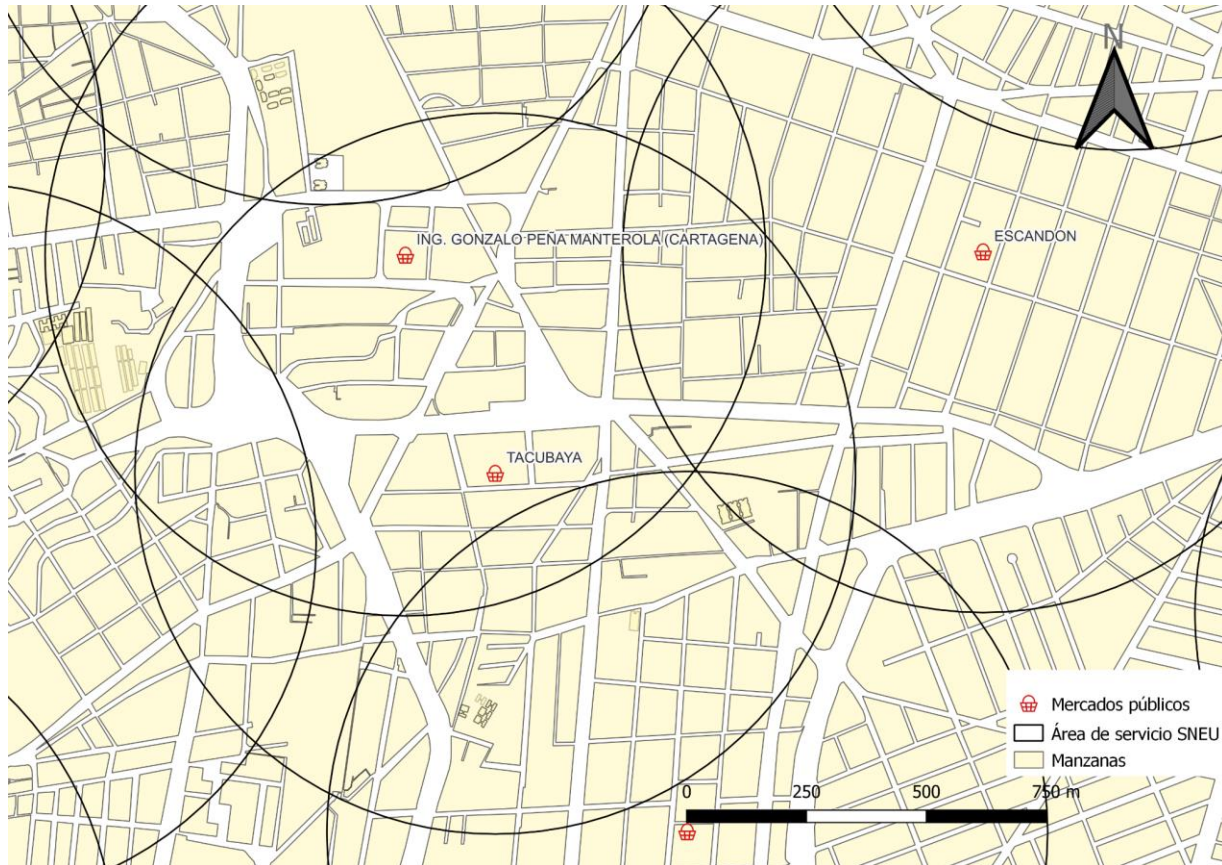
Es importante destacar que los datos obtenidos de esta fuente reflejan las tendencias en los mercados, pero no proporcionan montos precisos de los ingresos totales en esos lugares. Esto se debe a varias razones. En primer lugar, hubo una baja respuesta a esas preguntas, ya que la mayoría de los locatarios prefirieron no proporcionar esa información. Por lo tanto, solo el 9% de los locatarios encuestados respondieron específicamente a las preguntas relacionadas con los ingresos. En segundo lugar; debido a limitaciones logísticas, el cuestionario solo pudo ser aplicado en 317 de los 329 mercados existentes en ese momento. Por lo tanto, los datos reflejan tendencias de ventas y la percepción de los locatarios sobre la situación económica de su mercado.

Determinación del área de influencia de los mercados.

Lo primero que se hizo fue obtener la información de cada mercado, esto quiere decir que se ubicó cada mercado como un punto en el mapa, acto seguido se especificó un área de influencia, el área de influencia que he decidido tomar está basada el procedimiento de Leonardo Ramos (2015: 66) que a su vez se basa en las recomendaciones del Sistema Normativo de Equipamiento Urbano, (SEDESOL, 1994).

En función de esto se crean las áreas teóricas de influencia de cada mercado; se traza un círculo con un radio de 750 metros, la envolvente resultante de dicho radio es el área de influencia recomendada por el SNEU, donde se espera que los habitantes puedan acudir al mercado sin hacer uso de ningún otro tipo de transporte o vehículo, es decir, se está suponiendo que es una distancia caminable.

Mapa 1 Áreas teóricas propuestas por el SNEU.



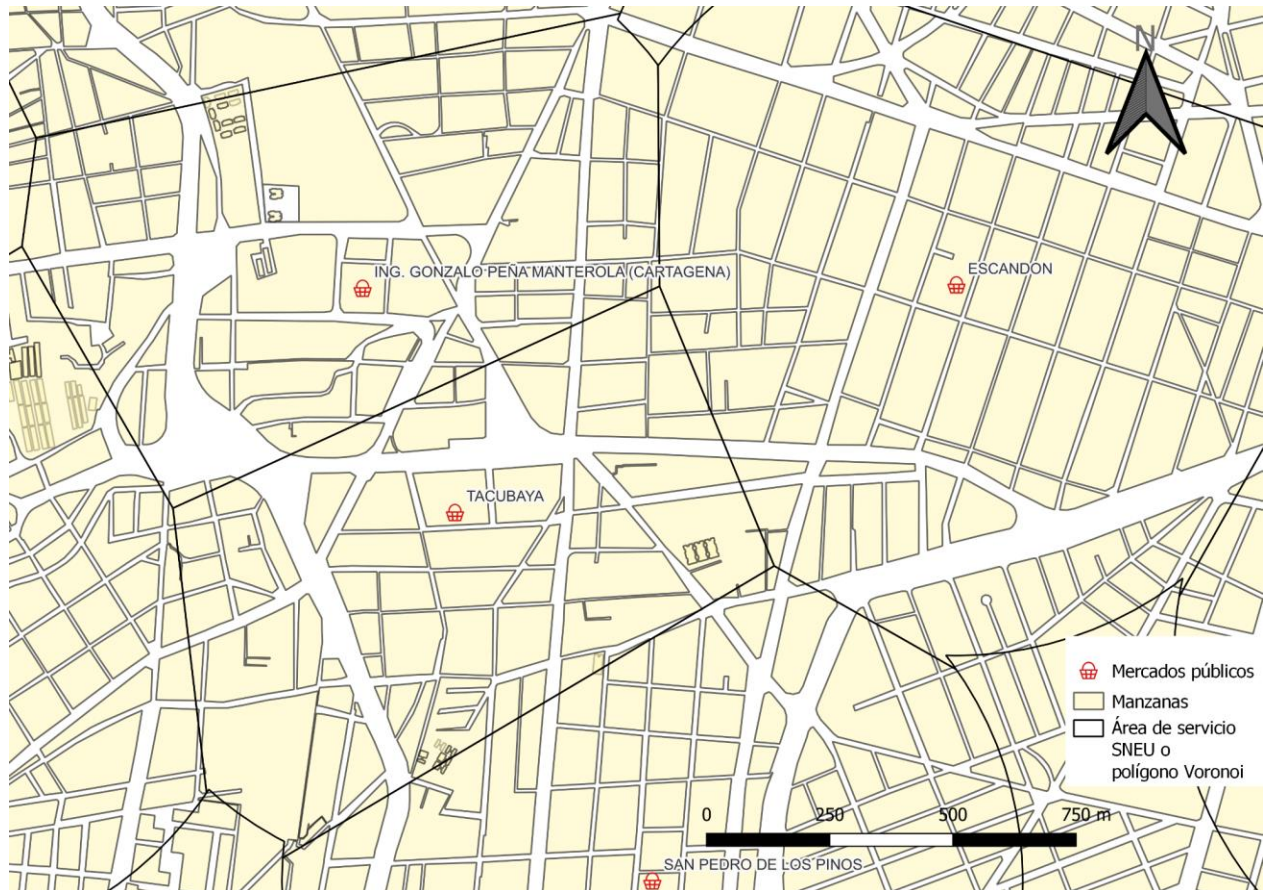
Fuente: Elaboración propia con datos de Inegi y SEDECO.

En segundo lugar, al observar el mapa 1 de las áreas de influencia, se puede notar que cuando los mercados están muy cerca entre sí, sus áreas tienden a superponerse, lo que genera confusión sobre qué mercado corresponde a cada unidad económica en su área de influencia. Para tratar esta situación, he optado por una solución distinta a la propuesta por Leonardo Ramos (2015: 72). He decidido utilizar una técnica conocida como teselación de Voronoi, que implica trazar las mediatrices entre cada par de puntos en un plano dado, con cada mediatriz trazada se van creando polígonos, mejor conocidos como polígonos de Voronoi donde todos los elementos ubicados dentro de ellos se encuentran más próximos al punto desde el cual se trazaron las mediatrices que a cualquier otro punto en el plano. La proximidad así definida es la característica que este procedimiento busca analizar.

Además, se ha establecido un límite de 750 metros de radio como máximo para la teselación de las áreas de influencia, siguiendo la escala recomendada por el SNEU. Esto implica que, en caso de que el polígono de Voronoi resultara más extenso que el radio recomendado por el SNEU, se

optó por utilizar el radio establecido por esta entidad. Al analizar los mercados estudiados, se observa que existe una similitud considerable entre el polígono y el radio del SNEU, excepto en el vértice superior derecho del polígono del mercado Cartagena y en el vértice inferior izquierdo del correspondiente al mercado Tacubaya.

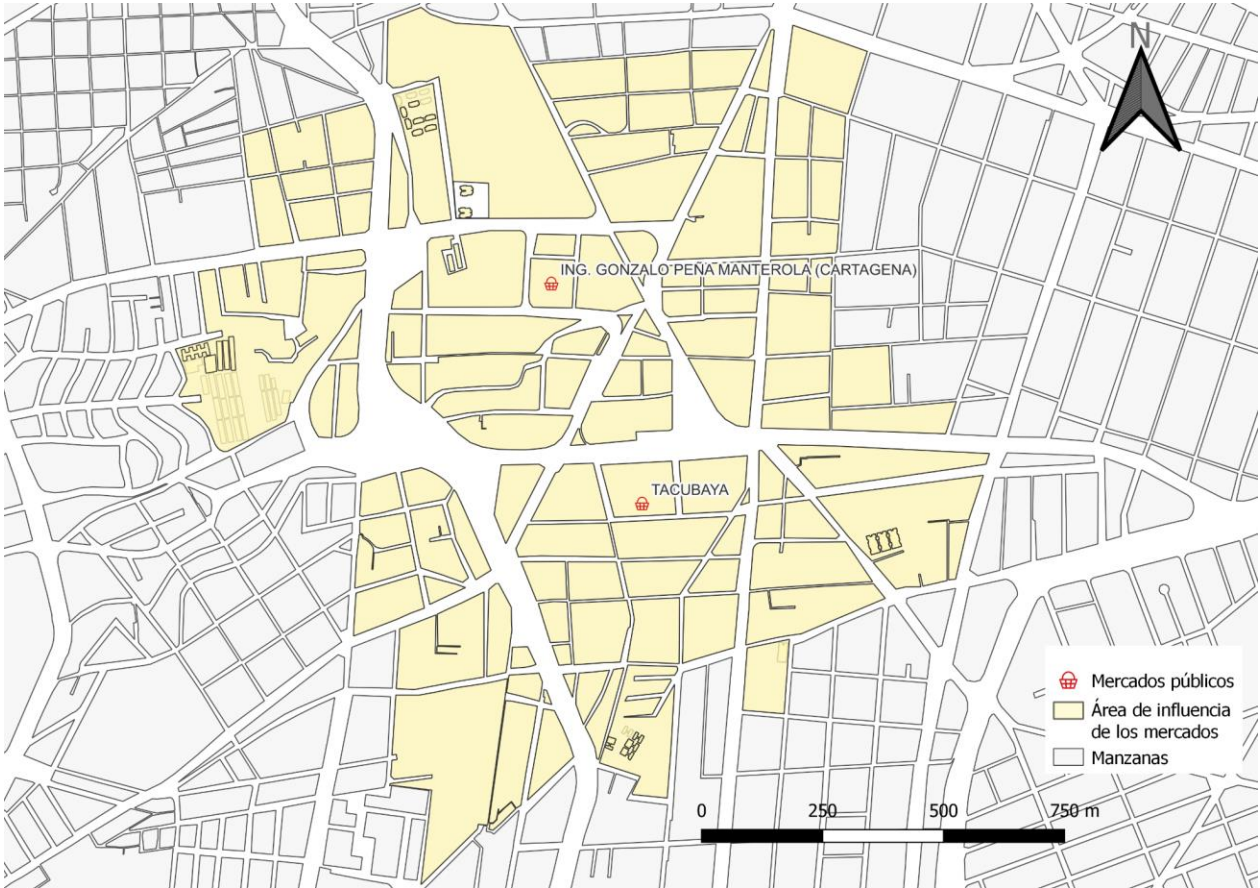
Mapa 2. Teselación de Voronoi, constreñida al radio de influencia recomendado por el SNEU para ambos mercados.



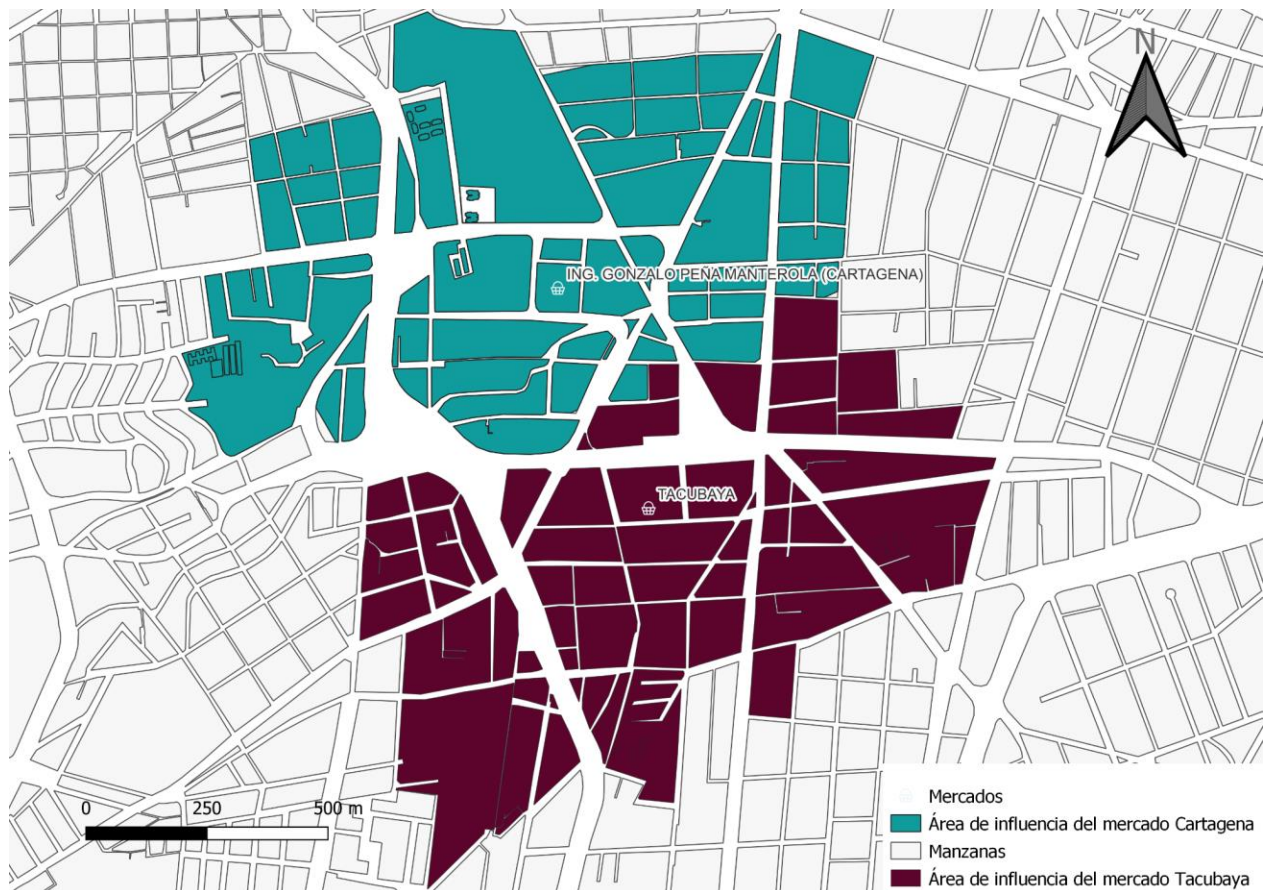
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI y SEDECO.

Para delimitar el área de influencia del mercado, se llevó a cabo el último paso, que consistió en seleccionar las manzanas cuya superficie abarcara más de la mitad del polígono de Voronoi. Esta elección nos permite considerar a la manzana como la unidad mínima de análisis para comprender la morfología y los patrones territoriales en los que se ubican los mercados estudiados.

Mapa 3 Área de influencia de ambos mercados.



Mapa 4. Áreas de influencia de los mercados Cartagena y Tacubaya, respectivamente.



Fuente: Elaboración propia con información de INEGI.

Finalmente, dentro de cada polígono de Voronoi se añaden los datos correspondientes a las unidades económicas que están reportadas en el DENUE y se contabilizan aquellas más preponderantes, esto con miras a contrastarlo con los datos del ECOMP y hacer una caracterización tanto de la oferta económica en los alrededores de los mercados, como dentro de los mismos.

Análisis de la diversidad de unidades económicas dentro y fuera de los mercados

Considero que es bastante útil replicar y nutrir con información del interior de los mercados, el procedimiento que Leonardo Ramos (2015) propuso para dar cuenta de la diversidad de la oferta económica en las áreas de influencia de estos. El autor se basó en el índice de diversidad de Simpson para determinar la diversidad de giros al interior de los mercados. Para los casos seleccionados el cálculo del índice de diversidad de Simpson se realizó de la siguiente manera; de acuerdo a los registros de ECOMP y DENUE se obtuvieron la cantidad de unidades económicas correspondientes a cada giro, se realizó la división del número de unidades económicas de cada

giro entre el total de unidades económicas de la muestra correspondiente —según sea el caso, puede ser el área de influencia del mercado, o los giros dentro del mercado— a esta razón se le conoce como *abundancia relativa* (que básicamente es la frecuencia relativa) de cada giro, posteriormente se hizo la sumatoria del cuadrado de la abundancia relativa de cada giro. Esta suma es igual al índice de dominancia de Simpson (D) finalmente, restando a 1 el índice de dominancia se obtiene el índice de diversidad.

La interpretación de estos datos es la siguiente: el índice de dominancia de Simpson es utilizado en ecología para medir la diversidad de un sistema, el valor oscila entre 0 y 1, si el índice de dominancia es igual a 0 significa que en dicho sistema hay una diversidad infinita, por el contrario si el índice se acerca a 1 significa que en dicho sistema domina una especie es decir, que no hay diversidad. El índice de diversidad (1-D) es inversamente proporcional al anterior, de modo que mientras más se acerca a 1, quiere decir que hay mayor diversidad, la resta se hace con la finalidad de hacer más intuitivos los resultados, puesto que mientras más alto sea el valor, más diverso será el sistema.

El índice de diversidad de Simpson queda definido de la siguiente manera:

$$D = 1 - \sum (pi^2)$$

Donde :

- D = es el índice de diversidad que oscila entre 0 y 1.
- pi = es la proporción de individuos de la especie i con respecto al total de individuos de todas las especies de la muestra.
- La sumatoria se realiza para todas las especies.

Evaluación de las condiciones generales de operación de acuerdo a las categorías propuestas por Ramos, 2015.

Para evaluar el estado de los mercados que se están estudiando, he optado por valorar las estructuras físicas y su estado de conservación mediante observaciones realizadas durante mis visitas al campo. Para este propósito, utilicé la escala de valoración desarrollada por Leonardo Ramos (2015), que utiliza las siguientes dimensiones físicas del mercado: accesibilidad entre las diferentes áreas del

mercado, condiciones generales de conservación, estado de los locales, nivel de limpieza, señalización e información. Se puede consultar la escala en el Anexo 2.

Cuadro 2. Mercados públicos de la Ciudad de México por Alcaldía.

Alcaldía.	Frecuencia.	Porcentaje relativo.	Porcentaje acumulado.
Gustavo A Madero	51	15,50%	15,50%
Venustiano Carranza	42	12,77%	28,27%
Cuauhtémoc	39	11,85%	40,12%
Coyoacán	22	6,69%	46,81%
Iztapalapa	20	6,08%	52,89%
Tlalpan	20	6,08%	58,97%
Azcapotzalco	19	5,78%	64,74%
Miguel Hidalgo	19	5,78%	70,52%
Tlahuac	19	5,78%	76,29%
Álvaro Obregon	16	4,86%	81,16%
Benito Juarez	16	4,86%	86,02%
Iztacalco	16	4,86%	90,88%
Xochimilco	11	3,34%	94,22%
Milpa Alta	9	2,74%	96,96%
Cuajimalpa	5	1,52%	98,48%
Magdalena Contreras	5	1,52%	100,00%
Total	329	100,00%	

Fuente: Elaboración propia con información de SEDECO 2022.

Los clientes, los ingresos y el gasto promedio por cliente a la semana dentro de los mercados

Para clasificar los mercados según estas variables, he establecido cuatro categorías: “muy bajo”, “medio”, “alto” y “muy alto”, estas categorías se relacionan con las variables de ingreso semanal (i), clientes en promedio a la semana (c) y gasto promedio per cápita semanal en el mercado ($g_{pc}M$). Posteriormente, estandarice estas variables, es decir, calculé sus puntajes z , esto lo hice con la finalidad de establecer los límites de cada clase basándose en la distancia de cada observación respecto a su media, medido en desviaciones estándar. Las clases están determinadas de la siguiente forma; aquellos valores cuya puntuación z es negativa y hasta 0 se consideran como “muy bajos”, los valores de 0 a 1 son clasificados como “medio”, aquellos que se encuentran comprendidos entre 1 a 2 son “alto” y finalmente aquellos valores mayores a 2 componen el grupo “muy alto”. Utilizando estas categorías y variables, he creado las clasificaciones que se presentan en el Cuadro 2.

Cuadro 3. Primeras tres categorías para clasificar mercados.

Ingreso promedio semanal (i)	Clientes en promedio a la semana (c)	Gasto promedio per cápita semanal en el mercado ($g_{pc}M$)
Muy bajo	Muy baja afluencia	Muy baja producción de valor agregado a la semana
Medio	Afluencia media	Producción media de valor agregado a la semana
Alto	Alta afluencia	Producción alta de valor agregado a la semana
Muy alto	Muy alta afluencia	Producción muy alta de valor agregado a la semana

Fuente: Elaboración propia.

Utilizando los procedimientos descritos líneas arriba al contabilizar aquellos mercados con los mayores ingresos, tendremos los siguientes 10 primeros lugares, estos mercados pueden ser los que tengan más ingresos semanales, sin embargo, tal vez no sean aquellos mercados que vendan las mercancías más costosas y que produzcan el mayor valor agregado, pues a pesar de que su volumen

de ventas totales puede ser mayor, esto no significa que sean los mercados donde cada cliente gaste más por visita. La gráfica 1 muestra cómo se distribuyen los mercados respecto a esta variable.

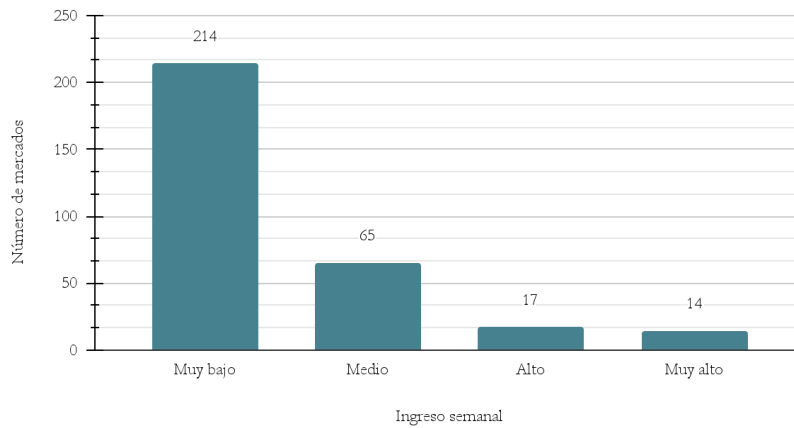
Cuadro 4. Ingreso semanal en el mercado, para los 10 valores más altos.

Mercado	Ingreso semanal
Merced nave menor	\$3,382,290.00
Jamaica nuevo	\$2,724,037.00
Lagunilla ropa y telas	\$1,853,089.00
Coyoacán	\$1,693,842.00
Tepito ropa y telas	\$1,282,812.00
Hidalgo zona	\$1,255,167.00
Morelos	\$1,248,840.00
Tepito fierros viejos	\$1,238,765.00
Argentina	\$1,210,201.00
Xochimilco anexo	\$1,183,602.00

Fuente: Elaboración propia con datos de ECOMP.

Gráfica 1 Distribución de los mercados por ingreso semanal.

Número de mercados frente a Ingreso semanal N=310



Fuente: Elaboración propia a partir de ECOMP.

Respecto a los clientes a la semana, estos son los 10 primeros lugares

Cuadro 5. Clientes por semana en el mercado, para los 10 valores más altos.

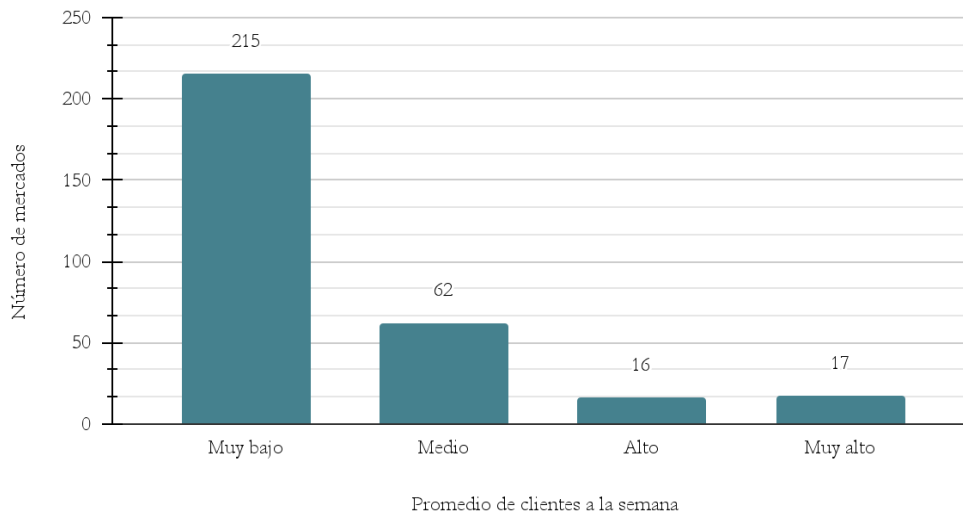
Mercado	Clientes por semana
Jamaica nuevo	16,932
Coyoacán	11,758
Argentina	9,651
Unidad Rastro	9,132
Morelos	9,084
Xochimilco anexo	8,751
San Joaquín zona (Peralvillo)	8,532
Tacuba	7,375
Ajusco Monserrat	7,284
Xochimilco zona (Xochitl)	7,190

Fuente: Elaboración propia con datos de ECOMP.

Y el conjunto de mercados se distribuye de esta forma respecto a esta variable.

Gráfica 2. Distribución de los mercados con respecto al promedio de clientes a la semana.

Número de mercados frente a Promedio de clientes a la semana N=310



Fuente: Elaboración propia a partir de ECOMP.

Es necesario hacer notar que el mercado de la Merced probablemente sería uno de los más visitados, tan solo la nave menor de acuerdo con esta fuente, ocuparía el lugar 11, sin embargo hay que recordar que por cuestiones logísticas el ECOMP solamente pudo levantar encuestas en 317 (Giglia, 2018: 44) mercados y la Nave Mayor de la Merced, no fué uno de ellos.

Por otro lado, al considerar la variable del “gasto promedio per cápita semanal en el mercado”, podemos identificar aquellos mercados que logran que cada cliente gaste una mayor cantidad de dinero en promedio por semana. Los diez mercados que se destacan en esta categoría se muestran en el cuadro 5

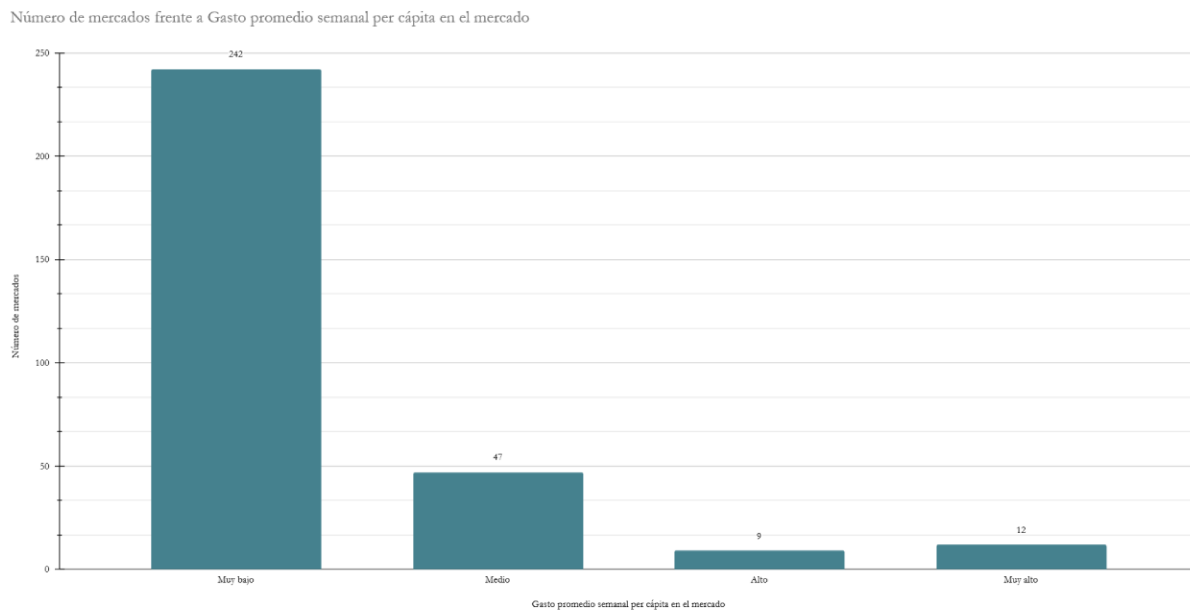
Cuadro 6. Diez primeros lugares respecto al gasto promedio per cápita semanal en el mercado.

Mercado	Gasto promedio per cápita semanal en el mercado
ARTESANÍAS VASCO DE QUIROGA	\$ 2,033.39
LAGUNILLA ROPA Y TELAS	\$ 1,237.87
TEPITO FIERROS VIEJOS	\$ 1,090.46
FERROPLAZA	\$ 900.27
VEINTICINCO DE JULIO	\$ 886.14
HIDALGO ANEXO	\$ 833.12
LAGUNILLA VARIOS	\$ 809.61

MELCHOR MUZQUIZ (FLORES)	\$ 682.14
MONTE ATHOS	\$ 680.76
PALACIO DE LAS FLORES	\$ 679.74

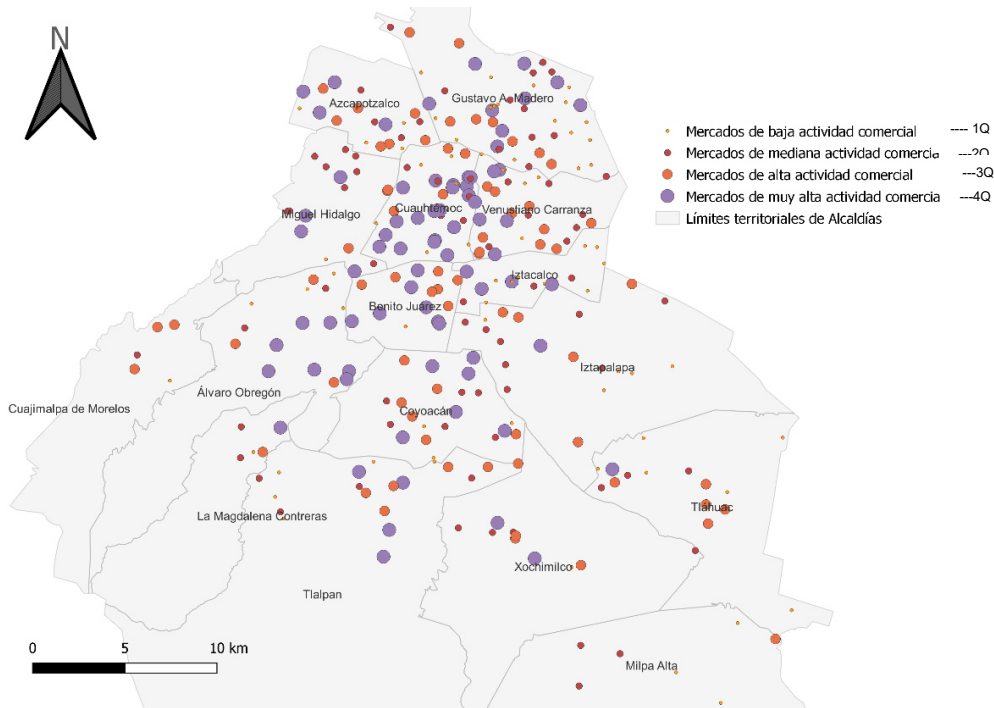
Fuente: Elaboración propia con datos de ECOMP, 2017.

Gráfica 3 Distribución de los mercados respecto al gasto per cápita semanal en el mercado.



Fuente: Elaboración propia con datos de ECOMP.

Mapa 5 representación del gasto promedio per cápita semanal en el mercado por cuartiles.



Fuente: Elaboración propia con información de INEGI, 2020 y ECOMP, 2017.

Mercados clasificados por su vocación comercial: tipologías de mercados

Utilizando la información del ECOMP (2017) e información de SEDECO (2021), estas tipologías se vuelven útiles para caracterizar a cada uno de los mercados que estudiaré, esto me parece importante porque al considerar a los mercados como un sistema, no tiene sentido pensar a uno de ellos sin verlo inmerso en el conjunto al que pertenece y los factores que le distinguen dentro de dicho sistema. En ese sentido, los 20 mercados con mayor concentración de determinado giro son los siguientes:

Cuadro 7. Mercados con el mayor número de unidades económicas del mismo tipo.

Mercados	Unidades	SCIAN	Nombre de la actividad
TEPITO ROPA Y TELAS	450	463310	Comercio al por menor de calzado
TEPITO FIERROS VIEJOS	417	463310	Comercio al por menor de calzado
JAMAICA NUEVO	304	466312	Comercio al por menor de plantas y flores naturales
MERCED MIXCALCO	287	463211	Comercio al por menor de ropa de bebe
HIDALGO ANEXO	267	467111	Comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías

LAGUNILLA ROPA Y TELAS	246	463211	Comercio al por menor de ropa, excepto de bebe y lencería
MERCED NAVE MENOR	191	461121	Comercio al por menor de carnes rojas
MINILLAS	187	431121	Comercio al por mayor de carnes rojas
HIDALGO ZONA	141	467111	Comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías
CALZADO LA CENTRAL	124	463310	Comercio al por menor de calzado
VEINTICINCO DE JULIO	124	467111	Comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías
EMILIANO ZAPATA	118	467111	Comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías
XOCHIMILCO ANEXO	112	463211	Comercio al por menor de ropa excepto de bebe y lencería
INSURGENTES	110	465915	Comercio al por menor en tiendas de artesanías
ARTESANÍAS VASCO DE QUIROGA	107	466111	Comercio al por menor de muebles para el hogar
EMILIO CARRANZA	107	465911	Comercio al por menor de mascotas
LAGUNILLA VARIOS	107	466111	Comercio al por menor de muebles para el hogar
MARTINEZ DE LA TORRE ZONA	95	461130	Comercio al por menor de frutas y verduras frescas
SAN JUAN CURIOSIDADES	94	465915	Comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías

Fuente: Elaboración propia con información de ECOMP 2017.

Con esta información considero adecuado crear una tipología de mercados, donde se tenga que la mayoría dedicándose al comercio al por menor pueden agruparse en 8 categorías principales:

- a) Mercados artesanales
- b) Mercados de mascotas
- c) Mercados de abasto
- d) Mercados de herramientas
- e) Mercados de muebles
- f) Mercados de ropa y calzado
- g) Mercados de flores y plantas
- h) Mercados de servicios personales

Considerando todo lo mencionado anteriormente y combinando esta tipología con las categorías mencionadas anteriormente, obtendremos el siguiente sistema de clasificación para caracterizar y agrupar a los mercados.

- a) Mercados artesanales
 - i) De bajo, medio, alto o muy alto ingreso
 - ii) De baja afluencia, media afluencia o muy alta afluencia

- iii) De muy baja producción de valor agregado a la semana, de producción media de valor agregado a la semana, de alta producción de valor agregado a la semana y de muy alto valor agregado a la semana.
- b) Mercados de mascotas
 - i) De bajo, medio, alto o muy alto ingreso
 - ii) De baja afluencia, media afluencia o muy alta afluencia
 - iii) De muy baja producción de valor agregado a la semana, de producción media de valor agregado a la semana, de alta producción de valor agregado a la semana y de muy alto valor agregado a la semana.
- c) Mercados de abasto
 - i) De bajo, medio, alto o muy alto ingreso
 - ii) De baja afluencia, media afluencia o muy alta afluencia
 - iii) De muy baja producción de valor agregado a la semana, de producción media de valor agregado a la semana, de alta producción de valor agregado a la semana y de muy alto valor agregado a la semana.
- d) Mercados de herramientas
 - i) De bajo, medio, alto o muy alto ingreso
 - ii) De baja afluencia, media afluencia o muy alta afluencia
 - iii) De muy baja producción de valor agregado a la semana, de producción media de valor agregado a la semana, de alta producción de valor agregado a la semana y de muy alto valor agregado a la semana.
- e) Mercados de muebles
 - i) De bajo, medio, alto o muy alto ingreso
 - ii) De baja afluencia, media afluencia o muy alta afluencia
 - iii) De muy baja producción de valor agregado a la semana, de producción media de valor agregado a la semana, de alta producción de valor agregado a la semana y de muy alto valor agregado a la semana.
- f) Mercados de ropa y calzado
 - i) De bajo, medio, alto o muy alto ingreso
 - ii) De baja afluencia, media afluencia o muy alta afluencia

- iii) De muy baja producción de valor agregado a la semana, de producción media de valor agregado a la semana, de alta producción de valor agregado a la semana y de muy alto valor agregado a la semana.
- g) Mercados de flores y plantas
 - i) De bajo, medio, alto o muy alto ingreso
 - ii) De baja afluencia, media afluencia o muy alta afluencia
 - iii) De muy baja producción de valor agregado a la semana, de producción media de valor agregado a la semana, de alta producción de valor agregado a la semana y de muy alto valor agregado a la semana.
- h) Mercados de servicios personales
 - i) De bajo, medio, alto o muy alto ingreso
 - ii) De baja afluencia, media afluencia o muy alta afluencia
 - iii) De muy baja producción de valor agregado a la semana, de producción media de valor agregado a la semana, de alta producción de valor agregado a la semana y de muy alto valor agregado a la semana.

Me parece que estos datos pueden aportar elementos para ampliar la clasificación clásica de la SEDECO de “tipo de mercado”, misma que abarca solamente a 4 diferentes tipos, a saber: a) especializado, b) tradicional, c) tradicional y turístico y d) turístico y especializado. Es una clasificación que queda bastante corta para dar cuenta de la diversidad y heterogeneidad de los mercados. Por su parte la SEDECO también tiene dentro de su base de datos de mercados públicos una variable llamada “vocación” para la cual, ofrecen 5 categorías distintas las cuales son: a) Abarrotes, cárnicos, pescados; b) artesanía, juguetes, bisutería; c) Comida preparada y otros; d) Muebles, ferretería, jarcería, mimbre, cestería, herramientas, artículos para cocina, artículos esotéricos.

Considero que dichas categorías son casi como decirlo todo y nada al mismo tiempo, además, dentro de ellas se han clasificado a muy pocos mercados (solo existen 88 mercados que poseen una clasificación de este tipo (SEDECO, 2020). Uno de los mercados que me interesan (Cartagena) está bastante mal clasificado puesto que dentro de la base de SEDECO se especifica que su vocación es “Ropa calzado y telas”, lo cual contrasta fuertemente cuando se hace el conteo con la base del ECOMP que revela que el giro preponderante es el de “Salones, clínicas de belleza y peluquerías” dato que tiene bastante sentido, pues lo he podido constatar en visitas al mercado; es

un giro icónico que se conecta directamente con el orden urbano y la historia del sitio, pues en las cercanías del mercado suelen reunirse grupos de jóvenes, con una interesante identidad que podría ser el nuevo sincretismo entre lo indígena, lo skate, lo cholo y lo mexicano, estos jóvenes acuden al mercado a realizarse su corte de cabello, y su presencia se remonta por lo menos a la mitad de la década de los 80 con el surgimiento de la banda de “sex panchitos”, el fotógrafo Federico Gama habla de una expresión identitaria de “mazahuacholoskatopunks”. De la misma manera para el mercado de Tacubaya Becerra dentro de la base de datos que proporcionó la SEDECO a la ADIP dicho campo para ese mercado aparece como un dato faltante.

A la luz de la insuficiente información que la dependencia encargada del fomento de los mercados, la SEDECO, ha hecho del conocimiento público, creo necesario hacer una correcta tipología del mercado, pero para poderlo clasificar de forma más precisa me parece indispensable recurrir a las fuentes del ECOMP y al trabajo etnográfico para poner en perspectiva la mirada que tengo del sitio.



Fuente: Federico Gama (2022).

Evaluación de la oferta económica y las condiciones de operación de los mercados estudiados.

Las inmediaciones a la zona de los mercados también son importantes para conocer la forma en la que estos elementos se insertan dentro de su contexto específico, es necesario conocer la dinámica de la oferta en los alrededores para entender el papel que el mercado juega como un sitio de venta, saber el tipo de oferta que tiene y si ésta compite o complementa la dinámica económica de la zona. En este apartado haré conteos de los principales giros en las inmediaciones del mercado y dentro del mercado, además con la intención de conocer la vocación comercial buscaré ver cuales son los

giros más preponderantes tanto en las áreas de influencia de los mercados bajo estudio, como al interior de los mismos, también se presenta una evaluación del estado físico de los mercados bajo estudio, a partir de los siguientes análisis:

- a) Con información del Directorio Nacional de Unidades Económicas, se hizo una caracterización de la diversidad de actividades económicas mediante el índice de diversidad de Simpson, en las inmediaciones de los mercados bajo estudio y de las actividades con mayor preponderancia en la zona de los mercados, para determinar tal preponderancia se optó por aquellas cuyo porcentaje acumulado superarse del 50% del total.
- b) Con información del ECOMP se hizo la caracterización de las actividades más preponderantes en cada mercado, para determinar tal preponderancia se optó por aquellas cuyo porcentaje acumulado superarse 50% del total de actividades al interior del mercado, también se evaluó su diversidad con el índice de diversidad de Simpson.
- c) Con las categorías y escala de evaluación propuestas por Leonardo Ramos (2015) se hicieron visitas a los mercados para evaluar sus condiciones de operación.

Evaluación del mercado Ingeniero Gonzalo Peña Manterola (Cartagena): Ingresos, clientes, gasto por cliente a la semana y giro preponderante

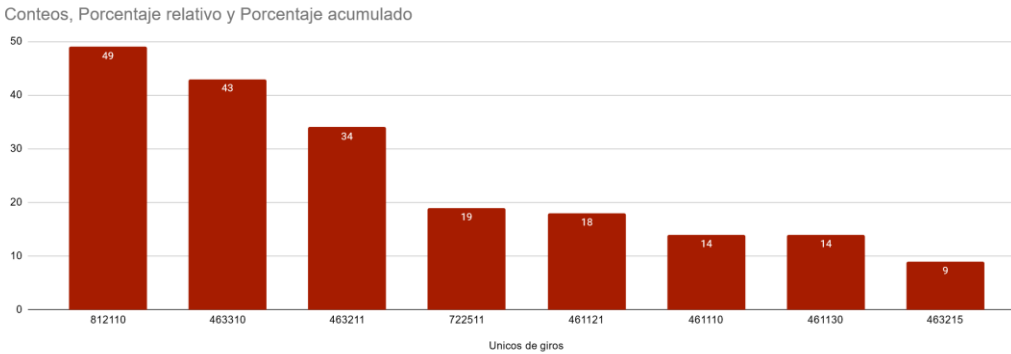
Según los datos del ECOMP (2017), en este mercado se registraron ingresos semanales de \$284 302 pesos. Durante el mismo periodo, el número total de visitantes fue de 2 586 personas, y el gasto promedio por persona a la semana en el mercado fue de \$109. 93 pesos. La actividad económica dominante es la de salones, clínicas de belleza y peluquerías, con un total de 49 unidades económicas. Si ordenamos estos datos de menor a mayor, el mercado ocupa el puesto número 221 de 310 en términos de ingresos, el puesto número 247 en cuanto a clientes y el puesto número 81 en relación al gasto promedio por cliente a la semana.

Al analizar los puntajes z, encontramos que para los ingresos éste es de 0.01, para los clientes es de 0.39 y para el gasto promedio per cápita a la semana es de -0.38. Con base en estos valores y las categorías previamente establecidas, podemos clasificar a este mercado como un *mercado de*

servicios, de ingreso medio, afluencia media y una producción de valor agregado semanal muy baja.

La oferta económica al interior del mercado Cartagena presenta la siguiente distribución.

Gráfica 4. Distribución de giros al interior del mercado Cartagena.



Fuente: Elaboración propia con datos de ECOMP.

El índice de diversidad de la distribución de giros al interior para este mercado es de 0.93 por lo que existe una menor diversidad de actividades económicas al interior del mercado que en la zona circundante, es decir, el mercado se especializa en los giros más preponderantes que son los que se listan en el cuadro 8 y son los que aparecen en la gráfica número

Cuadro 8. Conteo de las principales actividades económicas dentro del mercado Cartagena.

Clave SCIAN	Nombre de la actividad económica	Número de unidades.
812210	Salones y clínicas de belleza y peluquerías	49
463310	Comercio al por menor de calzado	43
463211	Comercio al por menor de ropa, excepto de bebé y lencería	34
722511	Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida	19
461121	Comercio al por menor de carnes rojas	18
46110	Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas	14

461130	Comercio al por menor de frutas y verduras frescas	14
463215	Comercio al por menor de bisutería y accesorios de vestir	9

Fuente: elaboración propia con datos de ECOMP.

Cuadro 9. Evaluación de las condiciones generales de operación del mercado Cartagena.

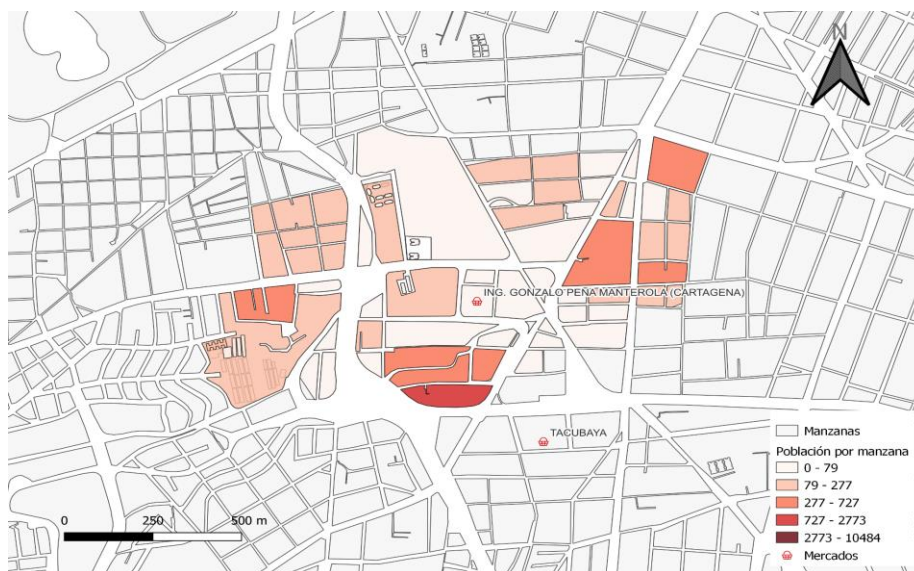
Observaciones	Facilidad de acceso entre zonas del mercado	Limpieza general	Condiciones generales de conservación del mercado	Condiciones generales de los locales	Señalización e información
	9	8	6	6	6
Promedio	7				

Fuente: Elaboración propia con base en Ramos (2015) y observaciones de campo.

El área de influencia del mercado Cartagena

En el área de influencia del mercado tiene en total una superficie de 0.7 km^2 y se distribuye en 123 manzanas, en las cuales según datos del censo de población y vivienda de INEGI 2020 habitan un total de 10 464 personas.

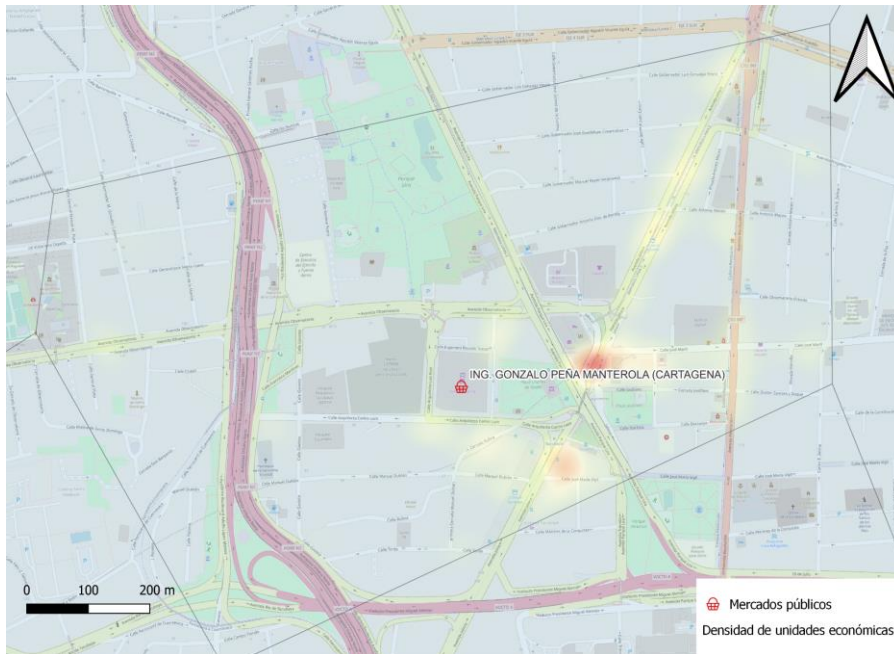
Mapa 6. Población en el área de influencia del mercado Cartagena.



Fuente: Elaboración propia con información de INEGI 2020.

La densidad de unidades económicas en el polígono de influencia de este mercado queda representada por el siguiente mapa:

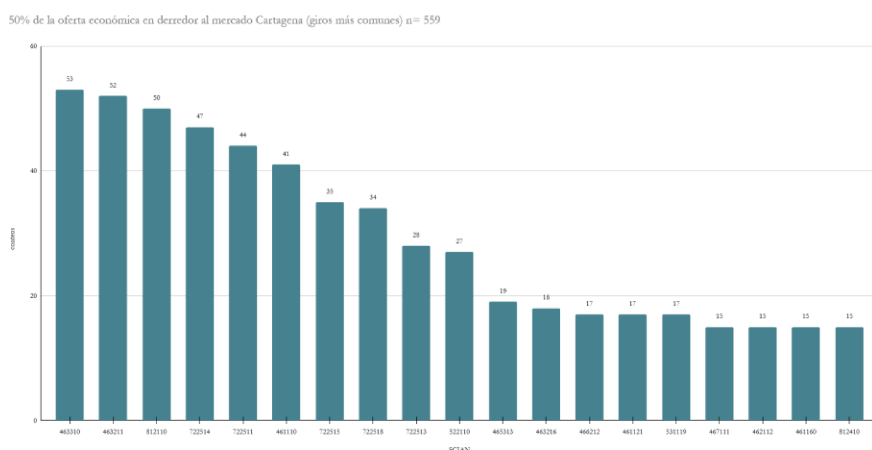
Mapa 6. Densidad de unidades económicas en el área de influencia del mercado Cartagena.



Fuente: Elaboración propia con información de DENUE.

Los giros preponderantes en esta zona, es decir, que en su conjunto aglomeran al 50% de la oferta económica son los siguientes:

Gráfica 5. Actividades económicas más comunes en derredor al mercado Cartagena.



Fuente: Elaboración propia con información de DENUF.

Nombres de las claves de los giros del gráfico:

Cuadro 10. Conteo de las actividades económicas más comunes en derredor al mercado Cartagena.

Nombre de la actividad	Conteo
Comercio al por menor de calzado	53
Comercio al por menor de ropa, excepto de bebé y lencería	52
Salones y clínicas de belleza y peluquerías	50
Restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas	47
Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida	44
Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas	41
Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares	35
Restaurantes que preparan otro tipo de alimentos para llevar	34
Restaurantes con servicio de preparación de antojitos	28
Banca múltiple	27
Comercio al por menor de revistas y periódicos	19
Comercio al por menor de ropa de cuero y piel y de otros artículos de estos materiales	18
Comercio al por menor de teléfonos y otros aparatos de comunicación	17
Comercio al por menor de carnes rojas	17
Alquiler sin intermediación de otros bienes raíces	17
Comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías	15

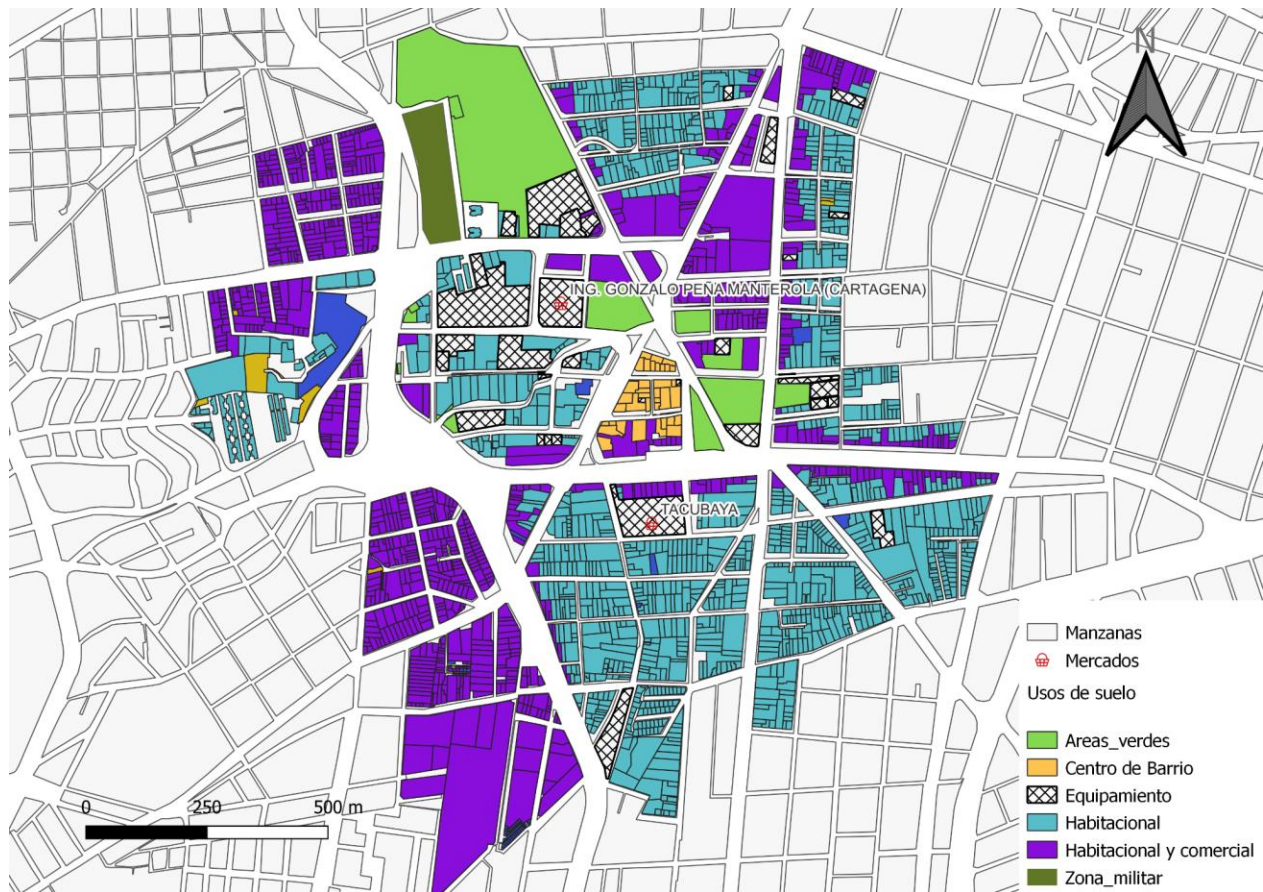
Comercio al por menor en minisupers	15
Comercio al por menor de dulces y materias primas para repostería	15
Estacionamientos y pensiones para vehículos automotores	15
Total	559

Fuente: Elaboración propia con información de DENUE.

El índice de diversidad para esta zona es de 0.98 lo cual indica una gran diversidad en el tipo de actividades económicas que existen. Es notorio que la venta de calzado es una de las actividades más preponderantes, al mirar la concentración de las unidades económicas y hacer un mapa de calor de su concentración, es notorio que —a diferencia del mercado Tacubaya— las actividades comerciales no parecen gravitar en torno a este centro de abasto, más bien parecen extenderse a lo largo de la avenida Jalisco a partir de la calle Mártires de la conquista y concentrarse en dos puntos en específico, el primero desde ésta última y hasta la Avenida Parque Lira; el segundo, sobre la misma Avenida Jalisco y entre las calles de Avenida Parque Lira y Avenida Benjamín Franklin. La dinámica económica en esta zona no parece estar anclada al mercado, más bien parece ser el caso de un corredor comercial que se distribuye a lo largo de la avenida Jalisco.

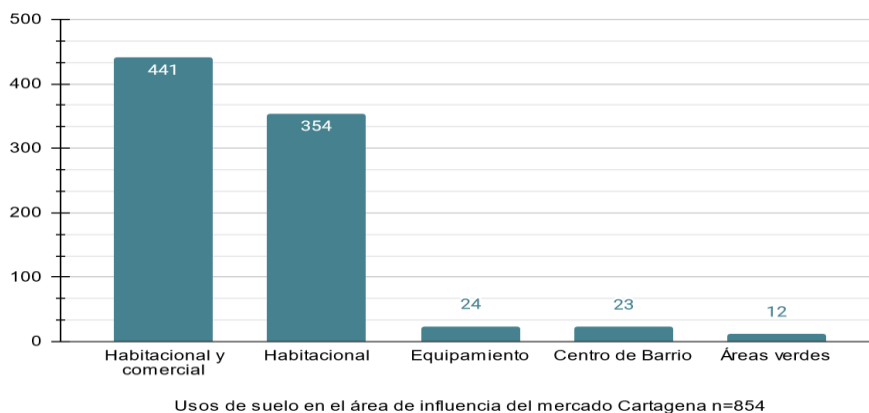
En esta zona los usos de suelo preponderantes son los siguientes:

Mapa 7. Usos de suelo en las áreas de influencia de los mercados.



Fuente: Elaboración propia con información de INEGI, y SIG CDMX.

Gráfica 6. Cuento de usos de suelo en el área de influencia del mercado Cartagena.



Fuente: Elaboración propia con información de DENUE

Un recorrido por el mercado Cartagena y su área de influencia.

Llegar al mercado desde el metro resulta fácil, es necesario tomar las escaleras de la línea 1 y salir donde se encuentra un letrero que dice “Mercado Peña Manterola” cruzar por unos puestos que ofrecen diversas mercancías como cinturones, bolsas, maletas, artículos de electrónica, dulces etc. Al frente se puede ver la plaza “Charles de Gaulle”, es una imagen ecléctica pues por una parte hay un aire de ambiente familiar, proyectado sobre todo por los juegos de feria que se ven en la explanada, y por otra parte, se puede ver a varias personas tomando alcohol en las jardineras o contratando el sexo servicio que un grupo de mujeres ofrecen cerca de los juegos.

Me siento en la jardinera para preparar mi grabadora, pues tengo planeado hacer varias entrevistas dentro del mercado, pero mientras iba en el metro me di cuenta de que estaba fallando, esto me hace detenerme antes de entrar al mercado para estar seguro de que en el momento indicado tenga las herramientas necesarias para continuar con mi trabajo. Es así que decido observar la forma en la que las personas utilizan el espacio. En un grupo disperso de jardineras se pueden ver distintos usos, a mi izquierda está un grupo de tres hombres, aproximadamente de 40 o 50 años, están tomando un Tonayan con Coca cola —Tonayan es un licor de caña, muy popular en México por su bajo precio—, lo vierten en unos vasos azules y juegan entre ellos, a mi derecha hay una pareja de jóvenes que platican, se abrazan y se besan de vez en cuando y no son los únicos que aprovechan el sitio para “echar novio” pues también está una pareja de adultos mayores más adelante en otra de las jardineras.

El sol amaga con fuerza y nos obliga a todos a sentarnos en las jardineras, los árboles que crecen en su centro se convierten en la sombra perfecta para estar tranquilamente en este sitio. Además de servir como sombra para evitar el calor del sol, las jardineras también sirven como sitio de reposo, hay 3 hombres que parecen descansar de la resaca que les aqueja, dos de ellos están rodeados de botellas vacías de licor de anís, mientras uno hace un equilibrismo inconsciente, pues mientras duerme, con su mano derecha sostiene una botella de licor de caña a la mitad, indicios de la borrachera de la noche anterior o de las primeras horas de la mañana.

Hay 9 juegos mecánicos, pero solo uno está encendido, aunque no está funcionando, se ve a un joven que mira su celular con atención mientras espera a los clientes que gusten subirse y justo detrás de este juego un grupo de mujeres pasea la mirada por la plaza mientras ofrecen servicios sexuales a los transeúntes. A lo lejos en el extremo sudeste de la plaza está un padre con su pequeño de unos 7 u 8 años de edad, juegan con su triciclo y un globo de helio que el niño sostiene en su

manubrio, el niño juega y rueda su vehículo por toda la plaza, el papá lo sigue con la mirada y lo ve desde lejos esquivar algunas botellas y pasar a toda velocidad frente a todos nosotros.

Todos estos usos del espacio se desarrollan de manera pacífica, aunque no faltan aquellos momentos de intimidación, los tres hombres que estaban tomando en la jardinera frente a mí, ven a un muchacho de secundaria pasar, no tendrá más de 15 años y escucho a uno de ellos decir “perame ya salió para las otras” mientras brinca la jardinera y le grita al joven “hey, carnal, hey, carnal, ven, ven” el joven lo mira por encima del hombro y apresura su paso, aunque el hombre lo alcanza a los pocos metros y le dice algo que no se escucha hasta donde estoy. Regresa y les dice a sus compañeros: “al chile nomas me dio cinco varos, cámara pinche guayabo acompáñame a talonear para sacar para las otras, órale güey ya párate, no seas webon”¹⁸.

En la zona hay varios rumbos que tienen distintas actividades, es posible por ejemplo ver que en la Av Jalisco hay una gran cantidad de lugares donde existen maquinitas para hacer pequeñas apuestas, y se tiene la venta de bebidas alcohólicas, si se camina sobre la calle Manuel Dublán, se encuentra uno con la primaria Guillermo Prieto, por lo que alrededor de las 14:00 pm se puede ver a los pequeños estudiantes caminando por las calles, reuniéndose con sus familiares y comprando uno que otro dulce y golosina que se vende en las cercanías. Tacubaya es un barrio muy antiguo en la Ciudad de México, el espacio que rodea el mercado posee distintos usos y confluyen en él una gran cantidad de grupos sociales, es un crisol de la diversidad urbana y es un espacio que desde hace tiempo ha estado en disputa (Contreras, 2019).

Existen diversas problemáticas, pero una de las que más llama la atención es la congestión de vehículos y transporte público que circula por la zona. Los camiones y los automovilistas pelean por un espacio de acera, los cruces peatonales son escasos y hay que tener una habilidad especial para atravesar la calle arquitecto Luis Ruiz situada al oeste del mercado. Es más fácil caminar otros 150 metros hacia el norte rumbo a la avenida Observatorio y subir por el puente, que utilizar el paso peatonal que ha sido borrado por el interminable trajín de los camiones. Al sur del mercado, los camiones se agolpan en la calle Arquitecto Carlos Lazo y la Cerrada Rufina, ahí, cuál punta de lanza de la movilidad en la zona, se encuentra un gran paradero de camiones, desde ahí salen diversas rutas a sitios como Santiago Acopilco, Tinajas, Salazar o Santa Fe.

¹⁸ Talonear significa pedir dinero, por lo general es una forma intimidatoria en la que el que “talonea” llega a pedir dinero, insinuando represalias en caso de no dar el dinero que “amablemente” se está pidiendo. También es posible decirle taloneo al acto de limosnear, aunque es menos común.

Después de varios intentos y de restaurar las configuraciones de fábrica, mi grabadora comienza a funcionar nuevamente y me dirijo al mercado. El mercado es una especie de cuadrado, hay que atravesar la calle Castellanos Quinto, que sirve como un estacionamiento, no hay tránsito vehicular pues la bocacalle está cerrada por puestos en vía pública que venden fundas para celulares, audífonos, cargadores, discos e incluso hay un puesto con una pequeña vitrina refrigerada que ofrece refrescos y sopas Maruchan. Me dirijo al segundo pasillo, el cual atraviesa el mercado de este a oeste, lo primero que me llama la atención es que justo en el medio del mercado hay unos locales que ofrecen comida, hay bastantes comensales pero lo interesante de esto es que se encuentren en esta zona del mercado, pues por lo general en los mercados en su zona central se ubican puestos que ofrecen verduras o alimentos de la canasta básica, y en sus extremos, en un área bien delimitada, las zonas de comida.

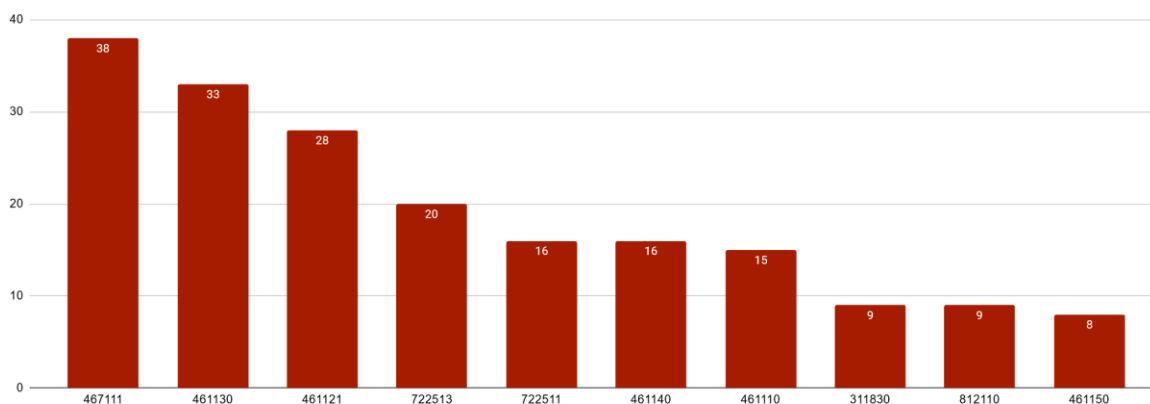
Evaluación del mercado Tacubaya: Ingresos, clientes, gasto por cliente a la semana y giro preponderante

Este mercado ha registrado ingresos semanales superiores a los del mercado Cartagena, alcanzando un monto de \$832 609 pesos. Además, el número total de visitantes fue de 4 792 personas, lo que indica un alto nivel de afluencia. En este mercado el gasto promedio per cápita no es muy distinto del que se realiza en el mercado de Cartagena un hecho notorio pues nos informa de que en ambos mercados se comercializan mercancías de bajo costo. El valor de esta variable en el mercado es de \$173.53 pesos de gasto promedio por persona. Respecto a la actividad preponderante, tenemos que en este mercado abundan las ferreterías y tlapalerías sin detrimento de otros giros como la venta de frutas y verduras o la venta de carnes rojas.

En cuanto a la actividad económica dominante, se destaca el comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías, aunque también se encuentran giros adicionales como la venta de frutas y verduras frescas, así como la venta de carnes rojas. Al ordenar los datos de las variables de menor a mayor, el mercado ocupa el puesto número 289 de 310 en términos de ingresos y clientes promedio por semana, y el puesto número 233 en relación al gasto promedio por cliente a la semana.

Al analizar los puntajes z, se observa que para los ingresos este es de 1.52, para los clientes es de 1.48 y para el gasto promedio per cápita a la semana es de -0.031. Con base en estos valores y las categorías previamente establecidas, este mercado queda clasificado como un *mercado de herramientas y abasto, con ingresos altos, alta afluencia y una producción de valor agregado semanal muy baja*.

La oferta económica al interior del mercado Tacubaya, está representada por la siguiente gráfica: Gráfica 7. Distribución de giros al interior del mercado Tacubaya.



Para este mercado las actividades económicas más preponderantes son :

Cuadro 11. Conteo de las actividades económicas más comunes en el área de influencia del mercado Tacubaya.

Clave SCIAN.	Nombre de la actividad.	Unidades.
467111	Comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías	38
461130	Comercio al por menor de frutas y verduras frescas	33
461121	Comercio al por menor de carnes rojas	28
722513	Restaurantes con servicio de preparación de antojitos	20
722511	Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida	16
461140	Comercio al por menor de semillas y granos alimenticios, especias y chiles secos	16

461110	Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas	15
311830	Elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal	9
812110	Salones y clínicas de belleza y peluquerías	9
461150	Comercio al por menor de leche, otros productos lácteos y embutidos	8

Fuente: elaboración propia con información de ECOMP.

En este mercado el giro de estéticas no es tan abundante como en el caso del mercado Cartagena y su índice de diversidad es de 0.94 lo que refleja una menor diversidad que su zona circundante, es decir, este mercado también se especializa en determinadas actividades económicas, sin embargo, es posible apreciar que tiene un índice de diversidad mayor que el de Cartagena, lo cual indica que éste último está aún más especializado que el de Tacubaya. Se puede agregar además que a diferencia del mercado Cartagena, el de Tacubaya es un mercado más integrado a la dinámica de la oferta comercial de su zona circundante, ofertando diversos productos de comercio al por menor que complementan la oferta de la zona.

Cuadro 12. Evaluación de las condiciones generales de operación del mercado Tacubaya.

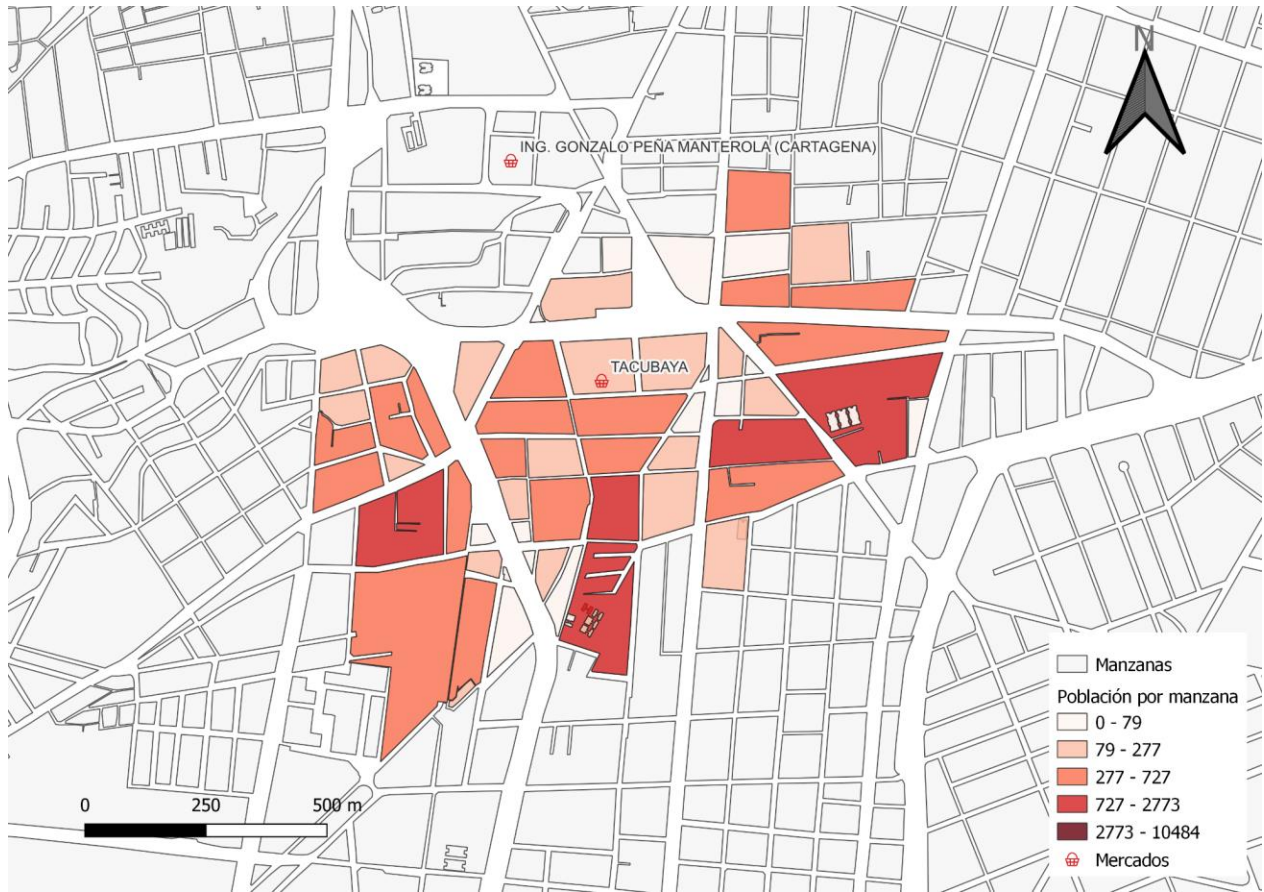
Observaciones	Facilidad de acceso entre zonas del mercado	Limpieza general	Condiciones generales de conservación del mercado	Condiciones generales de los locales	Señalización e información
	8	8	7	7	8
Promedio	7,6				

Fuente: Elaboración propia con base en Ramos (2015) y observaciones en campo.

El área de influencia del mercado Tacubaya

La superficie que abarca el área de influencia de este mercado es de 0.62 km², distribuidos en 84 manzanas, y con una población de 26 244 personas, un poco mayor a la que habita en el área del mercado de Cartagena.

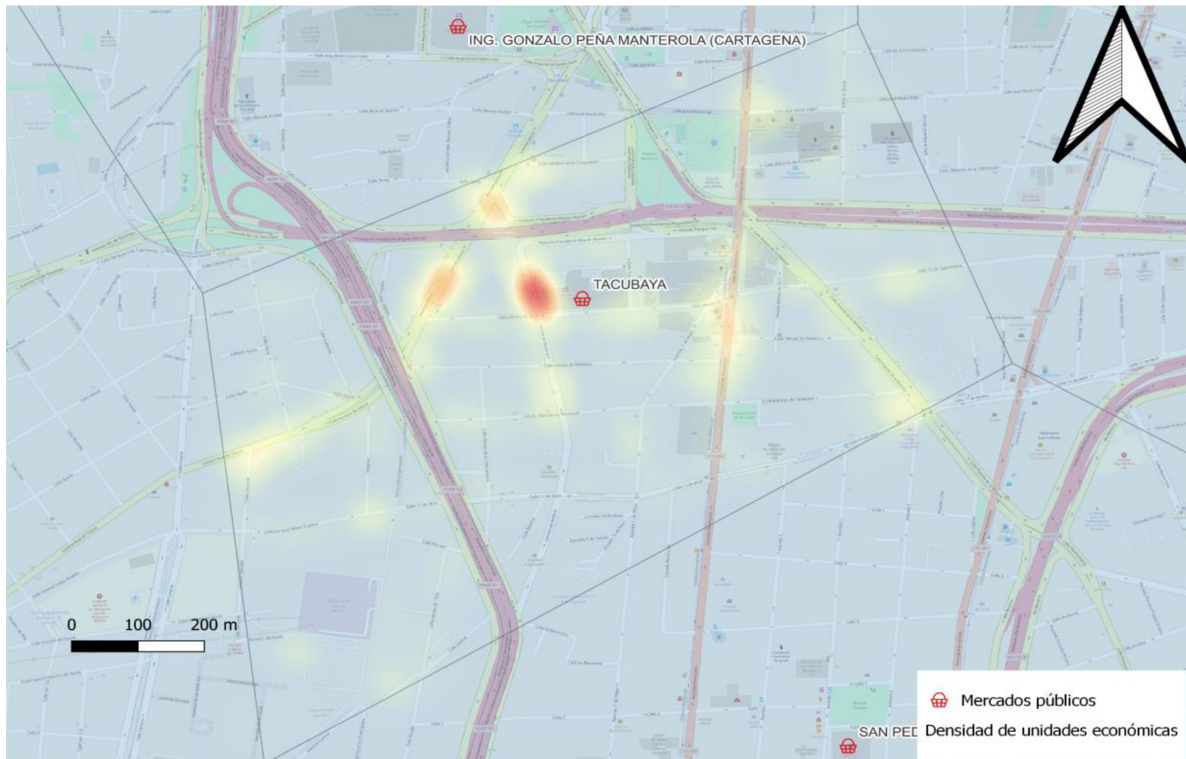
Mapa 8. Población en el área de influencia del mercado Tacubaya.



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI 2020.

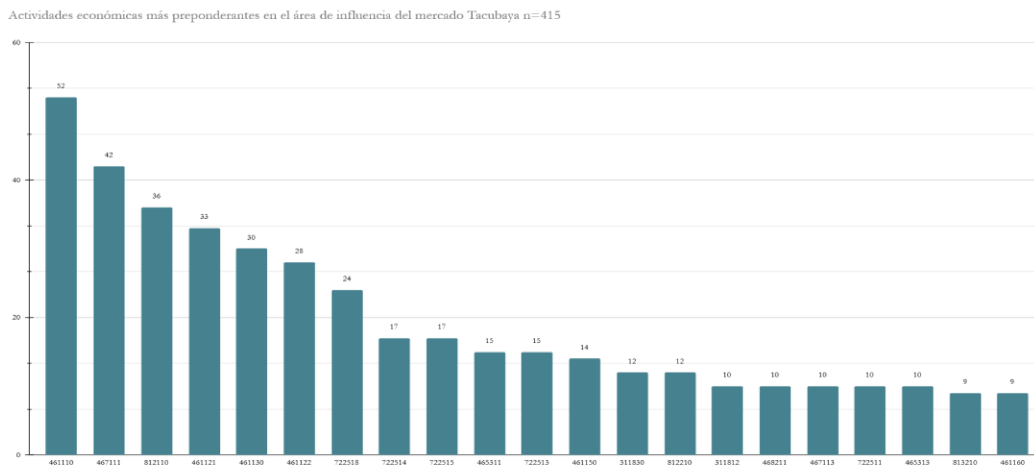
En esta zona las actividades económicas se concentran en torno al mercado, y crean un rumbo comercial en las cercanías al mismo, como se puede apreciar en el mapa 8.

Mapa 9. Concentración de las unidades económicas en derredor al mercado.



Fuente: Elaboración propia con información del DENUE 2022.

Gráfica 8. Conteo de actividades más preponderantes en la zona N= 415.



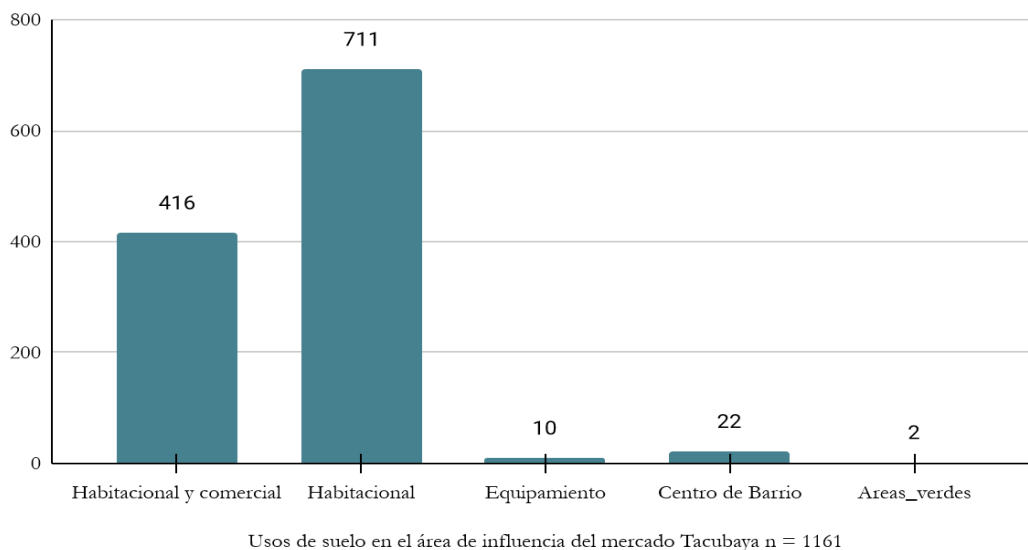
Fuente: Elaboración propia con información de DENUE.

En esta zona la actividad que tiene mayor preponderancia es el comercio al por menor en tiendas de abarrotes, con 52 unidades económicas, seguido por el comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías y en tercer lugar el giro de salones y clínicas de belleza. Los principales

corredores comerciales se concentran en la avenida Jalisco, la Calzada de Becerra —justo en donde se encuentra el mercado—, el tramo de la avenida Revolución comprendido entre las calles de Mártires de Tacubaya y Héroes de 1818, es posible observar un *rumbo comercial*, usando los términos de Mario Barbosa (2008) con la forma de triángulo formado por la Avenida Jalisco, la Calle Héroes de 1810 y la Calzada Becerra. Es notorio el hecho de que aún excluyendo las unidades económicas registradas en el DENUÉ como parte del mercado, éste sigue ejerciendo una fuerte influencia en la conformación de los *rumbos comerciales* de la zona, es posible afirmar con estos datos que el mercado se coloca como un referente en cuanto a la oferta comercial, y con ello sus dinámicas respecto al comercio popular. El índice de diversidad para esta zona es de 0,98 por lo cual también podemos decir que existe una amplia oferta de actividades económicas y no hay una preponderancia considerable respecto a los negocios que se encuentran en la zona.

Los usos de suelo en esta zona son los siguientes, y su distribución espacial está representada en el mapa 6, líneas arriba.

Gráfica 9. Conteo de usos de suelo en el área de influencia del mercado Tacubaya.



Fuente: Elaboración propia con información de DENUÉ.

Un recorrido por el mercado Tacubaya y su área de influencia.

El mercado Tacubaya es peculiar porque se encuentra en un terreno irregular, esto hace que el edificio donde se asienta tenga tres plantas distintas. Esta compuesto por un total de 512 locales y

resulta notable la preponderancia de aquellos dedicados a la venta de artículos de plomería y herramientas. Para llegar desde el metro hay que salir en la estación Tacubaya y caminar aproximadamente 500 metros con dirección al sur sobre la avenida Jalisco, posteriormente subir un puente que atraviesa el Viaducto Miguel Alemán, y continuar sobre avenida Jalisco hasta llegar a la calle Heroes de 1810, ahí se debe seguir por 100 metros más hasta llegar al mercado.

La entrada principal está justo frente a una parada de autobuses que llevan a distintos lugares, entre los letreros de los camiones se pueden leer distintos destinos como “Jalalpa, las Torres”. En la manzana que está justo frente al mercado hay distintas fondas donde se puede comer por 75 pesos una comida de tres tiempos, mejor conocida como “comida corrida”, también hay una pollería y un baño público. Justo antes de llegar al viaducto, se puede ver que en las aceras de esta zona también hay bastantes comerciantes que ofertan diversos productos, entre ellos algunas herramientas que se ven hechas por ellos mismos con materiales como varillas para la construcción, entre taladros reacondicionados y herramientas viejas los constantes flujos de personas son incesantes y se nota una vitalidad en la zona, una vitalidad que contrasta con el entorno del mercado Gonzalo Peña Manterola, la cual no es menor, pero es cualitativamente distinta, por una parte tenemos un ajetreo de personas en tránsito, mientras que en la otra zona tenemos un ajetreo de algunos camiones que están frente al mercado y muchos clientes que recorren los pasillos del mismo.

Justo frente al mercado, en la avenida de Heroes de 1810 también se encuentran otros negocios de pollo y un local que se dedica a la venta de quesadillas y antojitos mexicanos. En la zona hay muchos puestos en la vía pública donde los comerciantes venden herramientas de uso o herramientas nuevas, caminando sobre la calle de Becerra y hacia el norte, uno finalmente llegará al viaducto presidente Miguel Aleman, una vialidad rápida que corta la continuidad peatonal y obliga a pasar por el bajo puente en caso de querer desplazarse en dirección al metro Tacubaya y al otro mercado que hemos estudiado.

Si caminamos sobre la calle de Becerra hacia el norte y al encontrarnos con el viaducto Miguel Aleman, damos vuelta a la derecha, caminando justamente sobre la banqueta de la lateral del Viaducto, encontraremos en la esquina de ésta avenida y la calle Tránsito, una tienda de la cadena de minisuper llamada Tiendas 3 B, irónicamente dicha tienda se encuentra en colindancia con el mercado, y ofrece productos similares a los que se venden dentro del mercado.

Justo frente al mercado existen diversos negocios también ofrecen productos que el mercado vende, por ejemplo hay negocios grandes que venden pollo “Mago pollos”, “Distribuidora de pollo El Surtidor”, “Pollería Pollitos en fuga”, veo que llega un camión y que comienzan a descargar grandes cajas de plástico, en eso uno de los trabajadores le dice a su compañero —Aguantame, voy al baño— él le contesta —Me traes un cigarro güey— veo al trabajador desaparecer entre los pasillos del mercado. Aunque estos negocios puedan representar una competencia para el mercado, aún así los servicios que se ofrecen dentro del mismo son demandados tanto por la población del mercado como por las personas que lo visitan por razones de trabajo o por que estaban de paso.

Este mercado se integra de mejor forma a su entorno, porque su oferta comercial complementa lo que se vende en la zona, para este mercado tenemos que el giro más preponderante es el correspondiente al comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías, si bien en la zona existen diversos puestos de comercio en vía pública que ofertan el mismo tipo de mercancía, es notorio el hecho de que dentro del mercado hay más especialización, por la venta de artículos de plomería en la planta baja.

Capítulo 3 La burocracia a nivel de calle en los mercados

El objetivo de este capítulo es presentar las voces de diversos actores dentro de los mercados públicos en los que se hizo trabajo de campo, de igual manera, se presentan las limitaciones y las soluciones que los burócratas a nivel de calle —es decir los administradores y los jefes de mercados— encuentran para organizar y coordinar el funcionamiento de los mercados en los que laboran.

El capítulo se organiza en dos apartados principales, el primero trata de una discusión de corte más teórico acerca de la *burocracia a nivel de calle*, esto lo hago con la intención de aportar algunos elementos para establecer un diálogo con discusiones más amplias que se formulan desde la sociología de la acción pública y de la elaboración de políticas públicas. En el segundo apartado presento a los administradores de los mercados en donde realicé mi trabajo de campo, también al jefe de mercados de la Alcaldía Miguel Hidalgo y finalmente a una funcionaria de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México. En esta parte del texto muestro algunas de las visiones que estos actores tienen con respecto al funcionamiento de los mercados, lo cual me permitió hacer un modesto retrato de la forma que su actuación le da al curso general del funcionamiento de los mercados y la implementación de las políticas públicas que conciernen a su mantenimiento.

Una mirada a la burocracia

Kristof Kőmives hojea en su despacho un expediente, mira con ensoñación las aguas del Danubio y vive el vértigo de experimentar impulsos contrapuestos, él es un funcionario convencido de que es su deber obrar para la conservación del orden y salvar a la sociedad del caos, es capaz de sentir piedad pero incapaz de absolver a los culpables, vive una batalla interna; está convencido de que los impulsos deben afrontarse con determinación y disciplina, pero él mismo se encuentra a merced de sus anhelos y recuerdos de juventud, a merced de la empatía que siente por las personas.

El togado húngaro recorre Buda, la parte histórica de la ciudad, piensa en el pasado y la tradición; al mismo tiempo observa Pest, la parte nueva de la ciudad, como la génesis de dudas y oportunidades, el baile inacabado entre modernidad y tradición, el presente que habita y la crianza que lo hace, dos impulsos vitales que dan sentido a su existencia y estructuran su ser.

Kristof, pertenece a una estirpe de jueces y posee los códigos necesarios para descifrar los comportamientos de su clase social. Su *habitus* se manifiesta en tonos de voz, movimientos y modales que encajan perfectamente en ese mundo, sutiles —pero fundamentales— señales enclasantes, incorporadas, le resultan naturales. Fuma dos tipos de cigarrillos; los que le lía su esposa en casa y los manufacturados con boquilla dorada, reservados para aquellos a quienes desea mostrar su deferencia.

En su novela *Divorcio en Buda*, Sándor Márai (2002) retrata a este personaje que se siente tan cercano, tan humano y que podemos reconocer incluso en nuestra sociedad. Nos preguntamos si los burócratas actuales también viven inmersos en ese aluvión revuelto descrito por Márai. ¿Es posible pensar en el *burócrata a nivel de calle* como un arquetipo reconocible en diversas sociedades y con características compartidas?

Quizás la burocracia se presenta al observador distante como una sinergia de funcionarios, una amalgama diáfana de procedimientos; manuales de operación, reglamentos, lineamientos, leyes y normas que lubrican la maquinaria procedimental del Estado. Un mecanismo límpido en sincronía que, sin embargo, cuando es visto de cerca, se nos aparece sórdido. Tal vez su sordidez, es en realidad —como nos advierte Mary Douglas¹⁹— el indicio de que nos encontramos ante un sistema clasificatorio, tan solo una forma de organizar la percepción del mundo que nos rodea, ¿será que la burocracia y los procedimientos que operan en su seno son una forma de ordenar el mundo?

El estudio de los operadores del Estado ha sido objeto de atención en las ciencias sociales desde hace tiempo. Max Weber, en su momento, delineó de manera general las características de los fenómenos sociales circunscritos al campo del poder burocrático. El autor identificó seis características específicas de las burocracias (Weber, 2014: 1150-1152).

En primer lugar, se encuentran las *atribuciones oficiales fijas*. Estas corresponden a las necesidades organizativas y se regulan de manera clara. Asimismo, implica establecer

¹⁹Para Mary Douglas (1966) la sociedad nos remite a las fronteras de las clases existentes en un determinado sistema clasificatorio, la percepción no es una cuestión neutra, sino que también es filtrada por nuestras categorías; éstas además de describir nuestro mundo, lo modifican, lo moldean. La autora sostiene que el hecho de encontrar algo como contaminante responde a que dicho objeto se encuentra en disonancia o contradicción con las categorías que hemos interiorizado para describir y ordenar nuestro mundo (Douglas 1973: 55,56).

procedimientos específicos para la designación de los cargos, los cuales buscan evaluar aptitudes y se basan en métodos técnicos para designar a las personas más idóneas para ocupar el puesto. La segunda característica de las burocracias, destacada por Weber es la *jerarquía funcional y de la tramitación*. La cual se refiere a la existencia de una estructura con reglas claras para gestionar y tomar decisiones; de esta manera, a través de los procesos de tramitación, se establece una interacción bidireccional entre aquellos que ejercen poder en la organización. Los superiores ejercen supervisión sobre sus subordinados, no obstante, estos últimos también pueden recurrir a las autoridades superiores si surge alguna inconformidad con sus superiores directos.

La tercera característica tratada por el autor es la del *archivo y documento*, los cuales funcionan como elementos clave en la maquinaria burocrática. Weber reconoció la importancia de que tanto las instituciones públicas como privadas mantengan registros, borradores y personal adecuados para asegurar un funcionamiento eficiente. Estos recursos son fundamentales para garantizar el flujo adecuado de información y facilitar la toma de decisiones.

La *profesionalización de los funcionarios* ocupa el cuarto lugar de esta caracterización. Esta parte es esencial debido a la naturaleza específica de los cargos, que requieren un aprendizaje riguroso y sistemático de conocimientos especializados. Adquirir estos saberes se vuelve crucial para un desempeño adecuado de las funciones asignadas. En quinto lugar; se encuentra el *compromiso del funcionario con la función* lo cual implica que los burócratas deben ser capaces de cumplir con sus deberes y responsabilidades sin importar el tiempo que lleven prestando servicios en la corporación. Por último; la sexta característica señalada por el autor es la *transmisibilidad del saber burocrático*. La transmisión de este conocimiento es crucial, puesto que los conocimientos de los cargos de los burócratas no deben de ser indescifrables. Actualmente existen manuales de operación que detallan todas las funciones y responsabilidades de cada funcionario. Esto se hace con el propósito de contar con documentación y la posibilidad de capacitar a los reemplazos en caso de que alguien deje el puesto. De esta manera se evita que el cargo quede vacante durante un periodo prolongado.

Weber realizó una caracterización que sigue siendo relevante para comprender el funcionamiento de las burocracias. Sin embargo, es importante destacar que el autor no profundizó de manera específica en algunas de las características antes mencionadas. Por ejemplo, ¿qué

opinaría el autor sobre la forma práctica en la que un burócrata implementa el principio de las *atribuciones oficiales fijas*? Además, ¿qué hay de la libertad de los funcionarios para utilizar su conocimiento de normas, reglamentos, leyes y saberes como una forma de ejercer poder discrecional? En ese sentido, considero que examinar nuestras burocracias puede ayudar a responder estas preguntas, pero es crucial adoptar una perspectiva desde abajo, centrándose en los funcionarios que tienen contacto directo con las personas que experimentan los efectos de las políticas públicas de primera mano.

Ingrid Bleynat (2021) mostró la forma en la que el papel de los administradores de los mercados públicos en la Ciudad de México ha sido fundamental para adaptar las normas de forma general a situaciones particulares. Por ejemplo, menciona que en octubre de 1911, sin conocer las limitaciones bajo las cuales operaban los mercados, la tesorería ordenó extender el horario del mercado de 3 a 6 de la tarde. No obstante, muchos administradores rápidamente señalaron que esto sería imposible debido a la falta de iluminación en los mercados, lo que dificultaría la limpieza después de las labores de venta (Bleynat, 2021:73).

Este contacto directo con la realidad, este saber incorporado a través de la cotidianidad y la interacción diaria es lo que se le escapa a los *tipos ideales* Weberianos o la caracterización a través de manuales de operación y de funcionamiento de las organizaciones. Para subsanar esta ceguera, me parece muy útil el concepto de *burocracia a nivel de calle* (Lipsky, 2010) y pensar a los administradores de los mercados como un ejemplo de *burócratas a nivel de calle*.

La burocracia a nivel de calle

De acuerdo con Michael Lipsky (2010) el término *burócrata a nivel de calle* se entendió en dos sentidos, de los cuales el primero y más común es el referente al funcionario que opera en el nivel inicial de la jerarquía burocrática; éste actúa como la vanguardia y es el rostro visible del Estado, aquel que los ciudadanos conocen. Avanzando sobre este tema, veremos que el autor menciona que este uso del concepto en realidad no es el que él originalmente pretendió ya que el burócrata a nivel de calle debe estar inserto en una determinada estructura con normas, funciones, reglamentos y características operativas muy particulares.

El autor trata esta cuestión y clarifica el verdadero significado del concepto. De este modo, Lipsky aclara; no todo funcionario que diariamente interactúa con los ciudadanos es un burócrata a nivel de calle “in this second conception of the term, in other words, not every teacher, police officer, or public social worker experiences the pressures that I stated Street-level bureaucrats face by definition (...) if we adopt the second perspective, we can see that not every frontline worker experiences the pressures this book analyzes” (Lipsky, 2010: XVII).

El burócrata a nivel de calle deberá cumplir con ciertos requisitos y ciertas características para poder ser nombrado de esa manera, una de estas características tiene que ver con la forma en la que los sujetos se desenvuelven dentro de su institución, para Lipsky lo referente a estas condiciones que podríamos llamar estructurales se puede resumir básicamente en los siguientes dos puntos:

- 1) Hay una falta constante de recursos, ya sea que son insuficientes o no adecuados para las tareas que les son encomendadas a los trabajadores
- 2) La demanda de los servicios tiende a incrementar para alcanzar la oferta ²⁰

Los burócratas a nivel de calle también desempeñan un papel en la orientación de conductas de las personas a las cuales brindan servicios. Lipsky los describe como “clientes”, aunque no lo sean por elección propia, ya que están “obligados” por la estructura social a ocupar ese rol particular. (Lipsky, 2010: 54). Esta construcción del rol de cliente es otro aspecto distintivo y operativo de este tipo de burocracias, además, estos funcionarios poseen cierta discrecionalidad, lo que les permite “flexionar” sin romper las reglas establecidas, de manera que su actuar influye en la implementación final de la política pública.

La figura de administrador de los mercados públicos en la Ciudad de México como burócrata a nivel de calle

La figura del administrador de mercados ha estado presente desde al menos 1791, cuando se estableció el reglamento para el mercado del Volador. En los artículos 26 al 30 de dicho reglamento, se describen sus funciones, los procedimientos para su nombramiento y hasta su

²⁰ Lipsky habla de la forma en la que a través de la provisión de servicios estatales se puede crear una demanda inducida, para este autor no hay mejor ejemplo de la forma en la que la autopista de Long Island, que supuestamente habría de conectar a dicha isla con Nueva York en realidad indujo a que más automovilistas utilizaran esa vía, de esta forma el tiempo de traslado regresó a la cantidad inicial “a new equilibrium was restored with the same degree of congestión during rush hours, although with a higher volume of traffic” (Lipsky, 2010: 33)

salario, que en ese entonces era de \$1 200 pesos mensuales más un adicional por encender los faroles de la plaza. Esta figura siempre ha desempeñado un papel importante en el funcionamiento de estos espacios, sin embargo con el proceso constante de descentralización del gobierno de los mercados, ha ido perdiendo gradualmente facultades e influencia en la administración de los mismos. Según Blanca Azalia (2023), con la creación del Departamento de México, los mercados experimentaron un proceso de descentralización no solo en términos espaciales, sino también en términos administrativos “Con la creación del Departamento de México se promovió una administración integral de la ciudad, momento coyuntural que propició la descentralización de los mercados y una fiscalización más eficiente del comercio de alimentos y bebidas” (Azalia, 2023: 165).

De acuerdo con los lineamientos para la operación de los mercados públicos, el administrador del mercado no es una persona, sino una oficina de la Alcaldía, específicamente la Dirección General Jurídica y de Gobierno. Por otra parte, la persona que comúnmente se encuentra en el mercado y suele laborar en una oficina llamada “administración” se designa como “Auxiliar” de acuerdo con estos lineamientos. El puesto queda definido en los siguientes términos: “A la persona designada por la Dirección General Jurídica y de Gobierno, con conocimientos, honestidad y confianza probadas, para ejercer la vigilancia y supervisión de la operación y funcionamiento interno del Mercado Público” (SEDECO, 2015:1). Las funciones que se le adjudican a este funcionario quedan listadas en el artículo décimo primero de los mencionados lineamientos. Sus funciones son básicamente las siguientes:

I- Informar trimestralmente a la Dirección General Jurídica y de Gobierno, si existen locales inactivos, invasión de giros y ocupación de las áreas de uso común; II. Difundir oficios o circulares que emita la Dirección General Jurídica y de Gobierno; III. Reportar a la Dirección General Jurídica y de Gobierno la necesidad de obras de rehabilitación y mantenimiento que requiera el Mercado Público para el mejor funcionamiento, tomando en consideración las opiniones que realicen las asociaciones del Mercado Público; y IV. Atender las observaciones y quejas de los locatarios o comerciantes y público en general por deficiencia o por cualquier irregularidad que se presente en los Mercados Públicos, sin que esto implique que esté facultado para realizar gestiones o imponer sanciones de ninguna índole, debiendo informar de dichas deficiencias o irregularidades a la Dirección General Jurídica y de Gobierno; Los auxiliares de los administradores de los Mercados Públicos no podrán realizar trámites a nombre de los locatarios o comerciantes; solicitar remuneraciones económicas; autorizar remodelaciones, cambios de giro, invasión de áreas comunes o ejercer algún tipo de coacción sobre los locatarios o comerciantes; sus funciones se delimitan exclusivamente a lo establecido en el presente artículo” (SEDECO, 2015: 3-4)

Desde una perspectiva etnográfica, en las próximas líneas exploraré las percepciones de algunos de estos burócratas, de los mercados en relación a su papel dentro de la estructura de funcionamiento de estos espacios. Al igual que el personaje presentado por Márai (2002), los burócratas en la Ciudad de México se ven sometidos a una serie de constricciones legales y personales que los posicionan como figuras de gran importancia para el funcionamiento de la ciudad. Su actuar, a veces discrecional, humaniza la maquinaria burocrática e introduce nuevos elementos impredecibles que vale la pena considerar en el análisis.

Los administradores de los mercados de Tacubaya

“Nos han tocado esas situaciones que tenemos que ser flexibles y tolerantes (...) La autoridad pues no lo entiende así, ellos piensan que bisneamos, que negociamos” (Sergio, administrador del mercado Tacubaya)

El administrador del mercado Tacubaya se llama Sergio Sánchez, de 53 años de edad. Ha sido funcionario durante 32 años y comenzó trabajando como empleado de intendencia. Ha desempeñado principalmente su labor en este mercado, aunque también ha sido administrador en otros; como el de Granada y el de Jamaica, por mencionar algunos. Según comenta, esta sería su tercera vez como administrador en el mercado Tacubaya.

El administrador del mercado Ingeniero Peña Manterola —conocido como “Cartagena”— se llama Jesús Enrique. Tiene 63 años de edad y lleva 10 años trabajando en el mercado, cuenta con una amplia experiencia dentro de la administración pública, en particular en el servicio de mercados donde ha trabajado por 47 años. Dentro de su experiencia se encuentra el haber trabajado dentro del mercado Granada y el mercado de Jamaica. Actualmente su salario es de \$4 500 pesos quincenales, el cual compara con el que recibe un gerente de un centro comercial como Bodega Aurrerá.

Además de las funciones que están especificadas por los lineamientos, los administradores se deben enfrentar a distintas situaciones que ponen a prueba sus capacidades de gestión y resolución de problemas. En particular, cuando se trata de mejoras en la infraestructura, desempeñan un papel fundamental en la implementación de los proyectos. Sergio me cuenta la forma en la cual su actuación fue fundamental cuando se remodeló el mercado Escandon.

Los trabajos requeridos en el mercado implicaron que los comerciantes saliesen de sus locales, por lo que fue necesario improvisar pequeños puestos provisionales con láminas en el estacionamiento fuera del mercado. Sergio se encargó de organizar y coordinar este movimiento, asegurando que todo se llevara a cabo de manera eficiente y solucionando los contratiempos que se presentaban.

S: Lo que hicimos fue organizarlos para irlos sacando por islas vienen de a 2 islas entonces son 8 o 10 islas, fuimos sacando las 2 primeras islas y la última hilera que era la de carniceros lo sacamos a las banquetas porque la empresa que se encargó de remodelar el mercado también les hizo unos locales de láminas y madera provisionales con mesita y todas las cosas para que ahí pusieran sus productos, entonces fuimos haciendo el proyecto así porque 2 administradores no quisieron entrarle porque era mucho relajo yo me llevé a un auxiliar y estuvimos ahí 1 año trabajando 1 año en lo que duró la obra y se remodelaron todos los locales (...) Claro hubo algunas personas a las que sí se les tuvo que hacer alguna adaptación porque tenían unas bajadas de agua y “que si sí se ve muy mal, ¿ la puedo tapizar de azulejo?”, no pues tapízala o cuestiones de que “sabes qué ya no quiero la estufa de este lado, ahora la quiero de este lado” y se adaptó nada más al momento” (Entrevista con Sergio).

Además de ser mediadores entre las empresas que se encargan de hacer las mejoras en los mercados, los administradores también deben buscar mecanismos para hacer las normas flexibles y que los mercados puedan seguir operando con normalidad. De igual manera deben adaptar las normas generales, las reglas que dictan autoridades superiores y que deben ser traducidas para su aplicación en los contextos particulares.

Dentro del mercado de Tacubaya, como administrador, Sergio es consciente de que algunos locatarios tienen conductas que no cumplen con la normativa establecida. Por ejemplo, algunos realizan modificaciones que no están permitidas en sus locales, lo que puede afectar el funcionamiento general del mercado. Además la Alcaldía no siempre dispone de los recursos necesarios para realizar las reparaciones que éstos necesitan.

Uno de los problemas más frecuentes, según me cuenta Sergio, está relacionado con el uso indebido de las instalaciones de desagüe del mercado. Algunos locatarios, en lugar de utilizarlo correctamente para lavar utensilios o enjuagar trapos, instalan sanitarios que, a la larga, ocasionan problemas de obstrucción en el sistema de drenaje.

S: algunos comerciantes abusando de que ya no hay mucho personal —más en las tardes— ponen baños adentro de los locales algunos hacen baños en lo cual se supone que nada más es para lavar el trapo, enjuagar la comida la carne y cosas para la comida. Ahora también en el drenaje van heces fecales, entonces eso pues supuestamente este drenaje de todos los mercados está diseñado únicamente no tanto para desechos humanos (Entrevista Sergio).

Este funcionario sabe muy bien que no siempre se puede seguir al pie de la letra los manuales de procedimientos. Aunque no puede gestionar directamente las solicitudes —pues queda fuera de sus funciones— él facilita que los comerciantes se reúnan con su superior, quien es responsable de conocer y atender los problemas de infraestructura y necesidades del mercado. Su enfoque consiste en mantener una conversación inicial con el comerciante o persona interesada para identificar las necesidades y comunicarlas de manera adecuada a la autoridad competente, él puede identificar las necesidades y codificarlas en los términos del procedimiento vigente. Esto ejemplifica cómo los administradores de los mercados actúan como *guardianes de la agenda pública*.

La *agenda pública*, según la definición de Mény y Thoenig (1987), se refiere a aquella problemática que interpela directamente a las autoridades y el debate público. La agenda puede ser de naturaleza institucional; como el presupuesto, que se relaciona con problemas que dependen directamente de las autoridades; o de naturaleza coyuntural y sistémica, cuando eventos particulares justifican la atracción de problemáticas novedosas en el ámbito de competencia de las autoridades.

Para que un problema sea considerado en la agenda, debe pasar por los “guardianes” encargados de su gestión. En el caso de estudio, estos guardianes pueden ser los administradores de los mercados, los Jefes de Unidad Departamental de Mercados, o los Directores de Jurídico y Gobierno, quienes realizan visitas e inspecciones en los mercados. Los problemas que se incluyen en la agenda pueden surgir de carencias objetivas, pero, como mencionan Mény y Thoenig

(1987), los problemas sociales son seleccionados subjetivamente por los gobernantes en función de las necesidades percibidas.

En particular las necesidades en materia de acción pública se cifran en 4 tipos principales: El primero; la *necesidad normativa*, la cual es definida por terceras personas, expertos o profesionales. El segundo; la *necesidad percibida*, es aquella advertida por los profesionales a través de su experiencia indirecta. El tercero; la *necesidad expresada*, que hace referencia a las peticiones que hacen ciudadanos y empresarios políticos y el cuarto; la *necesidad comparativa*, que se refiere a una situación susceptible de ser contrastada con otra y se utiliza como indicador de servicios o subservicios. Es importante destacar que los conflictos y disputas en torno a los problemas pueden estar relacionados con intereses materiales, privilegios sociales o influencia política, y se presentan en términos normativos o cognoscitivos (Meny y Thoening, 1987).

En el caso de las necesidades que llegan a conocimiento de los administradores, generalmente se trata de necesidades expresadas y en algunos casos comparativas. Sergio debe tener una estrategia definida para hacer que las necesidades que los locatarios le expresan cotidianamente, tengan una respuesta oficial y se movilice su solución.

S: Pues tengo que buscar la forma (de obtener recursos para el mercado) pero luego pienso “a ver si no tengo problemas yo” por qué tú sabes que todo eso genera celo, de hecho la semana pasada vinieron de la procuraduría social y la procuraduría del medio ambiente y el exalcalde, supongo que andaba de asesor de la de la Jefa de Gobierno. Entonces vinieron hicieron un acto aquí afuera —pues al final propaganda—, pero pues se pusieron a dar folios, entonces me llamaron hoy porque estaban esperando para generar un folio de petición entonces yo le iba a decir a un locatario “sabes qué pues aquí está el número aquí está esto aquí hazlo”. Que lo haga él porque si lo solicita con su nombre yo no tengo ningún problema pero si lo hago yo es donde ya yo tengo problemas. Entonces uno tiene que buscar la forma de hacer las cosas para que los comerciantes vean que mi trabajo pues está desquitándose porque pues ya todo mundo dice que “ahí está en la oficina todo el día, ahí aplastadote viendo la tele” pero a veces uno se las tiene que ingeniar . De hecho yo cuando voy a hablar con mi jefe le digo a un locatario —él se llama Pablo— le digo “sabes qué Pablo vamos al miércoles ciudadano tienes que pedir esto, esto, esto y esto”. Ya llego yo con mi jefe y le digo “sabe qué jefe traigo aquí a Pablito, eh a ver Pablo dile” entonces Pablito pues ya empieza, “no que qué pasó jefe...” con eso ahí ya estamos echándonos la mano. (Entrevista Sergio).

Además el administrador también debe fungir como el engrane entre diversas instituciones Sergio ha podido constatar el hecho de que no siempre se satisfacen de la manera óptima las necesidades, y nuevamente se requiere hacer uso de mecanismos informales de cooperación entre autoridades y funcionarios.

S: lo solicitan en el miércoles ciudadano (los apoyos de infraestructura y servicios a la Alcaldía) lo solicitan en CESAC vía internet o por teléfono, por WhatsApp, pero ya en el momento de que están aquí pues se fuman un cigarrillo y destapan un drenaje, una coladera checan la otra y vamos a ver por dónde empezamos y se tardan 2 o 3 horas, entonces ya cuando les dan los chescos, cuando ya les dieron su tabaco ya cuando suceden este tipo de cuestiones ya es cuando actúan y es cuando procede ya el destape del drenaje ya que hay algo. No dan paso sin guarache pero sí, uno tiene que andar allí hasta consiguiéndoles para que hagan las cosas si no hay servicios. (Entrevista Sergio)

Estos mecanismos de negociación informal también se dan en el aspecto de las reglamentaciones que rigen a los locatarios, por ejemplo de acuerdo con los lineamientos para la operación de los mercados públicos de la Ciudad de México, en su título séptimo, artículo trigésimo quinto; se establecen los mecanismos para que una persona distinta al locatario titular de la cédula de empadronamiento pueda ejercer el comercio en el local. Sin embargo Sergio, y Jesús, — administradores de los mercados del barrio de Tacubaya— coinciden en que algunas veces estos procedimientos deben suavizarse y debe haber cierta flexibilidad para la aplicación de éstas normas. Jesús administrador del mercado de Tacubaya comenta:

J: Si tú eres un administrador prepotente o altanero la gente en vez de estimarte pues te repugna, entonces pues te digo mi experiencia con otros compañeros, hay gente que son muy majaderos y aquí pues se trata de hacer amigos ¿no? o sea, hay gente de la tercera edad que pues la debes apoyar, y pues adelante ¿no? Entonces pues adelante ¿no? Igual gente joven que van sobresaliendo pues igual le das consejos ¿no? Consejos de cómo organizarse, cómo moverse, cómo hacer sus trámites que pues salgan adelante ¿no? A veces, las personas grandes no pueden abrir su local y ni modos que tu estés amedrentándolos a cada rato, tienes que apoyarlos para que no pierdan la concesión” (Entrevista Administrador del mercado Jesús Velásco.)

De igual manera interesa ver qué registros del discurso se utilizan por parte de las autoridades, puesto que es posible discernir líneas de acción que se alinean con la imagen que algunos funcionarios pueden o pudieron llegar a tener de sí mismos dentro de su actuación como operadores del Estado, como bien refiere Ingrid Bleynat (2021: 26-30) algunos funcionarios encargados de los mercados llegaron a operar bajo la idea de una obligación moral y católica de tenerle compasión a los pobres, incluidos los locatarios y comerciantes en vía pública.

Este registro del discurso decimonónico subsiste hasta la fecha, existe este concepto del deber administrativo de brindar bienestar y apoyo. El administrador del mercado Cartagena, Jesús, está convencido de que es una de las formas en las que un funcionario se puede convertir en “amigo” de las personas del mercado.

J: La mínima (de las diligencias) te puede llevar todo el día y mientras que la más dura te puede llevar un rato por hacer. Hay gente que sí se presta al diálogo y hay otra gente que para convencerla te va a llevar 2 o 3 días y habrá gente que entiende bien al diálogo y hay gente que reincide y pues les tienes que llamar la atención, pero te repito, el chiste es llevarse bien, hacer amigos y no enemigos, es nuestro deber mantener el orden y apoyar a los comerciantes y usuarios que necesitan ayuda en el mercado.

Por su parte, —en el mercado de Tacubaya— Sergio también ha identificado la misma necesidad de flexibilizar la norma respecto al retiro de la concesión por no abrir los locales, aunque su procedimiento parece más elaborado, lo cual también tiene que ver con la forma en la que él moviliza la reciprocidad con los locatarios.

S: sí y sabes que el estilo es particular, ¿sabes? Mira para no echarme a la gente encima o a mis jefes que me estén diciendo de cosas, yo les digo “evítame esa situación trayéndome una receta o un una cuestión de salud, una constancia de salud para que diga aquí que padeces algo y en dado caso si llegas a faltar (como ha pasado) tal tiempo, no te vuelva a suceder” ya me dicen: “sí, yo te la traigo” entonces yo agarro y en sus expedientes meto las recetas, meto cualquier situación ya hasta cuando me ha tocado la vez de que me dicen “oye pues es que vengo porque mi mamá fijate que falleció, estaba muy enferma” y el locatario no abría. Entonces, pues nos han tocado esas situaciones que tenemos que ser flexibles y tolerantes en esa situación porque la autoridad pues no lo entiende así, ellos piensan otras cosas, que bisneamos, que negociamos. (Entrevista con Sergio).

“La autoridad pues no lo entiende así, ellos piensan otras cosas, que bisneamos, que negociamos” la frase final de este fragmento me parece valiosa porque muestra las tensiones estructurales burocráticas a las que están expuestos los administradores. Los recursos que se deben pedir a través de la Acción Institucional para el Fomento de los mercados quedan fuera de la competencia de los administradores de mercados, lo cual para Sergio es bastante frustrante pues en un pasado ellos eran quienes daban cuenta de las principales fallas del mercado, me comenta que hace tiempo que no se les pide hacer esta relación de necesidades, y que además si es que existe algún tipo de comunicación entre el JUD de mercados y las personas que laboran en la SEDECO, él lo desconoce, de hecho le parece ineficaz que la solicitud la tengan que hacer los administradores por la misma plataforma que los ciudadanos.

S: Pues ya tiene... ¿Qué será? Cuatro años o más que a nosotros no nos dan presupuesto, que el presupuesto pues es del gobierno, del gobierno central, pasa por SEDECO por la subdirección o coordinación de abasto. Pero esas reuniones las lleva a cabo el JUD de mercados con ellos, a nosotros como administradores pues no nos han invitado, o por lo menos en esta administración no ha habido ese acercamiento con el JUD, o si lo hay hacia SEDECO lo ignoramos, porque no nos ayudan a participar. *Antes nos pedían a nosotros como administradores una lista donde nos pedían anotar todas las necesidades del mercado: el cambio de cortinas, reparación de cortinas, cambio de alumbrado, cambio de lámparas no sé, cambio de alguna línea eléctrica, el drenaje colapsado, no sé.*

Que también de tantos años que tienen los mercados, en algunas veces más de 60 años, las paredes de los registros de los drenajes se colapsan, entonces se hace un boquete, y se solicita a la Alcaldía la reparación, pero pues ya tengo más de un año que reporté vía CESAC un drenaje donde sale un chisguete de agua potable. (...) Me dijo una persona, un comerciante “oiga fíjese que se oye agua, dentro del registro, pero nadie está tirando agua”. (...) Tomé video lo mande a la Alcaldía vía CESAC y pues vinieron a ver, vinieron a atender el asunto, lo dieron por atendido pero no contaban con los recursos. Es que imagínate, tienen abrir el registro a mitad del pasillo y romper el concreto y escarbar más de dos metros y escarbar hacia donde viene el agua, (...). Estamos hablando de un servicio de plomería, pero estamos hablando de tubería galvanizada entonces imagínate, todavía se llega a usar pero ya no es recomendable por muchas razones, entonces en algún temblor donde se picó o en alguna falla o algo que haya habido en el subsuelo, pues ya tenemos para divertirnos un rato. Tenemos la bomba prendida durante el día, si dejamos llenar el tinaco elevado, si por la tarde-noche lo dejamos lleno; éste amanece vacío.” (Entrevista Sergio)

Entre los proyectos institucionales de mejoramiento de los mercados, ambos administradores tienen sus opiniones respecto a los recursos que pueden llegar a solicitar, por una parte, para Jesús, administrador del mercado Cartagena, los recursos siempre son insuficientes y “una mentira” para este actor la implementación de los programas de mejoramiento son de difícil aplicación.

J:Nada más son probaditas hace como unos 4 o 5 años hicieron un mantenimiento del alumbrado pero pues muy superficial un 20% de material quedó que porque ya no había recursos se acaban, también pasa aquí (señala el techo) te impermeabilizan, este impermeabilizante tiene ya más de 15 años entonces te digo, pero pues hay muchas cosas que pues quién sabe cómo se manejan. (Entrevista Jesús)

Jesús ha identificado una dificultad importante relacionada con la aplicación irregular de los recursos destinados al mantenimiento del mercado. Aunque la SEDECO cuenta con lineamientos claros sobre cómo se deben utilizar estos recursos, Jesús aún desconoce “cómo se manejan”. Esta observación revela una característica operativa de la burocracia a nivel de calle en los mercados.

Por un lado, aunque los criterios de selección de los mercados para remodelación o reparación están detallados y descritos, los administradores no tienen conocimiento de ellos, ya que esta responsabilidad recae fuera de su competencia. Sin embargo, sus funciones si los involucran, pero de manera inoperante. ¿Por qué inoperante? Porque, a pesar de que deben elaborar informes y presentarlos al JUD de mercados, éste último no es el encargado de evaluar qué mercados tienen prioridad para recibir los recursos. Esta decisión recae finalmente en manos de los funcionarios de la SEDECO. Además como hemos visto líneas arriba, Sergio comenta que a ellos “no los han invitado”, que no los “ayudan a participar”.

Dentro de las definiciones de la acción institucional para el fomento de los mercados públicos, se mencionan los “Proyectos Estratégicos”. Estos proyectos tienen como objetivo mejorar la infraestructura de los espacios de los mercados, abarcando aspectos como las instalaciones eléctricas y cuestiones estructurales. Además, se consideran los mercados que quedaron con proyectos inconclusos en ejercicios anteriores, los cuales tendrán prioridad en el ejercicio de los recursos en la convocatoria corriente.

La selección de los mercados prioritarios se lleva a cabo mediante una tabla de graduación con ponderación y unidades de medida establecidas por la institución. En esta priorización se utilizan 6 indicadores con sus respectivos ponderadores. Tales indicadores, con sus respectivas ponderaciones son los siguientes: Inclusión (ponderación: 0.25), que se refiere a la cantidad de locatarios beneficiados por el proyecto, el uso sustentable de los recursos naturales (ponderación: 0.2), el índice de población beneficiada por colonia (ponderación:0.1), el porcentaje de aportación del solicitante, en este caso la Alcaldía, (ponderación: 0.1), y finalmente, el número de empleos esperados durante los trabajos de rehabilitación (ponderación: 0.1) (SEDECO, 2022: 77).

Resulta sumamente interesante esta caracterización de la prioridad en los mercados públicos. Sin embargo, algunos indicadores presentan cierta falta de claridad en la convocatoria y en los documentos que son de conocimiento público. Un ejemplo de ello es el indicador “índice de población beneficiada por colonia”, el cual representa un significativo 15% de la calificación total. No obstante, su unidad de medida resulta algo confusa, ya que se basa en intervalos de clase que no han sido definidos de manera concreta. Además, no se ha especificado cómo se calcula la población beneficiada. ¿Qué diferencia existe entre el intervalo de 78 a 3564 habitantes y el

intervalo de 6574 en adelante? ¿Y con qué mecanismos se determina en qué intervalo se ubica determinada acción?

Respecto al proyecto del polígono de actuación del Sistema de Actuación por Cooperación, Sergio tiene una noción del proyecto, aunque no sabe si se le ha dado continuidad, considera que el dinero que estaba destinado para los mercados ha sido utilizado en la construcción de los edificios de la “ciudad perdida”

S: Aquí había un proyecto del polígono Tacubaya y entraron los 2 mercados a ese proyecto desde que estuvo la gestión anterior el señor Romo se iba a comenzar ese proyecto. Hubo muchas reuniones aquí vinieron de SEDECO el secretario de vivienda SEDUVI vino el subdirector de mercados pero pues no hicieron mucho caso en la Alcaldía. Ahorita que entró esta nueva administración ya no se mencionó absolutamente nada dicen los rumores que porque la Alcaldía anterior se llevó todo el presupuesto en la elaboración de los edificios de la denominada ciudad perdida, entonces pues no me consta, pero pues ahora sí que dicen que ya no existe el presupuesto que estaba apartado para los 2 mercados (Entrevista Sergio)

A este respecto, Jesús también tiene su propia apreciación, para este administrador el proyecto traerá bonanza y servirá para posicionar a los mercados como sitios turísticos, Jesús cree que el valor del mercado también está en su folklore.

J: Hoy la idea es de que se está haciendo el CETRAM y dentro de ese tramo pues es una central camionera al lado parece que allí también van a participar empresarios como Carlos Slim dentro de los proyectos, y se quieren hacer unidades habitacionales para que tengan más crecimiento el mercado, igualmente las transformaciones pues dentro del mercado o sea, muchas cosas, los mercados son lo máximo ¿no? En cuestión de folklore y es parte de nuestra naturaleza, los mercados ahora pues la mayoría están abandonados porque les hacen falta muchos servicios la Alcaldía no da presupuesto para esas cosas (Entrevista Jesús).

Los empleados gubernamentales de nivel inferior desempeñan una función crítica en el sistema. En este sentido, los administradores se convierten en actores fundamentales para el funcionamiento eficiente del mercado. Las políticas públicas implementadas por el Estado, ya sea para distribuir bienes y servicios o para clasificar a las personas socialmente, otorgan a estos trabajadores de nivel inferior un grado considerable de discrecionalidad. En la mayoría de los casos, son estos funcionarios quienes interactúan directamente con la población en representación del gobierno (Lipsky, 2010).

En el contexto de este trabajo, y siguiendo el concepto de Lipsky (2010), a estos funcionarios les hemos denominado como *burócratas a nivel de calle*. Gracias a su experiencia directa en el mercado, poseen un conocimiento de primera mano sobre los desafíos y problemas que pueden surgir en ese entorno. Son el vínculo crucial entre los usuarios, tanto los locatarios como los clientes del mercado, y los funcionarios de la ciudad responsables de la administración y asignación presupuestaria para el mantenimiento del lugar.

Los burócratas a nivel de la calle deben llevar a cabo una serie de rutinas y procedimientos específicos para garantizar un funcionamiento eficaz. Representan la cara más visible de las políticas públicas, ya que sus decisiones tienden a tener un impacto redistributivo o asignativo, según sea el caso, en la comunidad.

La asignación de recursos en programas públicos a menudo recae en manos de estos funcionarios, quienes son percibidos como los responsables directos de la implementación de las políticas públicas. En consecuencia, los ciudadanos sienten que son estos burócratas quienes los han agraviado en caso de negarles algún beneficio o acceso a algún programa o apoyo. Así mismo se intenta congraciarse con ellos en busca de obtener algún favor.

Estos funcionarios de nivel de calle son la puerta de entrada a numerosos programas de bienestar, lo que los convierte en puntos clave que determinan las oportunidades o la falta de ellas para las personas. Son ellos quienes deciden la elegibilidad de los ciudadanos para acceder a la asistencia social o para recibir sanciones. En el mercado, he podido constatar la importancia fundamental de Sergio, ya que él brinda los canales adecuados y la orientación necesaria para que los locatarios puedan comunicarse con las autoridades competentes. Su papel a menudo pasa desapercibido pero es esencial para el mantenimiento de estos espacios. Además de influir en el comportamiento de los locatarios, estos actores desempeñan un papel crítico en la implementación de las políticas públicas.

El enlace con la Alcaldía: los administradores “legales” de los mercados.

En un nivel superior, pero aún dentro de la categoría de funcionario de nivel de calle, se encuentra el Jefe de la Unidad Departamental de Mercados de la Alcaldía Miguel Hidalgo. Su posición está enmarcada dentro de una estructura jerárquica bien definida, donde cada oficina desempeña una función específica. La estructura organizativa, de manera simplificada y con la intención de mostrar la complejidad del organismo, se presenta a continuación:

Estructura orgánica simplificada de la Alcaldía Miguel Hidalgo.

- Oficina de la Alcaldía (48 puestos).
- Dirección General de Administración. (42 puestos).
- Dirección General de Obras. (39 puestos).
- Dirección Ejecutiva de Servicios Urbanos (38 puestos).
- Dirección Ejecutiva de Planeación y Desarrollo Urbano (12 puestos)
- Dirección General de Desarrollo Social (69 puestos)
- Dirección Ejecutiva de Protección Civil y Resiliencia (13 puestos).
- Dirección Ejecutiva de Participación Ciudadana (19 puestos).
- Comisionado en Seguridad Ciudadana (37 puestos).
- Concejales. (10 concejales)
- Dirección General de Gobierno y Asuntos Jurídicos. (70 puestos).
 - Dirección ejecutiva de registros y autorizaciones.
 - Subdirección de Mercados y comercio en vía pública.
 - **J.U.D de Mercados y Tianguis.**
 - Enlace de supervisión de Tianguis

La oficina mencionada se ubica en el número 275 de la calle Monte Altai, en la colonia Lomas de Chapultepec, II sección. Forma parte de un complejo de edificios que alberga diversos órganos administrativos y jurisdiccionales, como la Contraloría Interna de la Alcaldía Miguel Hidalgo, el Juzgado Onceavo del Registro Civil, la Jefatura de la Unidad Departamental de Vía Pública, la Jefatura de la Unidad Departamental de Mercados y Tianguis, entre otros.

El espacio es pequeño, y después de cruzar una pequeña explanada se accede al bajar por 5 escalones. En un escritorio pequeño, con una botella de gel antibacterial, un florero improvisado con una botella de plástico, 2 libretas y varios trozos de papel con anotaciones se encuentra una señora de la tercera edad, todos se refieren a ella como “Chelo”, el piso de linóleo blanco ya está deteriorado, hay partes donde se ha desprendido, los cables de red corren sin canaleta por los pisos. Al parecer la falta de mantenimiento no es exclusiva de los mercados, sino también de las oficinas que se encargan de administrarlos.



Fuente: Trabajo de campo.

Me anuncio con Chelo y le digo que vengo a buscar al Jefe de la Unidad departamental, me registro en la libreta que está frente a ella y mientras lo hago se incorpora y se acerca hacia otro escritorio donde se encuentra otra trabajadora, —más tarde supe que se llama Carmen— ella es la secretaria personal del Jefe de Mercados, escucho a Chelo decirle “dice que viene a ver al jefe”. Mientras esperaba en la sala, llegó un grupo de comerciantes, aproximadamente 10 y alcanzo a escuchar que eran agremiados de la organización “COPACO” y que buscaban hablar con el J.U.D de Mercados, el movimiento es mucho mayor en esta oficina que en las oficinas de los administradores de los mercados de Tacubaya.

Durante mi espera, pude intercambiar algunas palabras con Carmen. Ella es una secretaria que tiene trabajando 7 años, es personal de base y se cambió de oficina, fue capacitándose poco a poco sobre lo que debe hacer, me comentó que la carga de trabajo en la oficina es muy grande puesto que la cantidad de peticiones que se deben atender por lo general es tanto de vía pública como de mercados, esto quiere decir que, aunque existe una división administrativa en su manual de operación, debe aprender y hacer de todo incluso hacer correspondencia. Me indica que tome asiento pues el jefe no se encuentra en la oficina y si quiero lo puedo esperar, pero no tiene hora de llegada, decido esperar. Aproximadamente a las 2 horas veo que una persona entra despotricando por teléfono, le grita a la persona del otro lado del aparato, y los presentes nos sobresaltamos, no cabe duda ya llegó el jefe.

Fui recibido por el J.U.D de Mercados y Tianguis, José Antonio Arzate Flores, ahí fue que me di cuenta de que las funciones que se consignan en el manual no son las que mayor atención demandan por parte de los funcionarios, si pudiera decir que existen funciones “principales” creo

que José Antonio diría que son aquellas que se corresponden con las funciones del manual que dicen: “Realizar inspecciones en los mercados públicos y tianguis, a fin de revisar que las y los locatarios y las personas comerciantes se ajusten al cumplimiento de leyes, reglamentos y demás disposiciones en materia.” y de “Atender las solicitudes o quejas ciudadanas y de las diferentes autoridades, para brindar atención a sus necesidades en relación con los mercados públicos y tianguis.”(Miguel Hidalgo, 2021: 243-245).

Durante la entrevista, al preguntar por cada una de las 19 funciones que se realizan en la oficina, la mayoría de las veces mi interlocutor no ahondaba más en ellas, pero sí que enfatizó el peso, esfuerzo y recursos que le consume a su oficina el llevar a cabo lo que él caracterizó como “el contacto con los locatarios”, transcribo un pequeño fragmento donde explica el porqué de este esfuerzo extra.

“Definitivamente es porque se han venido arrastrando vicios e irregularidades de administraciones anteriores que hacen que haya anomalías en el desempeño actual de los locatarios, me refiero a cuestiones administrativas y operativas. Esto es definitivamente por la situación geopolítica de los mercados públicos en la Alcaldía, que nos hace estar inmersos en cuestiones de concertación para la solución de problemas, porque muchos tienen una afinidad política y otros se basan en usos y costumbres y siempre hay una irregularidad para con el marco legal, entonces eso nos hace estar en una constante de concertación.” (Entrevista a José Arzate)

Esto es importante porque también habla nuevamente de una dimensión por explorar respecto a los distintos registros del discurso que existen en el campo, Ingrid Bleynat (2021: 61) se refiere a la costumbre y la forma en la que esta permitió el gobierno de los mercados, es así que mediante la negociación de los reglamentos, de las leyes, las sanciones y permisos, los agentes, según su posición en el campo logran conseguir —o no— sus pretensiones.

Al preguntar a qué se refiere exactamente con los vicios y anomalías a los que se ha enfrentado, José Arzate señaló cuestiones administrativas y operativas. En términos administrativos habló de las dificultades que se presentan porque algunos locatarios y locatarias poseen una “afinidad política” a la administración saliente (MORENA) y según sus palabras entorpecen sus labores ya que solicitan recursos que se han destinado para otros rubros, o muestran molestia por supuestas preferencias a peticiones en CESAC (Centro de Servicios y Atención Ciudadana). Algunas de estas peticiones son para solicitar reparaciones y mantenimiento de los sanitarios e infraestructura del mercado. El JUD de Mercados dice que el problema con estas quejas es que los ciudadanos no acuden a la instancia competente y es por eso que se genera molestia, apunta que no existe preferencia política (la administración actual es del PAN). Además, dijo que

se ha debido reducir el padrón de comerciantes ambulantes, (cosa que le corresponde a su homólogo, el JUD de Vía pública, sin embargo, él puede reportar comercio ambulante en derredor a los mercados cuando hace inspecciones).

También mencionó que la necesidad de concertación se da principalmente cuando los locatarios tienen su local abandonado y salen a vender a la vía pública, en este sentido mencionó que uno de los mayores vicios que se “viene arrastrando” de la gestión pasada, es que *los administradores de los mercados no reportaron anomalías a los supervisores* y fue sólo hasta que los supervisores de la J.U.D de Mercados acudieron a realizar las inspecciones, que se dieron cuenta de anomalías como el abandono de locales o la invasión de giros.

Otro procedimiento que en apariencia no debería presentar problemas es el de cambio de giro, si bien el sentido común nos dice que los problemas llegan cuando se niega el cambio, José Arzate me comentó que lo que más da problemas suele ser lo contrario, en particular con el giro de tortillerías o comidas preparadas esto porque grupos organizados de locatarios suelen oponerse a que se den ciertos permisos argumentando que debido a la infraestructura deteriorada de los mercados, la operación de dichos giros representa un peligro, para José Arzate el giro que más problemas ha generado es el de las tortillerías por la cantidad de gas que requieren y las líneas eléctricas que deben ser instaladas, reconoce que muchas de las veces los giros son aprobados y no se tomó en cuenta que el mercado en sí no posee las condiciones idóneas para la operación del mismo, esto porque la electricidad suele tomarse de manera incorrecta de la calle generando con ello condiciones propicias para que un corto circuito ocurra y un incendio se suscite.

El enlace de cooperación entre Alcaldía y el gobierno de la Ciudad.

Este manejo de la infraestructura y de los giros es visto desde otra perspectiva por parte de una funcionaria de otra instancia, de un orden superior de gobierno, aunque en sus atribuciones funciona de manera paralela a la Alcaldía, esta instancia es la Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México (SEDECO). De igual forma esta oficina se inserta en una estructura jerárquica bien organizada, a continuación, nuevamente, y en aras de dar un ejemplo de la complejidad de estos organismos muestro su organigrama de manera simplificada:

- Secretario de Desarrollo Económico
- Dirección Ejecutiva de Administración y Finanzas
- Dirección Ejecutiva Jurídica y Normativa
- Asesor del C. Secretario
- Secretaria Particular del Secretario
- Coordinador General de la Central de Abasto (CEDA)
- Dirección General de Desarrollo Económico

- Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución
 - **Dirección de Proyectos para el Desarrollo Económico de los Canales de Abasto, Comercio y Distribución**
 - Subdirección de Relaciones con el Sector Público
 - Jefe de Unidad Departamental de Análisis de Información del Sector Público
 - Subdirección de Relaciones con el Sector Social y Privado
 - Jefe de Unidad Departamental de Procesamiento de Información
 - Subdirección de Modernización e Infraestructura
 - Líder Coordinador de Proyectos de Relaciones con el Sector Social y Privado
 - Jefe de Unidad Departamental de Modernización
 - Líder Coordinador de Proyectos
 - **Dirección de Regulación y Mejoramiento de los Canales de Distribución**
 - Subdirección de Capacitación y Promoción
 - Jefe de Unidad Departamental de Capacitación
 - Subdirección de Planeación y Normatividad
 - Jefe de Unidad Departamental de Planeación y Normatividad
 - Jefe de Unidad Departamental de Supervisión
- Asesor B
- Subdirección de Apoyo Técnico
- Dirección General de Desarrollo y Sustentabilidad Energética

Victoria es una funcionaria muy joven, tiene 26 años y ocupa el cargo de “enlace B” dentro de la Dirección de Proyectos para el Desarrollo Económico de los Canales de Abasto, Comercio y Distribución, ella se encarga de revisar los archivos que tienen que ver con cada uno de los proyectos que están a cargo de lo que ella misma llamó “el programa más importante de la SEDECO” que es la “Acción Institucional para el Fomento de los Mercados Públicos”. Ella concibe que su labor es la de un agente racional que opera de forma neutral. Entre sus funciones está la de hacer visitas a los mercados y verificar la forma en la que se están llevando a cabo las mejoras dentro de los espacios a razón de la implementación de diversas políticas de fomento y mejoramiento de los mercados. Sin embargo, ella concuerda en el hecho de que es muy diferente lo que los manuales de operación, los reglamentos y las leyes dicen, a la forma en la que ellos como burócratas a nivel de calle deben lidiar con la implementación de la política.

V: Una cosa es la teoría y otra cosa es la práctica fijate que apenas me pasó. Apenas se entregó el mercado de San Cosme nosotros como SEDECO fungimos únicamente como enlace entre la Secretaría de Obras y la Alcaldía pero los locatarios como que no se lo tomaron así ¿no? O sea, como que para ellos SEDECO era el encargado de ejecutar la obra entonces para todos los trámites y todo tenía que acudir a la SEDECO y los locatarios pues se acercaban a nosotros, y como dices, una cosa es lo real y otra cosa es lo que se piensa porque por ejemplo, estaban muy inconformes con la obra porque la obra no se ejecutó de acuerdo a sus necesidades de cada giro, sino que se hizo una imagen homogénea y los locatarios así como: “bueno yo soy de cocinas y no tengo una campana extractora” entonces eran necesidades muy básicas de acuerdo a su giro, entonces en la Alcaldía hay un procedimiento, tal vez se vea como muy

fácil, pero todo lleva un trámite administrativo ¿no? Entonces les dijeron “sabes que sí puedes poner la campana pero primero tienes que solicitar el permiso de la Alcaldía y eso se va a tardar” pero lo complicado aquí era que las lonas... les pusieron unas lonas unas carpas para que ellos trabajaran en lo que se terminaba toda la obra.

R: ¿Afuera del mercado?

V: Afuera del mercado, exactamente, en el estacionamiento les dijeron así “el día lunes así como está el mercado así tienes que entrar porque las lonas se van a quitar tal día” entonces los locatarios pues brincaron, porque dijeron “oye pues es que nunca nos dejaste entrar a la obra ni como se estaba realizando y ahorita vienes y me dices que ya tengo que estar adentro o sea ya es una orden de arriba” (...) nosotros como servidores públicos tenemos que adaptarnos de cierta manera, buscar soluciones del tipo “te vamos a permitir que vengas hagas las adecuaciones que creas pertinentes ya sin permiso de la Alcaldía” pero sí es importante que se respete cierta normatividad, que se lleve a cabo, justamente para evitar este tipo de incidentes que acaban de pasar digo, no fue fácil porque creo que se aventaron 4 o 3 años en el estacionamiento. (Entrevista Victoria.)

A pesar de la neutralidad que Victoria supone tener, es posible ver la forma en la que ciertas negociaciones se dan, en la que ciertas leyes y reglamentos tienen flexibilidad y posibilitan un cierto grado de discrecionalidad por parte de autoridades que no tienen jurisdicción en el asunto “permitir que hagas (...) ya sin permiso de la Alcaldía” permitir hacer adecuaciones, sin permiso y si existiese algún inconveniente con la Alcaldía, contar con el aval de que SEDECO otorgó “permiso”. Sin embargo, esto no está exento de problemas ya que en algunos casos las obras se entregan con cierta garantía, pero los usos que los locatarios le dan a estas obras pueden terminar quebrantando las condiciones de uso garantizadas por el proveedor, entonces ocurren problemas.

En una ocasión entregaron una obra de mejoramiento de la instalación eléctrica, pero lo que sucedió es que constantemente se estaban fundiendo las luminarias, al revisar qué es lo que sucedía y exigirle a la empresa que hiciera las reparaciones pertinentes una y otra vez, la respuesta de ésta fue que los locatarios no cumplen con las especificaciones de la instalación porque conectan parrillas eléctricas y aparatos que colocan una carga excesiva en la instalación.

Victoria reconoce que cuando las obras que se llevan a cabo no se hacen consultando a los locatarios, ellos suelen también ofrecer resistencia. Para ella se vuelve un asunto de racionalidad, puesto que los recursos que se pudieron haber empleado en algún mercado o en algún proyecto, se deben regresar por la oposición de los locatarios.

Uno de los requisitos —les llamamos informe ejecutivo— este informe es de la ejecución de la obra, de lo que se va a hacer para que nosotros aprobemos bueno no nosotros, sino para que nosotros lo pasemos al CES y para que lo apruebe. Es necesario que nos manden unas hojas firmadas con el 70% por lo menos de los locatarios, esto las Alcaldías lo hacen, van al mercado hacen una junta y les dicen “saben que, se va a llevar a cabo este proyecto” (...) normalmente

pedíamos este padrón de locatarios ya hasta la etapa de seguimiento, ya que se había aprobado el proyecto pero ya se había transferido el recurso y así ya para empezar con la ejecución de la obra y sucedió una vez que los locatarios no estaban conformes con que se hicieran esos trabajos, entonces pues no permitieron la entrada de la empresa e iba para atrás el proyecto, se perdía el dinero y obviamente las Alcaldías tenían que regresar ese dinero, pero ya no se ejecutaba la obra entonces a la conclusión que llegamos nosotros es que antes de que se transfiera el recurso tienen que traer su padrón de locatarios porque pues si no para darle oportunidad a otro mercado. (Entrevista Victoria).

La manera de actuar de estos funcionarios es importante porque muestra las relaciones que hay de gobernanza en el mercado, por una parte se establecen diálogos con empresas que dan los servicios de mantenimiento, por el otro lado se establecen diálogos con los locatarios que atienden sus negocios en el mercado y finalmente se dan diálogos entre las distintas entidades del gobierno (aunque como hemos visto, de forma diferencial pues algunas veces los administradores no están enterados de la manera en la que algunos programas de mejoramiento funcionan.

Los burócratas a nivel de calle influyen en las políticas de dos maneras: en primer lugar, gracias al nivel de discrecionalidad que poseen; en segundo lugar, debido a su relativa autonomía en relación con la autoridad organizativa (Lipsky, 2010: 13). Tanto los administradores como los J.U.D de Mercados, junto con los funcionarios de enlace de SEDECO, forman parte de la burocracia a nivel de calle que opera en los mercados, desempeñando un papel importante en la formulación y ejecución de políticas públicas.

La discrecionalidad en las burocracias a nivel de calle se debe, en parte, a que la complejidad de la vida no puede ser reducida a diagramas de flujo y manuales administrativos. Además, muchas veces se requiere una evaluación y atención a nivel humano, lo que hace que la toma de decisiones en el momento sea sumamente compleja (Lipsky: 2010: 15). En cuanto a la autonomía con respecto a la administración o a funcionarios de mayor jerarquía, este enfoque puede considerarse como una teoría del conflicto. Los burócratas de bajo nivel ocupan una posición estructural distinta a la de los funcionarios de más alto nivel, ya que deben enfrentar una gran cantidad de problemas con recursos limitados y de manera expedita. De este modo, mientras que a los burócratas de mayor nivel les interesan principalmente los resultados generales de la organización; a los segundos les interesa resolver problemáticas concretas y de forma inmediata. Estas condiciones operativas hacen que emerjan comportamientos paradójicos, donde estos funcionarios pueden desarrollar mecanismos para resolver problemas que pueden ir en contra de la política de la agencia, pero que son necesarios para su supervivencia.

Capítulo 4 La percepción de los locatarios frente a la política pública de renovación, de mantenimiento y la gobernanza de los mercados de Tacubaya.

El objetivo de este capítulo es explorar la perspectiva de algunos locatarios con respecto a los proyectos de mantenimiento realizados por la Alcaldía y la SEDECO, así como su opinión sobre el desempeño de los administradores en la resolución de los problemas en sus mercados. Me planteo las siguientes preguntas clave: ¿Cuáles son los discursos que expresan estos locatarios con respecto a los proyectos en sus lugares de trabajo? y ¿cuál es la percepción de estos actores sobre la gestión de los administradores en relación a los desafíos que enfrentan en sus mercados?

Trataré la perspectiva de los locatarios dentro del mercado respecto a su visión acerca de los proyectos que buscan renovar, dar mantenimiento o mejorar la infraestructura y espacios del mismo. También examino cómo los locatarios perciben el trabajo de los administradores en estos lugares. Para tratar estas interrogantes, empleé un enfoque etnográfico que incluyó entrevistas en el mercado y trabajo de campo en la zona, entrevisté a dos locatarios del mercado Cartagena y a una del mercado de Tacubaya, utilizando la guía de entrevista que se encuentra en el anexo 2. A través de las voces de Amaranta, Aureliano y Gloria, obtuve una perspectiva clara para comprender lo que ocurre dentro de ambos mercados. Como conclusión presento un cuadro que caracteriza los discursos de los actores en función de su posición en el campo, así como las posibilidades que tienen para influir en las políticas de fomento y mejora de estos espacios.

El trabajo de Ángela Giglia (2018) considera a los locatarios como actores no solo económicos, sino también como custodios de la memoria urbana. La autora reconoce a "los mercados públicos como lugares de elaboración y recreación de cultura urbana a través de la reproducción cotidiana de sus prácticas en las que los locatarios y los clientes son los protagonistas centrales" (Giglia, 2019: 119). Los mercados no solo son depositarios de la memoria urbana, sino que también son espacios en disputa dentro del ámbito urbano (Delgadillo, 2017; González, 2021; Gasca, 2017). Sin embargo, los estudios urbanos no han explorado detalladamente el punto de intersección entre las estructuras de poder específicas de los mercados y las burocracias que operan en su seno. Se ha prestado mayor atención a la presencia tangible del Estado en las calles a través de la regulación y normativa del comercio ambulante (Meneses, 2011; Barbosa, 2008).

La visión de los locatarios respecto a la labor de los administradores y otros actores clave en el mercado, como el Jefe de Unidad Departamental de Mercados, la Jefa de Gobierno, la Alcaldesa y empresarios como Carlos Slim, proporciona una comprensión de la definición y la disputa en torno al significado de los conceptos de *espacio público* y *mercado público*.

En su libro “El espacio público como ideología”, Manuel Delgado (2011) demuestra que el concepto de “espacio público” está sujeto a la construcción de narrativas que a menudo buscan imponer una determinada conservación, renovación, valorización y uso de los espacios, de acuerdo con una agenda establecida, muchas veces como parte de la intervención de inversionistas en el proceso de reapropiación capitalista de la ciudad, muy acorde con lo que plantean otros autores (Janoshka, 2011; Giglia, 2017; Delgadillo, 2017; Gonzalez, 2012; Mateos, 2017).

Este autor señala que este concepto —*espacio público*— se redefine dentro de una retórica urbanística neoliberal, no es neutro, ha nacido en el seno de una interpretación muy concreta, sostenido por otros elementos discursivos del dispositivo de dominación vigente “ Estamos ante un ingrediente fundamental de lo que en nuestros días es aquello que Foucault llamaba la “modalidad pastoral del poder”....Se trata, pues, de disuadir y de persuadir cualquier disidencia, cualquier capacidad de contestación o resistencia y —también por extensión— cualquier apropiación considerada inapropiada de la calle o de la plaza, por la vía de la violencia si es preciso, pero previamente y sobre todo por una descalificación o una deshabilitación que, en nuestro caso, ya no se lleva a cabo bajo la denominación de origen subversivo sino de la mano de la mucho más sutil de incívico, o sea, contraventor de los principios abstractos de la buena convivencia ciudadana” (Delgado 2011: 26,27)

La inclusión del término *público* en el concepto de *mercado público* plantea interrogantes sobre los diversos usos que se le atribuyen. Delgado plantea la cuestión de para quién y desde qué perspectivas se concibe el *espacio público*. Según este autor, la atribución de contenido al concepto se utiliza para establecer ciertos usos que pueden dar lugar a interpretaciones diversas y en ocasiones contrapuestas. Esto genera una disputa tanto simbólica como jurídica, donde cada actor en el campo busca los mecanismos adecuados para favorecer su propia interpretación y lograr sus objetivos. En última instancia, el objetivo es asentar finalmente el sentido necesario para legitimar los usos que se harán del espacio. En las siguientes líneas, exploraré las posturas de los

locatarios respecto a los usos que se están dando a sus espacios de trabajo, la actuación de los funcionarios y las necesidades percibidas en relación al mantenimiento de su centro de trabajo.

Amaranta, promotora cultural, locataria y activista del mercado Gonzalo Peña Manterola (Cartagena)

Amaranta tiene 50 años, nació en Tacubaya, es una locataria de cuarta generación dentro del mercado, le apasiona el teatro y desde el 2005 ha buscado la forma de desarrollar actividades culturales y llevarlas al mercado, en el espacio que solía ser la guardería del mercado ella ha impartido talleres de teatro y danza para los hijos de los locatarios, comerciantes en vía pública, vecinos y público en general, Amaranta ha participado activamente en la vida del mercado, en un principio, junto con un grupo de comerciantes creó la “asamblea del Mercado Cartagena” agrupación con la cual participó asiduamente en la arena pública para las decisiones y problemáticas que aquejan al mercado. Ella se dedica a la venta de comidas preparadas, su local se llama “Fonda Rebeca”, entre comensales y el ruido de la cocción de los alimentos camina con un plato para dárselo a un cliente y da órdenes a sus trabajadoras Úrsula y Remedios.

Los locatarios también deben de estar atentos a las formas que existen de interlocución con las autoridades, Amaranta ha dialogado con funcionarios de la SEDECO y de la Alcaldía, además es consciente de algunos problemas respecto a los usos que se le dan a los locales, ella menciona que hay abuso, sobre todo por parte de algunas personas que trabajan en la Alcaldía y que llegan a rentar un local aprovechándose de la posibilidad de no pagar luz por muchos años en este lugar.

C: La última reunión que tuvimos o sea güey yo como autoridad a ustedes yo les tengo que recriminar o sea como ustedes no le dicen a la gente que tenemos la misma subestación eléctrica de hace 65 años que no tiene mantenimiento y que cada vez son más ¿cómo es posible? Esta compañera que está enfrente de mí acaba de adquirir dos locales por medio millón de pesos, ella ya rompió el muro de carga de en medio y ¿cómo lo explicas? (...) por ejemplo hay un güey aquí adentro que es de la Alcaldía, trabaja en la Alcaldía pero vende paletas y bien sabroso, vino compró los locales y hace paletas, pinche bajada de luz es trifásica, nada más hace las paletas y se va (Entrevista Amaranta)

Los locatarios también notan la carencia de mantenimiento en su mercado Gloria, es una locataria del área de comidas del mercado Tacubaya, tiene 53 años, vive relativamente cerca del mercado en la colonia “las Américas” ella lleva ya 5 años trabajando en el mercado, antes de ser locataria trabajó en una estética como ayudante pues estudió la carrera de “cultora de belleza”. Ella es enérgica con su opinión al respecto, pues está convencida de que muchas veces el mantenimiento

no es algo que las autoridades solucionen adecuadamente, ellos también son los que lo tienen que realizar —con todas las dificultades y problemas burocráticos que esto esto trae aparejado—

G: Realmente el mantenimiento nosotros tenemos que hacer la petición al administrador y el administrador bueno, se supone que el administrador hace un reporte a la jefatura de mercados y la jefatura de mercados le habla al área correspondiente. Por ejemplo, si pido limpieza de cochambre cambio de cables le manda hablar al área correspondiente pero nuestro administrador no lo hace, ni nuestro jefe, nosotros tenemos que hablar directo con el área correspondiente porque pues tenemos que hacerlo porque ellos no hacen nada (Entrevista Gloria)

Las disputas por la legitimidad de la actuación de los administradores también se ven reflejadas en las opiniones que los locatarios tienen sobre la capacidad de estos funcionarios, que muchas veces tienen que ver con su nivel de instrucción o con el conocimiento de las legislaciones y reglamentos que tienen que ver con la operación de los mercados.

G: Pero luego estos administradores, luego no se saben ni el reglamento, ni siquiera han terminado la preparatoria es lo peor, que se hacen pasar por licenciados y como realmente el nivel educativo de aquí del mercado es limitado pues se dejan sorprender (los locatarios) “ah licenciado, no pues ya me callo la boca” O sea “ya perdón” y mucho respeto, cuando no son nada (Entrevista Gloria).

Si algunos funcionarios hablan del SAC Tacubaya como una oportunidad para la mejora del mercado y la zona circundante, Amaranta no lo ve con buenos ojos, para ella el panorama es muy desolador, piensa que el proyecto terminará por “comerse” al mercado. Está muy bien informada y conoce diversos canales de interlocución con las autoridades

C: Fíjate que cuando yo quiero hablar de esto con mis compañeros se molestan, no quieren ver la realidad, nosotros vamos a tener aquí 6 u 8 torres de 18 pisos 6, míticas ¿cuántos tiene mítica?, ¿43? Va a ser un centro comercial muy grande y enorme acá van a hacer 2 torres de 18 pisos con 5 pisos para abajo acá enfrente o sea que es el mismo precio, van a ser cuatro torres también de 18 pisos o sea aquí, con 232 departamentos, acá van a hacer cuatro 34 aquí, van a ser 600 no sé qué, acá van a hacer 180 y bueno... yo estos años me he dado a la tarea de estar con urbanistas y arquitectos, con ingenieros y no es algo que te saques de la cabeza, no necesitas ser ni ingeniero ni arquitecto ni urbanista para saber que este espacio ¿qué va a pasar? ¿Tú qué crees que va a pasar? (...) pues que nos van a comer, se van a comer al mercado (Entrevista Amaranta)

Ingrid Bleyntat (2021:56) reconoce que los locatarios son una parte fundamental para la transformación de los mercados, ellos antes de ser simplemente una masa inerte, son una fuerza viva que también utiliza sus propias fórmulas para diferenciarse de los comerciantes en la vía pública, para negociar con las autoridades, para competir por los usos del espacio y también para

exigir su derecho a trabajar y habitar la ciudad central. Esto es uno de los indicios que pueden hacernos pensar en la existencia de distintos registros del discurso que los agentes del campo utilizan, los agentes sociales, antes que estar “actuando” en un rol social, también están transformando el espacio y orden urbanos que habitan.

Amaranta también es consciente de estas formas que tienen algunos de sus compañeros de utilizar el espacio, para ella se debe a una falsa idea de que el local es de su propiedad.

C: ¿Quiénes son los que van a defender el mercado? ¿Los que son de generaciones que les regalaron, que entraron a los mercados su bisabuela, su abuela y son cuarta y quinta generación y que conocen el proceso? O quién no conoce su historia, una persona que acaba de llegar y pagó 100,000 pesos 300,000 pesos, en la cabeza piensan que “como yo te lo pagué es mío y si yo quiero poner 30 focos los voy a poner y si yo quiero poner 20 refrigeradores porque es mío, me costó”. Mientras tu no trabajes esos temas de a la gente ubicarla, “a ver amigo o sea, el mercado es público tú lo pagaste, pero yo soy cuarta generación y yo estoy aquí y lo voy a defender por encima de ti”. Entrevista Amaranta.

Aureliano es el dueño de una carnicería del mercado Cartagena, él tiene 65 años y lleva trabajando en este desde que tenía 10 años, actualmente vive en la zona, él vive cerca del metro observatorio y llega temprano por la mañana a trabajar. Tiene ideas que no suelen ser aceptadas por sus demás compañeros, dice que hubo una época en la que también estuvo trabajando en un supermercado en el área de la carnicería. Ahí él aprendió diversas técnicas para presentar la carne, para exhibirla y que los clientes vean que se encuentra limpia y en buen estado, cree que una de las funciones principales del mercado es servir de abasto para las personas que están de paso, de hecho, me dice que el mercado está “muerto” antes de las 17pm, pero que además es uno de los pocos mercados que cierra sus puertas hasta las 20hrs.

Respecto al mantenimiento del mercado y la forma en la que los funcionarios encargados de ello actúan, es posible notar que la apreciación que tiene es que la corrupción de los altos funcionarios es un factor clave al momento de conocer dónde y cómo se gasta el dinero.

E: Pues ahorita ya tiene mucho rato que no sucede (el mantenimiento del mercado) es lo que yo me estaba preguntando porque cada año había un presupuesto para mercados, ya tiene como unos tres o cuatro años que yo no he visto nada. Lo de las lámparas ya tiene como 3 años entonces yo mi pregunta es, yo ayer precisamente le comentaba a mi hijo “oye métete a ver qué es lo que te pude dar respuesta este lo de presupuestos del mercado” porque se me hace raro que pues no haya y tenemos. Pues para mi también tiene que ver con que la delegación es panista, ahorita aquí lo que es Miguel Hidalgo, la Cuauhtémoc la Álvaro Obregón son panistas ahí está la Lidia Limón en Álvaro Obregón. Entra a la pinche vieja esta y lo primero que hace es pavimento y banquetas y muchas veces sabemos que ellos son dueños de las mismas

empresas que hacen esas reparaciones y las banquetas estan en buen estado, el pavimento en buen estado y hacen todo eso pues es porque se están chingando la lana. (Entrevista Aureliano)

Cuando le pregunté sobre la participación que los locatarios han tenido dentro del diseño del proyecto del SAC rápidamente contesta que no tienen ninguna injerencia, o que, si acaso es mínima, que se reduce a pensar en cuestiones estéticas, pero que la distribución de los espacios está fuera de discusión y por eso es que se han opuesto en diversas ocasiones a la implementación del proyecto.

E: Nos traían unas fachadas muy muy bonitas por cierto, pero no la aceptamos porque nunca nos trajeron un proyecto, nunca nos trajeron un proyecto de aquí adentro del mercado, ¿para qué queremos una fachada de lujo si no sabemos cómo nos vayan a acomodar al mercado adentro? Entonces ya ahí ya ahí ya hubo una discrepancia y ahorita todo eso ya no se aprobó están muy involucradas aquí pues la supuesta mesa directiva que igual también, o sea ahí a ver qué sacan también. El problema que empezó cuando empezamos pláticas con la delegada Xochitl Gálvez pues este, con ella tuvimos muchas diferencias, con esta señora en primera cuando la fuimos a invitar a un aniversario del mercado pues no que no, este, que no iba a haber aniversario del mercado, que este mugroso mercado, que lo iba a tirar, ¡no! Armó un caos muy tremendo, muy cabrón porque cerramos el mercado y fuimos a la Alcaldía, se hizo una marcha ahí en la Alcaldía, ya después ya se retractó que “ay, ya, que sí quería llegar al mercado y nos haría de lujo, como en España y que arriba departamentos...este, la señora llevaba mucha alevosía y ventaja llevó mucha alevosía y ventaja, para mí a esta señora lo único que le interesa es la lana” (Entrevista Aureliano.)

Aureliano también coincide con Amaranta cuando se trata de cuestionarse sobre el dinero del proyecto, para ambos, el dinero se lo llevaron para construir las unidades departamentales en lo que se denominó como “la ciudad perdida” Amaranta menciona que ese dinero se ha utilizado también para que Claudia Sheinbaum, —actual Jefa de Gobierno de la Ciudad de México— obtenga algún beneficio político, pues el tema de los mercados, (ambos concuerdan), no será tocado hasta que las elecciones terminen.

C: Claudia Sheinbaum recién toma posesión, ella sabía cómo estaba el tema del SAC y dijo “no yo no voy a permitir 18 niveles” pero alguien le susurró al oído, de veinte mil asesores que tiene, fue alguien aquí de Miguel Hidalgo, hoy de MORENA y con esa lana que ya pagaron ya se hizo la ciudad perdida, no hay dinero para nosotros, le están apostando a que nos vayamos. ¿Qué quiero hacer yo?... Estás frente al inicio de una lucha, es mi primera entrevista con Claudia Sheinbaum (...) porque no vamos a sobrevivir, si ahorita dejamos las cosas como están no vamos a sobrevivir porque obviamente nos van a sacar para remodelar, pero ya te dije salen 400 y entran 120” (Entrevista Amaranta).

Entre los usos que los locatarios dan al mercado, entre la forma en la que los Administradores denuncian la inexistencia de apoyo por parte de la Alcaldía, la forma en la que bajo los supuestos de neutralidad operan algunas funcionarias de la SEDECO como Victoria, me parece que es

importante resaltar que muchas veces los locatarios perciben que no se les toma en cuenta para la implementación de ningún proyecto. Como refiere Victoria líneas arriba, los locatarios se quejaron de que al hacer la remodelación del mercado de San Cosme (que se incendió en 2019) nunca se les dejó entrar a supervisar la obra, y ocurren cosas que salen mal como la falta de campana extractora para un giro de cocinas. De igual forma, Aureliano, locatario del mercado Cartagena siente que el proyecto que se está llevando a cabo en la zona está ocurriendo sin consultarles en ningún momento.

La conciencia de que las autoridades también tienen sus espacios para actuar con discrecionalidad es una de las causas que crea disputas internas entre los locatarios, a ojos de Amaranta, de Gloria y de Aureliano esto también forma parte de una estrategia de control puesto que de no haber un frente unificado es más fácil para el gobierno implementar las políticas sin consultar a los agentes del mercado. Aunque a primera vista podemos creer que siempre es así, es sabido también por las autoridades que los locatarios también tienen un espacio para oponerse a los planes.

La gobernanza del mercado público.

La gobernanza es un concepto que dentro de un amplio espectro de usos y definiciones, puede ser clasificado a grandes rasgos a partir de dos vertientes principales. La primera tiene que ver con una forma estatocéntrica, donde se piensa al Estado como un gerente o como un ente que debe dirigir y orientar el comportamiento de la sociedad, por otra parte, la otra vertiente tiene más que ver con una forma de organización de Estado policéntrico, donde una multiplicidad de actores se encuentran entablando negociaciones para conducir la sociedad, no por los designios de algún ente gubernamental, sino por la negociación para conseguir la mejor combinación posible de costos y beneficios de acuerdo a sus intereses (Whittingham, 2010: 221).

Marques (2013:16-17) caracteriza la gobernanza como la manera en la que existen arreglos específicos entre las instituciones pero dejando lugar para los arreglos informales en el proceso de hacer las políticas, todo enmarcado dentro de ciertos arreglos institucionales específicos, por otra parte Lascoumes y Le Galès (2017: 28) mencionan que el gobierno no desaparece, la gobernanza lo completa, y además sirve como punto de mediación entre las dinámicas multiculturales. Estos autores enfatizan el hecho de que las dinámicas que los grupos tienen para contestar o resistirse al Estado, coloca a éste último en una situación de necesaria negociación e interdependencia con los demás sectores de la sociedad. Esto es relevante cuando miramos a los

mercados como crisol de prácticas del habitar y usos de las reglas, algunos autores (Bleynat, 2021; Cisneros 1996) han documentado algunas estrategias que los locatarios de los mercados públicos han tenido para involucrarse en las decisiones que modificarán el espacio donde laboran cotidianamente. Dentro de los mercados públicos podemos ver la expresión de estas caracterizaciones desde el momento en el que los funcionarios logran terminar los proyectos haciendo uso de ciertos arreglos informales con los locatarios y con las empresas que se dedican a llevar a cabo las obras, por ejemplo como cuenta Sergio, administrador del mercado Tacubaya respecto a la instalación eléctrica y la forma en la que los contratistas se acercaron a él para conocer los usos específicos que los locatarios hacen de la instalación eléctrica.

S: el encargado de obras me platicó ese tipo de situaciones: “¿sabes que? aquí ya hicimos un estudio conforme las necesidades de cada local y de cada giro. Sabemos que usan cafeteras parrillas, hornos de microondas que no están permitidos. Porque por ahorrarse la comida, en lugar de comprar comida, ellos traen sus alimentos y los calientan en el microondas o los elaboran en parrillas o para el café y la Maruchan, (...) entonces les vamos a poner un cable adecuado a la carga que lo requiera la persona” y entonces ellos les preguntaron y se los cumplieron se los hicieron, les pusieron cable a su medida y una pastilla conforme a su necesidad para que no se estuvieran votando. Entonces aquí cuando viene una persona que se le botó la pastilla vamos y la restablecemos (...) en ese aspecto me tocó en un mercado que sí hubo una empresa que llegó y les puso del mismo calibre a todos, entonces algunas carnicerías tenían trifásica y usaban cable más grueso y pues no estaban de acuerdo, más bien la palabra propia es no quedan los comerciantes no quedaron contentos, y quedó inconclusa, aparte de eso quedó inconclusa, ya no la terminaron porque los mismos comerciantes ya no permitieron dejarla continuar porque estaban metiéndole materiales de muy baja calidad cosa que no habían quedado (entrevista Sergio).

Para caracterizar la gobernanza Jessop (1998: 29) diferencia tres modos principales de coordinación social, a saber: la anarquía del intercambio, la jerarquía organizacional y la heterarquía autoorganizante. Para el autor la heterarquía, puede ayudar a caracterizar lo que entendemos por gobernanza, se presenta como la autoorganización de la sociedad y sus procesos de formulación de política pública. El autor habla de las redes interpersonales, la coordinación interorganizacional y la dirección intersistémica descentrada y mediada por el contexto como componentes principales del proceso *heterárquico* de donde emergen las políticas públicas; por su parte Aguilar Villanueva (2015:71) sostiene que la gobernanza presupone que los distintos grupos que conforman la sociedad se colocan en un plano de igualdad, y generan un comportamiento emergente que provoca el diálogo y negociación entre las instituciones, esto en busca de llegar a definir y concretar sus intereses y lograr llevarlos a cabo de la mejor manera.

A lo largo de estas líneas he intentado mostrar algunas formas que tienen los funcionarios del mercado, de la Alcaldía, de la SEDECO y los locatarios de ejercer un cierto grado de influencia en la administración y gestión cotidiana para el mantenimiento del mercado. Por una parte, es un lugar común que los administradores de los mercados de Tacubaya describan su trato con los locatarios como de cordialidad y que el problema es la falta de recursos que la Alcaldía no destina. El jefe de la unidad de mercados por otra parte, sostiene que la mayor dificultad que hay es que algunos locatarios tienen afinidades políticas o que se adhieren a costumbres obsoletas para justificar sus actos lo cual dificulta mucho la aplicación de las normativas vigentes y su labor administrativa, desde la SEDECO Victoria nos deja ver que los funcionarios de esta dependencia muchas veces conciben su actividad como un ejemplo de neutralidad y que su actuar está siempre constreñido por las normas y procedimientos que su dependencia ha establecido —aunque no descarta la necesaria existencia de espacios para la negociación y los arreglos informales—, además ella sostiene que los locatarios tienen la idea de que la SEDECO está por encima de las Alcaldías, lo cual es falso y más bien ambas entidades trabajan de manera paralela, la SEDECO busca su desarrollo y fomento, mientras que las Alcaldías se encargan de las cuestiones administrativas.

Los locatarios mencionan que existe una forma de actuar que es perniciosa para el mercado, la cual tiene que ver con el hecho de que algunos de ellos consideran el espacio como privado y suyo, sin embargo, el espacio es público, el mercado es un bien público, su derecho de piso es un derecho a obtener el *usufructo*, no la *propiedad* de un local dentro del mercado, de igual manera estos actores coinciden en el hecho de tildar la actuación de los funcionarios como ineficaz puesto que a pesar de tener dentro de sus funciones específicas la de atender las problemáticas del deterioro y mantenimiento del mercado, éstos no lo hacen y como dijo Gloria, locataria del mercado de Tacubaya, muchas veces son ellos quienes terminan haciendo los mantenimientos. A partir de conocer de primera mano algunas de las experiencias y las formas que estos actores tienen de caracterizar las relaciones entre sí y la influencia que éstas tienen en la implementación de la política de mantenimiento y fomento de los mercados, es posible esbozar un pequeño cuadro donde se consignan los tipos de discurso que se movilizan en el campo.

Tipo de discurso	Actor que lo moviliza	Situación de movilización
Religioso/moral	Funcionarios	Para ejecutar las acciones de protección a “los más pobres” y flexibilizar algunas normas.
Religioso/ moral	Locatarios	Para pedir el apoyo de los funcionarios para flexibilizar la norma
Costumbrista	Locatarios	Para justificar los alegatos que hacían respecto a las nuevas normativas que se buscaban implementar en contra de “las costumbres”
Legal/racional	Funcionarios	Para justificar los planes y proyectos que se publican en los canales oficiales.
Legal/ racional	Locatarios	Para exigir la transparencia y rendición de cuentas respecto a los proyectos movilizados por los funcionarios.

Conclusiones

Dentro de los mercados convergen una multiplicidad de sistemas que en su interacción compleja pueden ayudarnos a comprender la forma en la que muchos de los problemas urbanos emergen y tienen su manifestación concreta. Podemos concebirlos como auténticos barómetros que nos proporcionan indicaciones sobre lo que está ocurriendo tanto a nivel local, en el barrio, como a nivel más amplio, en la ciudad en su conjunto.

Con el fin de comprender mejor el desempeño de los mercados y sus diferencias, se ha considerado de vital importancia obtener información sobre sus ingresos, el gasto promedio por cliente a la semana y los giros predominantes. Esto permite analizar la posición en términos económicos que cada mercado guarda el uno respecto al otro, sin embargo, es necesario trascender la mirada economicista que considera como explicación causal de toda manifestación social tan solo a las dinámicas de intercambio y consumo. Para lograr esto, se llevó a cabo una indagación con un enfoque etnográfico, el cual permite conocer los procesos de transformación de los mercados desde su seno y descubrir algunas de las razones subyacentes a su actual estado de conservación.

Resulta interesante observar, por ejemplo, los patrones territoriales de uso de suelo en cada mercado. En el caso del mercado de Cartagena, encontramos una mayor presencia de usos de suelo habitacional y comercial, mientras que en el mercado de Tacubaya predominan los usos de suelo habitacional. Si bien esta investigación no busca responder directamente a esta pregunta, es relevante plantearla: ¿Estos mercados experimentan diferentes procesos internos debido a los patrones territoriales de ocupación y uso del suelo presentes en su entorno?

Al conocer las actividades económicas predominantes, los ingresos, la afluencia de clientes y el gasto per cápita semanal, se ha elaborado una clasificación que podría ser más útil al establecer prioridades para cada mercado. Asimismo, se observa que algunos de ellos están transformando su función, ya que a través del análisis de estas variables, podemos hipotetizar sobre aquellos mercados que generan mayor valor agregado o se especializan en actividades económicas diferentes al abasto.

Por ejemplo, el mercado de Tepito Ropa y Telas, se dedica principalmente a la comercialización de calzado, mientras que el mercado de Hidalgo se especializa en el comercio al por menor en ferreterías y tlapalerías. Otros ejemplos incluyen al mercado de Xochimilco, que se

enfoca en la venta de ropa. Es interesante destacar que algunos mercados como el de artesanías Vasco de Quiroga, Lagunilla Ropa y Telas, Tepito Fierros Viejos, Ferroplaza y Veinticinco de Julio, se destacan por generar un mayor valor agregado. Vale la pena visitar estos mercados para observar los productos que se venden en ellos y cómo se relacionan con la dinámica económica de la zona y los locatarios se adaptan a las necesidades de cada giro.

Mientras realizaba mi trabajo de campo, tuve la oportunidad de disfrutar de una comida en el área de cocinas del mercado Cartagena. Durante este momento, me encontré con Agustín Dany, un promotor de los mercados que ha participado en el programa de televisión “La Sazón de Mi Mercado”, transmitido por el Canal Once. Aprovechando este encuentro fortuito, entablé una conversación con él sobre los mercados y decidí grabar nuestra charla informal. Durante nuestra conversación, Agustín compartió un comentario muy relevante que considero importante resaltar en relación a lo que mencioné anteriormente sobre la transformación de los mercados:

AD: yo creo que es más interesante estas mediciones, un poco también para cuestionar esta idea romántica “del productor al consumidor” porque el grueso de la economía está en los intermediarios. Los mercados no son productores, son intermediarios tendrías que desaparecerlos. Son un mostrador y lo han hecho bien, entonces, lo que tienes que hacer es especializar esos mostradores mejor. O sea, no comprender cómo se mueve la economía extender ese sueño de que “no que, te llegue directo el jitomate del productor” (Charla con Agustín Dany)

Si los mercados van a desempeñar el papel de vitrinas o lugares para exhibir mercancías, y esto se llevará a cabo de acuerdo con la especialización de cada uno de ellos, entonces es importante realizar una nueva caracterización de su oferta para determinar la vocación de cada mercado y las acciones necesarias para fomentar o evaluar la conveniencia de dicha especialización. La especialización se debe hacer no solo tomando en cuenta los intereses de los locatarios, sino también las necesidades de los habitantes que se encuentren alrededor de estos mercados. Es fundamental comprender la forma en la que la ciudad está construida, y algunos patrones de sus dinámicas, es decir, comprender también el *orden urbano* imperante en la zona puesto que esto último también influye en el funcionamiento de los mercados. Por ejemplo, un mercado ubicado cerca de oficinas que se transforma en un lugar donde se ofrece comida preparada satisface una necesidad urbana crucial relacionada con la alimentación de los trabajadores.

Ya que hay mercados especializados en la producción de muebles y artesanías, resulta de utilidad conocer la forma en la que los productores podrían distribuir sus mercancías a través de distintos canales de venta dado que los mercados públicos de la Ciudad de México ofrecen mercancías a bajo costo comprender su dinámica actual permite reconocer su valor histórico y pensar estrategias para enfrentar distintos problemas que puedan surgir en el futuro.

Asimismo es imperativo idear planes de acción para lograr una adaptación, preservación y mejora de estos lugares a la demanda y necesidades de su población circundante o público usuario. Si un mercado se está convirtiendo en un gran comedor para las personas trabajadoras o que están de paso, pues que así sea, pero sin perder nunca de vista que su función principal ha sido acercar diversas mercancías, productos y servicios a precios accesibles para la población. En este trabajo, se ha valorado el contexto del mercado como un factor fundamental para comprender la dinámica de su funcionamiento. Esto ha permitido identificar los rumbos comerciales en las cercanías de cada mercado estudiado, al considerar el entorno se obtiene una visión más completa y enriquecedora de los factores que influyen en la vida y desarrollo de estos espacios.

Los proyectos implementados en los mercados, tanto institucionales como la “Acción Institucional para el Fomento de los Mercados Públicos”, como aquellos surgidos de la búsqueda de plusvalía del suelo urbano, como el caso del “Sistema de Actuación por Cooperación Tacubaya”, son concebidos de diferentes maneras por los actores involucrados: los funcionarios del mercado (administradores y enlaces de la SEDECO) y los locatarios. Las interacciones y negociaciones entre estos actores pueden crear acuerdos de gobernanza específicos en los mercados, estos acuerdos reflejan el papel de los burócratas en el sistema y la participación de los locatarios en la definición y consenso sobre los usos y las formas más adecuadas de gobierno para estos espacios.

Uno de los principales hallazgos de este trabajo reside en comprender cómo se implementa la política de mantenimiento de los mercados. Esto revela una falta de comunicación en distintos niveles. Por un lado, el JUD de mercados menciona “vicios que se han arrastrado de administraciones anteriores” debido a que algunos administradores no reportan invasión de giros o comercio en vía pública. Por otro lado, los administradores señalan que la comunicación con el JUD de mercados tampoco es óptima en términos de lo que se requiere para el mantenimiento del lugar. En última instancia, los locatarios experimentan un trato diligente algunas veces, mientras otras son ellos quienes se ven obligados a realizar tareas de mantenimiento por sí mismos. En las

entrevistas y charlas que pude sostener con los locatarios, mencionan que los administradores en ocasiones no atienden a sus peticiones lo cual resulta en un entorpecimiento mayor a las labores de mantenimiento puesto que existen limitaciones de tipo administrativo y burocrático que constriñen las acciones de los individuos.

Mediante mi investigación busqué hacer explícita la importancia que cobra la discrecionalidad de los funcionarios en términos de la implementación de las políticas de fomento y mejora de los mercados; ya que muchas situaciones no están previstas en los manuales de operación de las alcaldías o de los puestos que estos ocupan. En todo caso, si los objetivos de la política pública de fomento y mantenimiento tienen como fin la renovación ¿es viable que se sigan configurando como hasta la fecha? O valdría la pena reconocer la necesidad de plantear políticas a partir de la expresión de las necesidades que se pueden recoger directamente al hablar con los habitantes del mercado. Como se mencionó líneas arriba (Thoening e Yves: 1987) mencionan cuatro tipos distintos de necesidad que se pueden traducir en una acción que derive en una política pública, de estas necesidades parece ser que la implementación de la política de fomento y mantenimiento en los mercados se centra en la necesidad comparativa, sin considerar las necesidades expresadas por locatarios y sus burócratas a nivel de calle.

Bibliografía.

- Alcaldía Miguel Hidalgo. (2021). *Manual Administrativo de la Alcaldía Miguel Hidalgo*.
<https://www.miguelhidalgo.gob.mx/transparencia2021/uploads/archivos/27a9be077770b48ea1ab4bccea5ce02.xlsx>
- Álvarez, B., & Morales, F. (2019). Problemas urbanos y del territorio. En *Las ciencias sociales y la agenda nacional. Reflexiones y propuestas desde las Ciencias Sociales.: Vol. IX*. COMECESO.
<https://www.comeceso.com/ciencias-sociales-agenda-nacional/cs/article/view/2286>
- Apodaca-Valdez, M. (2021). Raza, género y poder colonial en la Nueva España (Siglos XVI-XVII). *FIGURAS REVISTA ACADÉMICA DE INVESTIGACIÓN*, 2(2), 57-81.
<https://doi.org/10.22201/fesa.figuras.2021.2.2.144>
- Barbosa, M. (2006). Rumbos de comercio en las calles: Fragmentación espacial en la ciudad de México a comienzos del siglo XX. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 10.
<https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/1292>
- Barbosa, M. (2008). *El trabajo en la calle subsistencia y negociación política en la ciudad de México a comienzos del siglo XX*. El Colegio de México.
- Barrera, B. A. (2023). *El gobierno de los mercados: Espacios, sujetos y prácticas sociales en torno al comercio de alimentos en la Ciudad de México (1770-1870)* [Tesis de doctorado]. El Colegio de México.
- Bleynat, I. (2018). The Business of Governing: Corruption and Informal Politics in Mexico City's Markets, 1946–1958. *Journal of Latin American Studies*, 50(2), 355-381.
<https://doi.org/10.1017/S0022216X17000785>
- Bleynat, I. (2021). *Vendor's capitalism: A political economy of public markets in Mexico City*. Stanford University Press.
- Calles, P. (1928). *Diario de los Debates de la Cámara de Diputados del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos* (N.º 1). Cámara de Diputados. <https://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/re/RE-ISS-09-06-04.pdf>
- Castells, M. (1972). *La cuestión urbana*. España: Siglo XXI.
- Cisneros Sosa, A. (1993). *La ciudad que construimos: Registro de la expansión de la ciudad de México, 1920-1976*. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales.
- Contreras, A. (2019, septiembre 29). *La disputa por la Ciudad Perdida de Tacubaya*. Pie de Página.
<https://piedepagina.mx/la-disputa-por-la-ciudad-perdida-de-tacubaya/>
- Cross, J. C. (1998). Co-optation, Competition, and Resistance: State and Street Vendors in Mexico City. *Latin American Perspectives*, 25(2), 41-61.
- Crossa Niell, V. (2018). *Luchando por un espacio en la Ciudad de México: Comerciantes ambulantes y el espacio público urbano*. El Colegio de México.
- Cruz, F., & Garza, G. (2014). Configuración microespacial de la industria en la Ciudad de México a inicios del siglo XXI. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 29(1), 9-52. <https://doi.org/10.24201/edu.v29i1.1454>
- Delgadillo-Polanco, V. M. (2008). Repoblamiento y recuperación del Centro Histórico de la ciudad de México, una acción pública híbrida, 2001-2006. *Economía, Sociedad y Territorio*.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11102802>
- Delgado, M. (2011). *El espacio público como ideología*. España: Los libros de la Catarata.
- Diario oficial de la Federación. (1951). *Reglamento de Mercados para el Distrito Federal*. Secretaría de Gobernación.
https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/images/leyes/reglamentos/REGLAMENTO_DE_MERCADOS_PARA_EL_DISTRITO_FEDERAL3.pdf
- Douglas, M. (1966). *Purity and Danger*. Routledge.
- Duhau, E., & Giglia, Á. (2008). *Las reglas del desorden: Habitar la metrópoli*. México: Siglo XXI editores.
- Duhau, E., & Giglia, A. (2016). *Metrópolis, espacio público y consumo*. Fondo de Cultura Económica.
- El Universal. (2021). *Mercado Sonora ¿Cuántos mercados se han incendiado en la CDMX?*
<https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/mercado-sonora-cuantos-mercados-se-han-incendiado-en-la-cdmx/>

- Flyvbjerg, B. (2004). Cinco malentendidos acerca de la investigación mediante los estudios de caso. *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 106, 33-62.
- Foucault, M. (2000). *Defender la sociedad*. Fondo de Cultura Económica.
- Giglia, A. (2013). Entre el bien común y la ciudad insular: La renovación urbana en la Ciudad de México. *Alteridades*, 0(46). <https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/753>
- Giglia, A. (2014). Reglamentos y reglas de usos de la Alameda Central de la Ciudad de México: Un régimen híbrido. En A. Azuela (Ed.), *La ciudad y sus reglas* (pp. 381-408). UNAM.
- Giglia, A. (2017). Espacios públicos, sociabilidad y orden urbano. Algunas reflexiones desde la Ciudad de México sobre el auge de las políticas de revitalización urbana. *Cuestión Urbana*, 2(2), 15-28.
- Giglia, A. (2018). *Comercio, consumo y cultura en los mercados públicos de la Ciudad de México*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Gobierno del Distrito Federal. (2015). *Lineamientos para la Operación y Funcionamiento de los Mercados Públicos de la Ciudad de México*. https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetas/3159d239f08602e72d371eef1da6eb0a.pdf
- González, S. (2020). Contested marketplaces: Retail spaces at the global urban margins. *Progress in Human Geography*, 44(5), 877-897. <https://doi.org/10.1177/0309132519859444>
- González, S., & Waley, P. (2012). Traditional Retail Markets: The new gentrification frontier? *Antipode*, 45, 965-983.
- Guardia, M. (2006). Los mercados en las ciudades. Las potencialidades de un aparente anacronismo. *Revista M*, 3(2), 48-61. <https://doi.org/10.15332/rev.m.v3i2.1059>
- Harvey, D. (1989). *The Urban Experience*. The Johns Hopkins University Press.
- Harvey, D. (2009). Chap 5. Use value, exchange value and the theory of urban land use. En *Social Justice and the City* (pp. 153-194). The University of Georgia Press.
- Hidalgo, R., & Galvan, F. (2014). La política y la planificación urbana del Estado neoliberal. En *Teorías sobre la ciudad en América Latina* (pp. 607-646). Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.
- Janoschka, M. (2011). Geografías urbanas en la era del neoliberalismo. Una conceptualización de la resistencia local a través de la participación y la ciudadanía urbana. *Investigaciones Geográficas*, 76, 118-132. <https://doi.org/10.14350/rig.29879>
- Lacarrière, M. (2016). “Mercados tradicionales” en los procesos de gentrificación/recualificación. Consensos, disputas y conflictos. *Alteridades*, 0(51 Ene-Jun). <https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/867>
- Lascoumes, P., & Le Galès, P. (2007). Introduction: Understanding Public Policy through Its Instruments-From the Nature of Instruments to the Sociology of Public Policy Instrumentation. *Governance: An International Journal of Policy, Administration, and Institutions*, 20(1), 1-21.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. España: Capitan Swing.
- Leipzig, D. (2021). *Status of a New Value Capture Tool in Mexico City: El Sistema de Actuación por Cooperación Working Paper WP21DL1* [Working Paper]. Lincoln Institute of Land Policy. https://www.lincolninst.edu/sites/default/files/pubfiles/leipzig_wp21dl1.pdf
- Lipsky, M. (2010). *Street-Level Bureaucracy*. Sage.
- Malagón, L. (2019). Tres décadas de planes y excepciones. En A. Azuela (Ed.), *Ciudad de México. Inercias urbanísticas y proceso constitucional* (pp. 47-76). CIDE.
- Márai, S. (2002). *Divorcio en Buda*. Salamandra.
- Martínez, M. (2017). *La figura del técnico en la rehabilitación de espacios públicos* [El Colegio de México]. https://biblioteca.colmex.mx/concern/theses/gf06g301h?utf8=%E2%9C%93&search_field=all_fields&q=la+figura+del+t%C3%A9cnico
- Mateos, E. (2017). Transformación del comercio de proximidad: Legitimidad y disputas. *Ciudades*, 144, 10-16. MAZAHUACHOLOSKATOPUNK – Federico Gama. (2023). <http://www.federicogama.com.mx/mazahuacholoskatopunk/>
- Meneses Reyes, R. (2011). *Legalidades públicas: El derecho, el ambulante y las calles en el centro de la Ciudad de México (1930-2010)*. Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Mény, Y., & Thoenig, J.-C. (1987). *Politiques publiques*. PUF.
- Merton, R. (2002). *Teoría y estructura sociales*. Fondo de Cultura Económica.
- Oehmichen, C. (2001). Espacio urbano y segregación étnica en la ciudad de México. *Papeles de Población*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11202808>

- Pacheco, S. (2002). *Tacubaya: De suburbio veraniego a ciudad. Proceso urbano de una municipalidad del Distrito Federal, 1850- 1930* [Tesis de doctorado, El Colegio de México].
https://repositorio.colmex.mx/concern/theses/s7526c60t?utf8=%E2%9C%93&f%5Bmember_of_collections_ssim%5D%5B%5D=Tesis+Colmex&search_field=all_fields&q=tacubaya
- Polanyi, K. (1944). *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*. Beacon Press.
- Ramos, L. (2015). *El mercado público y la ciudad compacta: El abasto de productos básicos y su relación con los procesos de densificación* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiuam.dgb.unam.mx/F/J4C6DHQKHRV41HNQK54LI2YVDJVPAAHU81B843CRRMCL3YU43D-05486?func=full-set-set&set_number=121109&set_entry=000003&format=999
- Ramsés Arturo Cruz Arenas & Martha Olivares Díaz. (2021). Mercados tradicionales de la Ciudad de México rumbo a la “nueva normalidad”. *Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*, 1(96).
<https://doi.org/10.24275/uamxoc-dcsh/argumentos/2021961-03>
- Robles, J. (2010). Pequeños comerciantes: Mediadores urbanos. *Revista Chilena de Antropología Visual*, 15, 164-190.
- Salinas Arreortua, L. A., & Cordero Gómez del Campo, L. de L. (2020). Transformación de los mercados en la Ciudad de México. Reproducción fallida del modelo gourmet. *Cuadernos Geográficos*, 60(1), 225-243.
<https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v60i1.11419>
- Sánchez, G. (2006). La modernidad urbana en México. Fuentes teóricas y prácticas de la primera mitad del siglo XX. *Secuencia. Revista de historia y ciencias sociales*, 64, 80-108.
<https://doi.org/10.18234/secuencia.v0i64.952>
- Sánchez Ruíz, G. (2018). Movimiento de la planeación moderna: De ciudades en América latina, 1872-1938. *ANUARIO DE ESPACIOS URBANOS, HISTORIA, CULTURA Y DISEÑO*, 13.
<https://doi.org/10.24275/FUOV9533>
- Sánchez-Mejorada Fernández, M. C. (2005). *Rezagos de la modernidad: Memorias de una ciudad presente*. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.
- Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL). (1994). *Estructura del sistema normativo. En Sistema Normativo de equipamiento urbano*. SEDESOL. <http://www.inapam.gob.mx/es/SEDESOL/Documentos>.
- SEDECO, S. de D. E. (2015). *Catálogo de Giros para el Desarrollo de Actividades Comerciales en Mercados Públicos de la Ciudad de México*. Gobierno del Distrito Federal.
<http://ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo101817.pdf>
- SEDECO, S. de D. E. (2022). Acuerdo por el que se dan a conocer la Acción Institucional para el Fomento y Mejoramiento de los Mercados Públicos de la Ciudad de México y sus Lineamientos de Operación. En *Gaceta Oficial de la Ciudad de México* (pp. 51-70). Gobierno de la Ciudad de México.
<https://www.sedeco.cdmx.gob.mx/storage/app/media/uploaded-files/accion-institucional-para-el-fomento-y-mejoramiento-de-los-mercados-publicos.pdf>
- SEDUVI (Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda). (2016). *Sistemas de Actuación por Cooperación*. Gobierno de la Ciudad de México.
http://www.data.seduvi.cdmx.gob.mx/portal/docs/SAC/Seduvi_SAC_pdf.pdf
- Theodore, N., Peck, J., & Brenner, N. (2009). Urbanismo neoliberal: La ciudad y el imperio de los mercados. *Temas Sociales*, 66. <http://www.sitiosur.cl/r.php?id=898>.
- Torres, F. (1999). *Alimentación y abasto en la Ciudad de México y su zona metropolitana*. Editorial del Gobierno del Distrito Federal.
- Torres Salcido, G., Pensado Leglise, M. del R., & Smolski, A. (2015). Food distribution’s socio-economic relationships and public policy: Mexico City’s municipal public markets. *Development in Practice*, 25(3), 293-305.
- UAMI, CES, & SIMO. (2017). *Estudio de Caracterización de la Oferta de los Mercados Públicos*. Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa.
<https://ces.cdmx.gob.mx/storage/app/media/publicaciones/ECOMPCDMX.pdf>
- Vázquez López, R. (2008). Propuestas para la elaboración de un programa integral de rescate y desarrollo de los mercados públicos en el Distrito Federal. *Mundo Siglo XXI*, 4(15), 1-20.
- Vera, J. (2015). *Representaciones sobre el espacio en los conflictos territoriales urbanos: La Merced en el contexto del Programa de Rescate Integral* [Tesis de maestría, El Colegio de México].
https://repositorio.colmex.mx/concern/theses/8g84mm50n?utf8=%E2%9C%93&f%5Bmember_of_collections_ssim%5D%5B%5D=Tesis+Colmex&search_field=all_fields&q=jaime+vera

Víctor Delgadillo. (2022). *Patrimonio histórico y tugurios* (1.ª ed.). Universidad Autónoma de la Ciudad de México - UACM. <https://publicaciones.uacm.edu.mx/patrimonio-historico-y-tugurios-9786077798446.html>

Weber, M. (2014). *Economía y sociedad* (3ª ed.). Fondo de Cultura Económica.

Anexo 1.

Etapas de la entrevista

1. *Registro de datos de los participantes.*
2. *Presentación propia.* Me presento y además hablaré de las pretensiones de mi investigación.
3. *Cuerpo de la entrevista, sesión de preguntas y respuestas por parte de los participantes (Todo el proceso debería durar máx. 2 horas para no interferir con sus actividades comerciales y mínimo 40 min para obtener datos relevantes).* Es en este punto donde a partir de las siguientes temáticas iremos profundizando la entrevista.

Temáticas	Aspectos que buscan ser explorados
Comercio en la calle y comercio en el mercado	Se busca explorar sus experiencias en torno al comercio ambulante y el comercio en el mercado.
Relación entre el mercado y el entorno como fuente de clientes	En este punto quiero saber si ellos creen que el estar establecidos en la calle implica una mayor clientela o qué percepción tienen. ¿Qué tipos de espacios promueven la venta? De este modo podemos explorar las lecturas que ellos hacen del espacio, este tema está íntimamente relacionado con sus experiencias (en caso de existir) como ambulantes.

Gobernanza.	En este punto se busca conocer las relaciones que se hacen al interior y exterior del mercado para la toma de decisiones.
Solución de conflictos con comerciantes en vía pública en la zona	En este punto lo que se busca conocer es la ruta que ellos trazan para la solución de diversos conflictos que se puedan llegar a tener con los comerciantes en vía pública en la zona, en particular me parece que han tenido conflictos con los que se encuentran en el paradero de autobuses afuera de lo que solía ser la Academia Militarizada México.

A partir de dichas temáticas se explorarán temas particulares y de ellos se derivan estas posibles preguntas detonadoras.

Posibles preguntas detonadoras por tema:

Temas.	Preguntas detonadoras.
Comercio en la calle y comercio en el mercado	<p><i>Comercio en el mercado</i></p> <p>¿Siempre has trabajado en este mercado? ¿Siempre has trabajado el mismo giro? ¿Cuál fue el primer giro que trabajaste? ¿Tus padres te enseñaron algún oficio? ¿Cuántos años tenías cuando empezaste a trabajar en el mercado? ¿Qué es lo más difícil de aprender en este trabajo?</p> <p><i>Historia local</i></p> <p>¿Recuerda el origen de este mercado? ¿Cómo se conformó este mercado? ¿Desde cuándo se nombra así al mercado, ha tenido otros nombres? ¿Por qué se llama así, cuál es la historia de ese nombre, qué significa?</p> <p><i>Comercio en la calle</i></p> <p>¿Alguna vez han sido comerciantes ambulantes? ¿Cómo ha sido su experiencia?</p>

	<p>¿Ustedes dónde creen que se venda más, en la calle o en un mercado? ¿Y dónde se vende mejor calidad?</p>
Relación entre el mercado y el entorno como fuente de clientes	<p>¿Qué tipo de clientes cree que sean los más habituales? ¿Los locatarios tienen puestos afuera del mercado?</p>
Gobernanza	<p><i>Formas de organización</i></p> <p>¿Quién convoca las asambleas? ¿Además de la mesa directiva existen otras asociaciones?</p> <p>¿Existen organizaciones y líderes dentro del mercado? ¿Cómo se llaman?</p> <p><i>Identificación de formas de interacción con poderes estatales o políticos (Alcaldía y/ o partidos)</i></p> <p>¿Existe más de una autoridad local, es decir, otras filiaciones organizacionales o partidistas que también tienen sus representantes? ¿Existen favoritismos por parte de los administradores?</p> <p><i>Autoridades:</i></p> <p>¿Qué autoridades son las que se reconocen en el mercado? ¿Cuáles cargos o puestos de autoridad existen en el mercado? ¿Cuáles son las funciones y deberes de cada uno de ellos? ¿Quiénes los ocupan y por qué? ¿Son hombres y/o mujeres? ¿Cuál es la relación entre las autoridades locales (mesa directiva) y las autoridades de la Alcaldía, o federales que tienen presencia en el mercado?</p> <p><i>Participación de miembros de mesa directiva</i></p> <p>¿Cuáles son las funciones de la mesa directiva? ¿Cómo se eligen a los representantes de la mesa directiva? ¿Se cuenta con un reglamento interno? ¿Existe una forma en la que puedan los miembros de la mesa directiva destituir al administrador? ¿Cuánto duran los cargos como integrantes de mesa directiva?</p> <p><i>Solución de conflictos</i></p> <p>¿Cuándo existen conflictos al interior del mercado cómo se resuelven? ¿Quién se encarga de determinar sanciones o “castigos”?</p>

	<p>¿Qué tipo de delitos, faltas o conflictos se ventilan en estos juicios?</p> <p>¿Quién decide la sanción, es integrante de la mesa directiva o es el administrador?</p> <p>¿Existen mecanismos para destituir a alguien de la mesa directiva?</p>
Solución con comerciantes ambulantes en la zona	¿Cómo cree que el conflicto con los comerciantes que están en el paradero de autobuses podrá ser solucionado?

5) *Despedida y agradecimiento.* Una vez que se ha agotado la discusión o se han contestado suficientes preguntas y tratado todos los temas, se procede a los agradecimientos y la despedida.

Anexo 2.

Escala de valoración de las condiciones generales de operación de los mercados propuesta por Leonardo Ramos 2015.

Facilidad de acceso entre zonas del mercado.

1 a 2: Los espacios de conexión entre zonas del mercado no cuentan con elementos de accesibilidad peatonal, sin embargo cumplen la función de conexión básica.

3 a 4: Algunos espacios de conexión entre zonas del mercado cuentan con elementos de accesibilidad peatonal con problemas de diseño y ejecución.

5 a 6: Algunos espacios de conexión entre zonas del mercado cuentan con elementos de accesibilidad peatonal correctamente diseñados y ejecutados.

7 a 8: Todos los espacios de conexión entre zonas del mercado, cuentan elementos de accesibilidad peatonal con problemas de diseño y ejecución.

9 a 10: Todos los espacios de conexión entre zonas del mercado, cuentan con elementos de accesibilidad peatonal correctamente diseñados y ejecutados.

Condiciones generales de conservación del mercado.

1 a 2: Se aprecian condiciones de desgaste tanto en los materiales de acabado, como en los elementos estructurales, de manera generalizada en el interior y exterior del mercado.

3 a 4: Se aprecian condiciones de desgaste tanto en los materiales de acabado, como en los elementos estructurales, de manera parcial en el interior y en el exterior del mercado.

5 a 6: Se aprecian condiciones de desgaste tanto en los materiales de acabado, como en los elementos estructurales, en algunas zonas del interior o en el exterior del mercado.

7 a 8: No se aprecia desgaste en los materiales de acabado ni en los elementos estructurales tanto al interior como al exterior del mercado.

9 a 10: Se aprecia que tanto el interior como el exterior del mercado, han sido renovados recientemente.

Condiciones generales de los locales

1 a 2: La mayoría de los locales son de materiales endebles y estos presentan desgaste claro.

3 a 4: La mayoría de los locales son de materiales endebles pero presentan adecuado mantenimiento.

5 a 6: Algunos locales son de materiales endebles, y estos presentan adecuado mantenimiento.

7 a 8: La mayoría de los locales son de materiales duraderos, pero presentan un desgaste claro.

9 a 10: La mayoría de los locales son de materiales duraderos y presentan adecuado mantenimiento.

Limpieza general

1 a 2: Se observan desechos, en torno y dentro de los locales, de manera generalizada.

3 a 4: Se observan desechos, en torno o dentro de los locales, de manera generalizada.

5 a 6: Se observan desechos, en torno o dentro de los locales, en secciones específicas del mercado.

7 a 8: Se observan desechos en torno o dentro de locales aislados.

9 a 10: No se observan desechos en torno o dentro de los locales.

Señalización e información.

1 a 2: No se observa señalización y/o información de ningún tipo.

3 a 4: Se observa únicamente señalización de emergencia, de manera esporádica.

5 a 6: Se observa señalización de emergencia e informativa, de manera esporádica.

7 a 8: Se observa señalización de emergencia e informativa, en zonas específicas del mercado.

9 a 10: Se observa señalización de emergencia e informativa de manera generalizada.

Fuente: Ramos, 2015: 132-133.

$\backslash\mathbf{w}+\backslash\mathbf{s}+(\backslash\mathbf{d}\{4\}\backslash)$