

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
Departamento de Estudios Socioculturales

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
Programa de Construcción de Opinión Pública e Incidencia en los Medios

Mirar la ciudad con otros ojos. Memorias e identidades



Mercado IV Centenario
Historia de un mercado y su transformación con el tiempo

Presentan

Edson Porfirio Suárez Cabuto y Frida Quetzalli Montaña Álvarez,
Licenciatura en Arquitectura

Profesor PAP: Rogelio Villarreal Macías

Asesor: Andrés Villa Aldaco

Tlaquepaque, Jalisco, Primavera de 2019

ÍNDICE

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
1.1. Objetivos	3
1.2. Justificación	3
1.3 Antecedentes	4
1.4. Contexto	7
2. Desarrollo	10
2.1. Sustento teórico y metodológico	10
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	17
3. Resultados del trabajo profesional	17
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, 1818	
5. Conclusiones	26
6. Bibliografía	27
7. Anexos	30

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

Esta investigación trata de los cambios que ha sufrido el mercado del IV Centenario, mejor conocido como de “la Capilla de Jesús”, desde su construcción en el año 1942 hasta la actualidad; de haber sido un mercado que se consideraba “el corazón del barrio” hasta la situación actual, en la que visiblemente tiene un deterioro. Estos cambios se refieren a aspectos arquitectónicos, urbanísticos, comerciales y sociales.

La investigación comprenderá también una comparación con otro mercado del Área Metropolitana de Guadalajara con características diferentes y las transformaciones que han tenido en este sentido, como el mercado Libertad, ubicado en la avenida Javier Mina en el barrio de San Juan de Dios que continúa siendo significativo para la ciudad porque a pesar de haber cambiado sigue siendo punto importante del comercio en la ciudad.

1. Introducción

1.1. Objetivos

Investigar los cambios comerciales, sociales y culturales del mercado del IV Centenario en las década de los años cincuenta y sesenta e investigar la historia del barrio de Jesús, con una mirada al mercado San Juan de Dios para sustentar nuestra hipótesis de las transformaciones que han sufrido estos mercados a lo largo de los años, de su momento de mayor apogeo hasta su actual estado, tanto las actividades que se desarrollan dentro del mercado, las personas que lo visitan, los locatarios, la mercancía que venden, así como también conocer el tejido social, cuál ha sido su influencia respecto a los mercados populares y cómo se ha ido transformando.

Indagar sobre los factores que influyeron en los cambios de estos mercados en las décadas posteriores como consecuencia de la transformación del urbanismo en Guadalajara.

Conocer también la historia del barrio de San Juan de Dios y el Mercado Libertad y las razones por las cuales su importancia cultural y comercial continúan hasta nuestros días.

1.2. Justificación

Los mercados son parte importante de una unidad social, cultural y económica, y por ello fundamentales para la identidad del barrio. Los mercados son escenarios de experiencias singulares debido a su riqueza y variedad; la convivencia en torno a productos, mercancías, alimentos, sabores y olores crea relaciones y memorias.

El valor cultural que los mercados brindan a la sociedad se ha ido perdiendo en casos como el del mercado de la Capilla de Jesús, debido a varios factores, como el cambio del uso de suelo, la migración de personas a colonias nuevas, el cambio en el modo de vida, las distancias, la falta de infraestructura y el desabasto de servicios.

1.3 Antecedentes

La Revolución mexicana trajo varias consecuencias en la economía. El ferrocarril, que era el vehículo principal de traslado de productos, era saboteado e inseguro, la producción agrícola se redujo y se perdió el control en la política monetaria, lo que originó que el trueque volviera a emplearse, ya que la población desconfiaba de la moneda y el papel (Hernández, 2009).

Posteriormente Guadalajara, de 1910 a 1930 se recuperó económicamente y comenzó a ser más estable; en 1927 se conectó con el ferrocarril al noreste del país, las comunicaciones se modernizaron y esto permitió que el intercambio se extendiera en la región, se mejoraron las carreteras y se cambió la venta de mayoreo a menudo y todo esto favoreció en gran medida el comercio tapatío.

En el ámbito urbano se hizo una transformación reticular de la traza para estructurar la ciudad y prever un crecimiento de la ciudad. Se continuó con el ensanchamiento de calles para facilitar la comunicación con barrios y colonias a la periferia. También en los años siguientes a 1932 el ayuntamiento de la ciudad fue apoyado por el gobierno del estado para “engrandecer y embellecer la ciudad”. Para 1940 la ciudad se dispersaba en un área de 2,620 hectáreas y para 1950 sólo había crecido 4,180 hectáreas y alojaba a más de 330,000 habitantes (Núñez, 1995).

Debido a la migración de la gente del campo en el siglo XX los mercados públicos municipales se vieron beneficiados, así como la economía en general; para 1976 la Cámara Nacional de Comercio en Guadalajara (Canaco) reconoció 78 inmuebles para esa época.

A finales de 1942 el mercado del IV Centenario fue inaugurado para conmemorar los cuatrocientos años de la fundación de Guadalajara, se encuentra en el barrio de Jesús entre las calles Angulo, Garibaldi y Cruz Verde.

El mercado es una obra moderna de planta rectangular, se abre por sus cuatro caras, su fachada es de recubrimientos de cantera y esquinas ochavadas, cuenta con 140 locales de los cuales solamente funcionan 121 y 19 están inactivos (Castillo, Ayala, Vargas, Monroy, 2015).

Su edificación llenó la necesidad de los comerciantes de esa zona. La mejor época para el mercado se dio de los años 1956 a 1970, cuenta uno de los locatarios más antiguos del mercado, que llegó tres años después de su fundación, cuando el barrio era casi en su totalidad de vivienda y la población habitaba en vecindades.

En las últimas décadas la ciudad ha tenido un crecimiento desmesurado. A partir de los años cincuenta sufrió un golpe modernizador en el centro histórico que erróneamente, dice Vázquez Piombo, se creyó que convertiría a Guadalajara en una ciudad moderna. Se trata de la construcción de la Cruz de Plazas en 1953, para lo cual se demolieron fincas antiguas como las casas Reales y el Palacio Cañedo, ubicados detrás de la Catedral, al igual que el templo de la Soledad y su Convento, lugar que ahora es ocupado por la Rotonda de los Jaliscienses Ilustres. Esto originó una obsesión de la iniciativa privada y el gobierno local por demoler y alterar el centro histórico, que legitimó José de Jesús González Gallo, durante el gobierno de Juan I. Menchaca (1961–1964).

Posteriormente, en los años setenta, con la administración del gobernador Alberto Orozco Romero, se establecieron planes de ordenamiento urbano con el propósito de mitigar el problema del tráfico en las principales calles y avenidas con un sistema de transporte colectivo subterráneo en dirección de norte–sur. El proyecto implicó que se destruyeran cientos de fincas, muchas de ellas de valor artístico, histórico y contextual en términos de fisionomía urbana. Una vez más, los planes de “modernización” marcaban con una nueva cicatriz la traza de la ciudad. De la misma manera se crearon parques públicos, como el que se encuentra localizado frente al Templo del Refugio, y que viene a “fortalecer el sentido de comunidad barrial”. Para la construcción de este nuevo parque fue necesario indemnizar dos manzanas completas con una superficie de 15,488 m² (Vázquez, 2015).

Ignacio Román, profesor de Economía del ITESO, dice que los mercados como construcción física son un espacio de compra y venta de bienes perecederos. Obras significativas del Porfiriato, con el crecimiento de la ciudad, los mercados representaban centros de acopio, distribución, venta, socialización y

reproducción cultural. Como parte de la historia del comercio durante los años cincuenta y sesenta empieza a existir una lógica de distribución en grandes cantidades distinta a un mercado tradicional, pues originalmente el sector de los mercados era para clases medias y altas pero después se generaliza al alcance de todas las clases sociales. A mediados de los años sesenta aparecen las primeras plazas comerciales en Guadalajara que reflejaban una tendencia norteamericana, Plaza del Sol fue la primera. Evidentemente, se genera la posibilidad de distribución de productos que rebasa por mucho el sistema de los mercados y, por otro lado, las actividades eran diferentes.

Con referencia a esto, diferentes tipos de productos ya sea, comida, ropa, productos de cuidado personal, etcétera, se venden de manera masiva y en este nuevo espacio se concentran establecimientos de varios tipos, servicios y espacios recreativos. En los setenta surge un cambio en el sentido del mercado, simulando un poco el sistema europeo, con un razonamiento de distribución distinto, es decir, un nuevo esquema en el cual el producto ya no va directamente con el locatario sino en transportes con grandes cantidades para surtir al mercado.

En el siglo XX México atravesó una fuerte crisis de precios que duró de 1982 a 1988, lo que tuvo un gran impacto para las obras públicas porque dejaron de tener apoyo financiero, en especial los mercados municipales; algunos de ellos quebraron y otras pequeñas empresas fueron adquiridas por las grandes cadenas provenientes de la Ciudad de México, una de ellas la Comercial Mexicana, aumentado su poder económico y debilitando en gran medida la compra en los mercados.

La empresa paraestatal Compañía Nacional de Subsistencias Populares (Conasupo) se encargaba de comprar el producto de las cosechas en todo el país y pagar a precio de garantía; transportar el producto por medio de los Ferrocarriles Nacionales de México (FNM) a un precio subsidiado y colocarlo en las tiendas de la Conasupo. La Conasupo quebró debido a que fue sustituida por la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (Aserca) en las tareas de apoyo a la comercialización agropecuaria dentro de los planes y programas de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, ya que

se separaron la empresas Diconsa (Distribuidora Conasupo) y Liconsa (Leche Industrializada Conasupo), que conformaban el sistema de Conasupo.

Otra fusión o elemento que propicia el debilitamiento de mercados, dice Román, son las grandes cadenas de supermercados, como Walmart, con mayor poder de concentración, que sustituyen a las tiendas de mercado popular, por ejemplo Bodega Aurrerá y tiendas de autoservicio, que son el sustituto de las tiendas de abarrotes porque compran cantidades masivas de productos e imponen precios.

Eso va limitando cada vez más las capacidades físicas del mercado como tal, y la situación se vuelve más precaria con la crisis de los noventa, también conocida como el “error de diciembre” que ocurrió por una de las presuntas malas decisiones de la administración entrante de Ernesto Zedillo, y con la apertura externa del Tratado de Libre Comercio (TLC) en 1994 los comerciantes difícilmente pueden hacer acuerdos de importación. Los pequeños vendedores tienen una reacción resiliente ante esta nueva competencia, comienzan a vender lo que los grandes supermercados no pueden, piratería, productos con una edición distinta o tradicionales para cierto sector de la población, que representan formas de consumo muy barriales.

1.4. Contexto

Actualmente el mercado del IV Centenario —llamado así, como dijimos, para conmemorar el 400 aniversario de la ciudad de Guadalajara— tiene 87 años en funcionamiento, con esos grandes arcos como la firma del mercado diseñado por el ingeniero Aurelio Aceves los cuales le dan esa gran sensación de espacialidad en el ingreso. Inaugurado en diciembre de 1942, está ubicado en el barrio de Jesús, es conocido por su gastronomía y otra variedad de productos perecederos. También es el principal punto comercial para los habitantes de la zona, rodeado de otros comercios, hospitales y escuelas, que hacen que el mercado siga siendo de alguna manera rentable. Para ese entonces la remodelación de este mercado, anteriormente conocido como Mercado Maclovio Herrera, que originalmente había

abierto sus puertas en 1915, trajo consigo mejoras para la colonia como la pavimentación de calles, suministro de agua potable y drenaje.

A pesar de encontrarse dentro de una zona bien ubicada cercana a importantes avenidas y rutas de transporte, el flujo de gente es muy bajo en comparación con los años anteriores, por ejemplo en los cincuenta una parte de la población joven del barrio se desplazó a las periferias, dejándolo sin familias jóvenes y poco a poco el comercio se empezó a transformar de lo que era originalmente, con la llegada de objetos de uso para la casa y otros establecimientos, como ferreterías. Finalmente a inicios del 2000 se planteó un plan de redensificación en la ciudad atrayendo a nuevos pobladores pero con nuevas carencias de servicios como el agua y algunos problemas de seguridad, como lo comentaron locatarios del mercado. “Tenemos varias cosas cerca pero no tardan mucho aquí y los quitan, como el HSBC que lo teníamos en frente, o las oficinas del gobierno del otro lado” (Liciaro, 2019).

El importante desarrollo regional que ha tenido la ciudad de Guadalajara ha transformado el sistema de comercio de manera significativa, a pesar de que su principal función era el abasto de insumos costosos, ahora prevalecen como símbolo cultural y zona de distribución.

En el mercado se encuentra una gran variedad de comida mexicana, bebidas tradicionales como el tejuino, frutas y verduras, carnicerías, tortillerías, locales de cereales, panaderías, mercerías, puestos de revistas, artesanías y muchos más.

Algunos de los testimonios de locatarios del mercado IV Centenario aseguran que se ha vuelto una zona insegura a ciertas horas del día, por lo que el flujo de personas cambia. Otros locatarios tienen problemas con el abasto del agua desde hace unos diez años, principalmente los que tienen comedores; por otro lado, con los locatarios del exterior se aprecia un ambiente diferente, debido a que los productos que éstos ofrecen son cereales, tortillerías, artesanías, ferretería, mercería, donde no es indispensable el uso del agua y su consumo de energía es menor en comparación con los locatarios del interior del mercado.

Rosa Alicia Martínez, una de las locatarias y dueña de la Menudería Amelia, asegura que

desde hace 25 años no hacen una remodelación como ahora, pero las remodelaciones afectan muchísimo las ventas y algunos añitos atrás había más casa habitación pero muchos se fueron a vivir a Tlajomulco y Zapopan y quedaron puros viejitos aquí y quedó puro negocio ... ahora las personas que más vienen son jóvenes extranjeros creo que aquí hay casas de asistencia (Alicia Martínez, 2019).

Mercado San Juan de Dios

Desde épocas remotas era el principal centro comercial de la ciudad originalmente como un tianguis, y en los años setenta se consolidó en un mercado muy interesante desde el punto de vista, arquitectónico, social y comercial.

El mercado Libertad, mejor conocido como San Juan de Dios, se construyó en 1959 con un sistema construido de cubiertas parabólicas que hacen referencia a las grandes mantas que se colocan en los tianguis. Este diseño de amplios claros es favorable para iluminación natural y circulación de aire. Con un núcleo libre rodeado de vinculaciones y circulaciones horizontales a manera de pasillos y es capaz de albergar más locales comerciales.

Cada barrio de la ciudad contaba con su propio mercado como espacio de intercambio y encuentro. El mercado busca sobrevivir dependiendo a las necesidades del consumidor, desplazando formas antiguas de venta. Por ejemplo, gran parte del corredor del segundo piso solía tener yerberías y puestos de brujería, ahora se encuentran puestos de tecnología, ropa, piratería, perfumes y videojuegos, pues es lo que el mercado busca.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

Aquí analizamos aspectos sociales, económicos y culturales del mercado IV tomando en cuenta el contexto en que se encuentra, para recabar toda la información posible sobre los cambios drásticos que ha experimentado del siglo pasado hasta la actualidad.

Mercado, según la RAE, se define como un “sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios”, es decir, son espacios de intercambio considerados como un lugar privilegiado para obtener todo tipo de productos y mercancías.

Por *barrio* se entiende, según la RAE, “cada una de las partes donde se dividen los pueblos y ciudades o sus distritos”. Es decir, el sentido de pertenencia que los habitantes le dan a la subdivisión de un pueblo y que suele tener identidad propia.

Por cultura se entiende el “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”, esto es, el conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

Finalmente, por tejido social se puede considerar la unión de algún grupo o comunidad cuya finalidad es la convivencia entre los integrantes; es toda aquella relación formada por los individuos, un proceso que se da a lo largo de la historia de conformación de vínculos sociales que ayudan a la reproducción social, y como todo proceso se va estructurando por la participación de instituciones, colectivos e individuos. Se identificaron tres tipos de determinantes del tejido social: comunitarios, institucionales y estructurales (Sztompka,1995).

Los mercados populares se determinan como un tejido social comunitario porque se conforman por vínculos sociales que nos proporcionan un sentido de

confianza y cuidado, la confianza se refiere a la identificación y apreciación entre personas, mientras que el cuidado, al compañerismo y la protección. También ofrecen un sentido de identidad o identificación por medio de prácticas culturales en común que son el sentido de pertenencia que demuestra las relaciones de un colectivo y en estas relaciones se encuentra la conversación, participación, situaciones e intereses.

Raúl Díaz, investigador y diseñador industrial egresado del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), explica la historia de lo que son los mercados, la función de éstos en ciudades de todo el mundo; un poco de la historia de los mercados en México se debe a la mala planeación urbana, y hace énfasis en que “los mercados no podrían vivir sin el barrio”, replanteando nuestra pregunta: ¿Crees que un mercado podría subsistir sin un barrio? La respuesta es: No. ¿Es posible que el fortalecimiento del sentido barrial en la ciudad permita la sobrevivencia de los mercados? La posible sería: Sí.

Los mercados no son solamente un equipamiento urbano, dice Díaz, son un lugar donde la gente se reúne para abastecerse de productos, pero cumple otra función como la de convivencia y crea el tejido social con el simple hecho de hacer contacto visual con otras personas; así, ¿los mercados construyen una identidad entre los pobladores de un barrio? Es decir, ¿las generaciones nuevas realmente al estar en un mercado se consolidan como miembros de un barrio?

Por otro lado, el mercado crea un tejido de productores muy importante para mantener la red barrial, la cual tuvo un gran cambio en términos urbanísticos y arquitectónicos en los años cincuenta, cuando se reordenó la ciudad con espacios modernos; este proceso implicaba que la ciudad se ampliara y que surgieran nuevos equipamientos urbanos con diferentes dinámicas.

Antes de los años cincuenta la ciudad era pequeña y compacta, con lo que se propiciaba una estructura central, había más identidad y noción del barrio. Con el nuevo plan de reordenamiento se amplía la ciudad y con ello se destruye una parte considerable del patrimonio histórico para abrir calles y avenidas. Este fenómeno produce un cambio en la dinámica de la ciudad, es decir, gran parte de la población comienza a irse a las periferias, dice Díaz. La ciudad se dispersa no

sólo en términos espaciales sino en términos sociales, por lo tanto se pierde la identidad barrial y se reemplaza por fraccionamientos y el nuevo concepto de centros comerciales; se pierde la tradición del mercado barrial.

El despoblamiento de la ciudad conocido como efecto centrífuga, dice Díaz, tiene un impacto directo sobre el mercado municipal porque menos personas lo visitan, por lo tanto el mercado comienza a demeritarse provocando el cierre de locales y el cambio de usos; los locatarios ven mermada su economía y se ven obligados a cerrar sus establecimientos.

Segun Díaz, “para proponer soluciones no sólo es cuestión del ayuntamiento o los mismos propietarios, es más bien el mejoramiento del tejido social para combatir la inseguridad, la fragmentación de la ciudadanía, la vulnerabilidad física y psicológica, ahora el barrio se comporta de manera distinta, por lo tanto el mercado ya no debe ni puede ser tradicional, eso sería regresar a un pasado que ya no existe. Lo que ahora importa es que estos espacios generen sentido comunitario independientemente del estilo de la comunidad, que produzca identidad y cohesión”.

Juan Carlos Núñez, académico y periodista, autor del libro *Retrato hablado*, un conjunto de entrevistas de diversos personajes de la ciudad, entre ellos algunos comerciantes de mercados y tianguis, dice que cada barrio tenía su propio mercado y era un lugar de abastecimiento e intercambio, lo que creaba lo que ahora llamamos “el tejido social” por ser un lugar de encuentro que implicaba la interacción con personas. Actualmente los mercados siguen siéndolo pero eso ha disminuido con el tránsito de los barrios a las colonias y de las colonias a los cotos, de acuerdo con Núñez.

Núñez también es coautor del libro *Sabor que somos*, en el cual habla de los mercados como “Santuarios que custodian productos tradicionales en vías de extinción, que son despreciados por los supermercados; pinole, coyules, mezquites, jocuxtles o cocuixtles, nixtamal” (De Dios y Núñez, 2002).

En *Encuentros sociales y diversiones* Luis Antonio González Rubio muestra datos demográficos sobre el ascenso y descenso de los mercados más importantes de la ciudad; también menciona la clase de experiencias que se viven

al entrar a uno. La investigación del PAP *Plumas de Quetzal* nos ha ayudado a entender un poco más sobre el contexto de los mercados.

De Dios Corona, periodista y conocedor de la historia de Guadalajara y los cambios que ha sufrido, nos cuenta que desde la época virreinal la ciudad contaba con mercados, que fueron creciendo en número conforme la ciudad se expandía. Forman parte de la historia del municipio y están fuertemente ligados en un principio a los barrios; comenzaron como espacios de abasto y comercialización para los habitantes, pero su importancia fue creciendo de diferentes maneras, las actividades dentro de los mercados se han conservado.

Los mercados tradicionales, como el mercado Libertad o San Juan de Dios y el mercado Corona son viva expresión de permanencia, aunque la ciudad se modernice; los viejos mercados tratan de adaptarse a las nuevas condiciones. Los mercados son también expresión arquitectónica, histórica, gastronómica, medicinal, artesanal, de convivencia como intercambio de información y reconocimiento de lo que es colectivo. Son espacios ligados a barrios populares, donde se encuentran los servicios más socorridos, dice De Dios.

Los mercados son polifónicos, permiten escuchar buena parte de los sonidos de la ciudad, como el habla, el caló de sus habitantes; son lugares multicolores, con diversos servicios a la mano, lo mismo carnicerías que venta de flores. Siguen existiendo a pesar de que hay tiendas de autoservicio, supermercados y plazas comerciales, porque los mercados son una antigua referencia urbana, cercana, directa, cara a cara, con vecinos, conocidos o familiares que se dedican al comercio. Son lugares con mayor vínculo afectivo y calidez, que permiten la conversación amena, por encima de lo que pueden tener las tiendas de autoservicio, que suelen ser más frías, ajenas, y no siempre con mejores precios o productos necesarios. Los mercados pueden dar sentido de identidad, las tiendas de autoservicio no (De Dios, 2019).

De Dios considera que los mercados van a durar muchos años más porque han sobrevivido durante siglos a todos los cambios presentados hasta ahora en la ciudad. Su desaparición dañaría la relación espacial, de pertenencia en las colonias y barrios, y borraría parte de las historias personales, familiares y de las

ciudades considera también que las nuevas propuestas ayudan a conservar el concepto de mercado por la enorme afluencia que tienen, “si bien los diseños arquitectónicos no siempre convencen a los usuarios. Pero continuarán, no lo dudo” (De Dios, 2019).

La canasta básica

El grupo de alimentos en cierta cantidad para abastecer las necesidades alimentarias de una familia mexicana promedio es conocido como la canasta básica, la cual es diseñada por algunas instituciones como la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI) y el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval); esta mediación de productos y precios en constante cambio también se utiliza para hacer en cálculo de la inflación en el país.

La variación de la canasta básica va cambiando de acuerdo con la estabilidad económica del país, pero esta canasta se ha visto afectada de 1948 a la actualidad por seis crisis económicas, de acuerdo con la recopilación histórica mostrada en el termómetro de la economía mexicana; 1948 a 1949 la inflación aumentó 176%; de 1953 a 1955 aumentó 27.13%; de 1971 a 1976 129.60%; de 1981 a 1988 el periodo de la mayor crisis económica con la devaluación del peso la inflación se elevó hasta 7,476%; del 1993 al 1995 se elevó 75.70% y la última crisis registrada fue de 2007 a 2010 la inflación aumentó 19.17%.

Las crisis externas son las responsables de 84 años de grandes variaciones en la economía mexicana, el consumo interno fue el principal factor para que la economía mexicana no se desplomara del todo y para incentivar el consumo interno se tuvo que aumentar el salario de la clases trabajadoras lo cual estimulaba ese círculo virtuoso y con la mayor demanda de productos y empresas nacionales tuvieron gran auge.

En este nuevo sexenio el nuevo programa de Seguridad Alimentaria Mexicana (Segalmex, cuyo objeto es favorecer la productividad agroalimentaria y la distribución de alimentos en beneficio de la población más rezagada del país) dio a conocer nuevos productos en la canasta básica, anteriormente contaba con

23 y ahora suman 40, entre ellos se encuentran proteínas de origen animal como carne de res, puerco, pollo y pescado, esto con el fin de combatir la desnutrición debido a la pobreza en la que vive la mitad del país.

También se encuentran frutas y verduras, pan, huevo, algunas semillas entre otros. para recuperar los precios de la mayoría de los productos, Profeco cuenta con un portal en internet para comparar precios de cualquier producto semanalmente. ahí obtuvimos datos más acertados sobre costos y lugares donde se venden, en este caso el costo de la canasta básica oscila entre los 1,022.05 y 725.50 pesos, obviamente eso es el costo total de los productos, cabe recalcar que las personas no se abastecen de los mismos productos cada semana y el costo de su “mandado” diario o semanal puede ir variando en precios. Lo que encontramos que en cadenas grandes como Soriana, Bodega Aurrerá y Wal-Mart son más caros en comparación con el mercado Alcalde, Valentín Gómez Farías y de Abastos. A continuación se muestra una tabla comparativa de precios en el Sondeo de servicios 2019. Precios/canasta.

Tabla 1. Comparativa de precios

Establecimiento	Costo total	# Productos
SORIANA SUPER SUCURSAL DEL BOSQUE (fichaEst.aspx?est_folio=44234)	\$1,022.05	32 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44234)
BODEGA AURRERA SUCURSAL ARBOLEDAS (fichaEst.aspx?est_folio=44180)	\$899.50	30 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44180)
WAL MART SUCURSAL REVOLUCION (fichaEst.aspx?est_folio=44183)	\$943.40	30 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44183)
MERCADO ALCALDE (fichaEst.aspx?est_folio=44159)	\$871.00	28 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44159)
MERCADO MUNICIPAL VALENTIN GOMEZ FARIAS (fichaEst.aspx?est_folio=44352)	\$725.50	27 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44352)
MERCADO ABASTOS (fichaEst.aspx?est_folio=44160)	\$452.00	19 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44160)
FARMACIA GUADALAJARA LA CALMA (fichaEst.aspx?est_folio=44140)	\$269.50	10 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44140)
ABARROTOS ECO (fichaEst.aspx?est_folio=44344)	\$223.06	8 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44344)
SUPER CHEO (fichaEst.aspx?est_folio=44345)	\$174.10	6 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44345)
OXXO SUCURSAL CHAPULTEPEC (fichaEst.aspx?est_folio=44151)	\$139.40	4 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44151)
NETO SUCURSAL FRESNO (fichaEst.aspx?est_folio=44312)	\$41.70	3 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44312)
IMSS SUCURSAL CENTRO MEDICO (fichaEst.aspx?est_folio=44013)	\$72.50	3 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44013)
CREMERIA SANTA FE (fichaEst.aspx?est_folio=44340)	\$106.00	2 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44340)
CREMERIA ESPEJO (fichaEst.aspx?est_folio=44339)	\$109.00	2 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44339)
LA GALLINA FELIZ (fichaEst.aspx?est_folio=44341)	\$15.00	1 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44341)
ESPECIAS MOY (fichaEst.aspx?est_folio=44342)	\$17.90	1 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44342)
POLLERIA CHARLY (fichaEst.aspx?est_folio=44347)	\$25.00	1 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44347)
POLLERIA PIOLIN (fichaEst.aspx?est_folio=44346)	\$28.00	1 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44346)
CARNICERIA LA CANADIENSE (fichaEst.aspx?est_folio=44343)	\$78.50	1 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44343)
CARNICERIA EL BISTEC DE ORO (fichaEst.aspx?est_folio=44354)	\$96.00	1 (listaEstCosto.aspx?est_folio=44354)

La tabla anterior se muestra una lista precios de la canasta básica en diferentes establecimientos desde grandes cadenas comerciales, tiendas de autoservicios, carnicerías hasta pequeñas tiendas de abarrotes. Fuente: www.profeco.gob.mx

2.2 Planeación y seguimiento del proyecto

- Desarrollo de propuesta de mejora

Para sustentar mejor nuestra indagación tuvimos que abarcar parte de la historia de Guadalajara desde inicios del siglo XX porque es cuando se empieza a comercializar los productos del campo en la ciudad y el mercado municipal se inicia a modo de tianguis. Una vez que tuvimos en claro los antecedentes tanto comerciales como migratorios, nos dispusimos a analizar el urbanismo y la arquitectura a partir de los años cincuenta y finalmente analizamos cómo repercuten estos cambios hasta la actualidad.

Lamentablemente para nuestra investigación no encontramos elementos gráficos de apoyo precisos como fotografías antiguas o planos arquitectónicos del Mercado IV centenario, pero sí conocimos a locatarios muy antiguos que nos proporcionaron una vasta información a modo de vivencias y recuerdos. Tampoco tuvimos la oportunidad de conversar con el administrador en turno para conocer un poco más sobre el estado físico del mercado.

3. Resultados del trabajo profesional

Durante la indagación que hicimos acerca de cómo han cambiado las actividades que se desarrollan dentro y fuera del mercado municipal nos encontramos con diversos puntos que se han visto afectados desde hace poco menos de cincuenta años y aspectos tanto arquitectónicos, urbanísticos, comerciales y sociales se han ido deteriorando en específico el barrio de Jesús.

Fue a mediados del siglo XX cuando el mercado municipal tuvo mayor importancia como símbolo arquitectónico propio de la ciudad de Guadalajara, periodo en el cual también los barrios tradicionales fueron un símbolo popular cultural. Pero por varios factores en los siguientes se han ido deteriorando no solo físicamente sino también barrialmente. Consultamos con académicos expertos en temas de espacios públicos que nos apoyaron en la importancia que tienen y deben tener los mercados municipales, la importancia de comunidad barrial, el sentido de pertenecía que las personas crean para poder vivir en comunidad.

Ignacio Román que es economista nos ayudó a ampliar nuestro panorama sobre estos espacios vistos más allá de lo arquitectónico pues nos apoyó con otros temas sobre cómo funciona el trato de negocios en estos espacios y qué factores son los que aportaron al deterioro del mercambián. Hubo libros que sirvieron como fuente de apoyo en nuestro tema de investigación como el concepto de mercados en México, la migración, las consecuencias, parte de la historia del comercio en Jalisco y la enorme gastronomía que emerge en los mercados.

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto

- Aprendizajes profesionales

Edson Porfirio Suárez Cabuto

En un inicio tuvimos que conocer la historia del mercado, recabar datos generales, por qué se construyó, el lenguaje arquitectónico, qué grandes hechos lo han marcado y cómo es que se dio a conocer en la ciudad, hasta marcarlo como un punto de referencia. Uno de los principales retos que tuvimos fue conocer el barrio y el mercado desde diferentes puntos de vista, desde el análisis del contexto que se encuentra en el barrio de Jesús, diseño de casas y establecimientos, el tipo de gente que reside ahí, las principales vías de acceso. También el identificar los problemas que aquejan al barrio como la migración de muchas familias a las periferias, la inseguridad, el abandono de casas y por consecuencia la afectación del comercio dentro del mercado IV Centenario.

Por otro lado, durante nuestra investigación nos encontramos con cosas muy buenas como el hecho de que el mercado se encuentra a un costado de los templos más históricos de ciudad, que el mercado en general cuenta con una buena calidad de venta de productos comestibles, la amabilidad de los locatarios y los clientes, pues gracias a ellos no hubiéramos tenido esa cercanía directa para conocer al mercado.

Uno de los retos que tuvimos es que como arquitectos tratamos de abarcar temas que tuvieran una relación entre nuestra profesión con el mercado, los cuales ya habíamos mencionados pero después tuvimos que adentrarnos al comercio, y hacer investigaciones con economistas para entender bien el ciclo del comercio, negocios e intercambio de productos, la variación de precios de diferentes establecimientos. la diferencia de variedad de productos que se encuentran tanto en grandes cadenas comerciales como en mercados municipales.

De las enseñanzas más grandes que obtuve fue el hecho de relacionarme con distintas personas que nos ayudaron a estructurar y reafirmar nuestra hipótesis, tales como académicos de varios temas como diseñadores, economistas, arquitectos y comunicólogos. también personajes del Mercado IV centenario como los locatarios más antiguos para conocer parte de la historia del mercado y algunas anécdotas personales para entender mejor la vida diaria de un mercado municipal.

Frida Quetzalli Montaña Álvarez

A lo largo de este proceso fuimos descubriendo que la investigación es un punto clave para cualquier proyecto, porque son las bases que sustentan todo, en este caso que tratamos el tema de los mercados municipales nosotros teníamos la hipótesis de que los mercados han ido deteriorándose en gran medida, en especial el mercado IV Centenario, y que las razones se debían a que la población fue creciendo y los que vivían dentro de los barrios que albergaban los mercados migraron a nuevas colonias y cotos a las periferias de la ciudad, dejando de cierta manera abandonados tanto al centro de Guadalajara como a los barrios. Conforme fuimos avanzando en la investigación fuimos reafirmando esos puntos pero también descubriendo otros, como que el tejido social es clave para la sociedad y el correcto funcionamiento de ella; sin un tejido social fuerte otros aspectos se debilitan principalmente sociales y económicos.

Además, descubrimos que la investigación es un asunto complejo y que se debe buscar por muchos medios y varias fuentes de información para poder

confirmar una “verdad”, porque nos pasó que en ciertas ocasiones encontrábamos información buena pero las fuentes no eran del todo confiables, entonces era necesario seguir buscando más información seria que confirmara por completo los hallazgos que íbamos teniendo.

Otro aspecto que fue para nosotros un tanto nuevo fue el de convivir y comunicarnos con los usuarios de los mercados, locatarios, vecinos y conocedores del tema; conforme fuimos avanzando con las entrevistas nos dimos cuenta que para obtener buena información y además concisa era necesario hacer las preguntas correctas y tener conocimientos previos, por limitados que fueran pero conocer acerca de lo que estábamos buscando e investigando además de tener muy claro cuál era el objetivo al que queríamos llegar para no desviarnos en información vana, cosa que nos pasó al principio y que ahí identificamos cuáles eran las preguntas o detonantes importantes en las entrevistas para obtener información de calidad.

Posteriormente ya que teníamos información suficiente para empezar a aterrizar en el proyecto no encontramos con que teníamos demasiada información y dispersa fue ahí cuando entendimos que tener orden en cualquiera de los subtemas de la investigación era crucial para posteriormente digerir y extraer los puntos más relevantes y que si nutrieran la investigación.

Después nos enfrentamos al gran reto de la redacción y la manera correcta de transmitir las ideas y hallazgos, puntos que hasta el final se nos dificultó.

Comprendí también la importancia de conocer la historia de nuestros antepasados, de nuestra ciudad, de la historia de su arquitectura y urbanización, las razones sociales, culturales, económicas e históricas que llevaron a la ciudad a su situación actual. En nuestro caso era necesario conocer todas ellas para comprender por qué la ciudad se fue constituyendo arquitectónicamente de esa manera; cuáles necesidades tenía la sociedad y cada uno de sus habitantes así como los recursos con los que se contaban para lograr cubrir tales necesidades, para esto es importante conocer la situación económica que pasaba nuestro país en esos momentos y que problemas venía arrastrando.

- Aprendizajes sociales

Edson Porfirio Suárez Cabuto

No aportamos alguna solución pero por lo menos los vecinos, locatarios y habitantes del barrio se sintieron tomados en cuenta cuando fuimos a hacer el trabajo de campo y los involucramos al contar parte de su historia personal o su testimonio y la facilidad con la que las personas nos contaban sobre la situación en estos últimos años, la historia sobre como llegaron y algunas anécdotas que alcanzamos a escuchar sobre su niñez en el barrio, fueron datos que les intentamos dar importancia y sustentarlo con lo que nos decían algunos académicos sobre la situación del mercado.

Fue gran contraste el entrevistar a personas de barrio y a académicos que considero ambos son de gran importancia para la investigación, fueron experiencias diferentes, enriquecieron mi aprendizaje personal porque me volví más sensible ante la situación social que viven los comerciantes de colonias populares.

En las fotografías tratamos de transmitir la situación de algunos locatarios que son los que han estado más tiempo trabajando también tuvimos otros apoyos visuales como de fotos antiguas de la ciudad mostrando algunos de los lugares que mencionamos arriba en la investigación como la estación de ferrocarril , el mercado corona y el centro de la ciudad.

Frida Quetzalli Montaña Álvarez

Este proceso fue de grandes aprendizajes en muchos aspectos, consideramos que mejoramos pero no somos expertos.

Comprendimos que para comenzar un proyecto es muy importante tener claros los objetivos porque es muy fácil desviarse en el camino conforme se van descubriendo cosas nuevas o también cuando no se está encontrando lo esperado, es vital ser firmes en los propósitos del trabajo pero teniendo un rango de poder modificarlos en cierta medida, sólo para mejora del proyecto porque si se hacen grandes cambios se cambia el sentido del objetivo principal y se puede

estar un poco perdido. También cuando se fijan los objetivos es clave tomar en cuenta el bienestar social o mejora de él y que cada decisión que se tome sea con la intención de crear el menor impacto negativo en la sociedad.

No estamos seguros de haber innovado pues el proyecto fue prácticamente investigación, pero sí lleno de aprendizajes para mejorar en un futuro y hacer las cosas de diferente manera, más estructuradas, con objetivos fijos y mayor orden desde el inicio.

Nuestro proyecto no tuvo un impacto directo ante la sociedad de mercados municipales pero nos parece que nuestro trabajo de investigación puede aportar en un futuro a obtener información real sobre la situación en la que se encuentran los mercados y los problemas que enfrentan. Porque a pesar de que sí hay información, en casos dispersa o limitada creemos que la información que fuimos recopilando aportará en cierta medida al tema de los mercados municipales y también ayudará a entender que estamos en un constante cambio y que no podemos quedarnos estáticos y sin hacer nada, es necesario adaptarse y evolucionar para poder avanzar con la rapidez con la que marcha la sociedad e ir siguiendo el ritmo para no estancarnos o posiblemente desaparecer. Principalmente al grupo de locatarios de mercados municipales, que son los afectados directos de este proceso de cambio que no para y no podemos detener.

Para poder darle seguimiento a este proyecto consideramos que este documento puede ser de ayuda e impulso para desarrollar un plan de mejora para los mercados municipales y todo lo que conlleva con ello, tanto la sociedad, el barrio y el tejido social.

Finalmente, comprendimos conforme la investigación fue avanzando que lo que inicialmente veíamos como el problema principal era resultado de varios factores que fueron agravando la situación de los mercados uno de los más críticos fue el de la ruptura del tejido social que cambiaba completamente la dinámica dentro de un mercado pues a las personas ya no les interesa cruzar palabra con otra, mirarse a los ojos y mucho menos entablar una conversación con otros esto nos ha hecho más aislados e individualistas ante los demás y si no existe el tejido social, las actividades que se daban dentro del mercado

definitivamente ya no funcionan de la misma manera no hay convivencia ni interacción, no se crean lazos entre personas que los identifiquen entre sí, además de la pérdida de identidad del barrio porque el barrio como se conocía antes ya no existe entonces la gente ya no se apropia del espacio donde vive de la misma manera porque las actividades han cambiado y los cotos o colonias que ahora reemplazaron a los barrios se han convertido en ciudades dormitorio, las distancias son más largas y ya no se puede perder el tiempo en trasladarse a un lugar muy lejano si no es tan necesario, se busca lo básico y fácil y todo esto implica el ya no interactuar con las personas.

- Aprendizajes éticos

Edson Porfirio Suárez Cabuto

Para escoger nuestro tema de investigación escogimos otros temas, pero con las asesorías del maestro nos dimos cuenta de que no aportan alguna solución social ni una indagación que nos fuera útil, por lo que la investigación del mercado IV Centenario fue la óptima para indagar sobre sus actividades porque implicaba una investigación más compleja, en la cual el proceso de investigación surgieron nuevos obstáculos, con aspectos económicos de los mercados, por ejemplo, la historia del comercio en Jalisco, cómo afectaron las recesiones económicas en las últimas décadas, el costo de la canasta básica, así como también la historia de Guadalajara, historia de la gastronomía tapatía y un tanto de temas políticos para entender sobre programas sociales que ayudaban a los mercados municipales.

Dicho lo anterior, podemos decir que fue una experiencia interesante a pesar de enfocarnos también en una investigación arquitectónica, con la ayuda de maestros expertos en otras carrera nos ayudaron a relacionar la arquitectura con otras carreras, ahora sabemos que sin problemas podemos hacer alguna otra investigación mientras tengamos fuentes de información correctas. Sinceramente en un inicio no teníamos muy clara cual sería nuestra aportación para la investigación o soluciones, en realidad más que solución hicimos una indagación interesante que podría ser fácil de identificar pero nosotros, nos encargamos de recabar la información necesaria para sustentarlo.

Después de este PAP es posible que ahora nuestros siguientes temas de investigación los veamos con un sentido más sensible, que no sólo es hacer una investigación sino que también podamos aportar soluciones o sigamos preguntándonos sobre lo que pasa en nuestro entorno, como todos estos problemas sociales que abundan en México o otros temas de los cuales hay muy poco interés como la cultura.

Frida Quetzalli Montaña Álvarez

Desde el inicio cuando estábamos buscando temas para trabajar a lo largo del PAP y ninguno nos convencía porque eran temas un tanto banales y pensamos que era porque ninguno tenía un objetivo que aportara algo realmente a nuestro entorno, cuando decidimos el tema del deterioro de los mercados municipales, encontramos que hay toda una comunidad involucrada y que de alguna manera podríamos aportar algo. Y así fue como fuimos indagando en el tema, creo que fue una experiencia el poder tener la oportunidad de conocer personas nuevas a las que también les apasiona el tema y tienen la intención de poner su granito de arena en la manera de lo posible. Me di cuenta de que para una investigación es compleja y que se constituye y fundamenta de muchos aspectos.

Me gustó la experiencia de conocer a académicos de una calidad humana que me impresionó mucho la pasión con la que hacen su trabajo y la sensibilidad que tiene ante los problemas sociales a los que nos enfrentamos y resolvemos de una u otra manera. Además de conocer la historia de algunos de los locatarios y usuarios del mercado IV Centenario así como habitantes del barrio de Jesús que fueron de gran ayuda para la investigación, el compartirnos su punto de vista y vivencias entorno al mercado nos permitieron entender la dinámica que se vive dentro del barrio y la situación real del mercado.

- Aprendizajes en lo personal

Edson Porfirio Suárez Cabuto

El PAP me ayudó a reconocer que soy capaz de colaborar con otras personas con buena comunicación y la confianza adecuada para un óptimo trabajar en equipo, también me ayudó a saber relacionarme con otras personas no cerrarme a solo investigar en libros y en fuentes de internet sino que salir al campo de trabajo, observar lo que en verdad pasa a nuestro alrededor, conocer el mercado desde la gente para conocerlo mejor. Lo mismo pasa con los académicos que entrevistamos que en gran parte nos ayudaron con otros recomendación con otros expertos o libros.

Por otro lado, aprendí a tener paciencia para encontrar en libros lo que nos podría servir, también que a veces para hacer este tipo de investigaciones tienen que adecuar al tiempo de las otras personas personas en el caso de los académicos, que en la mayoría de las veces nosotros debíamos disponer de su tiempo o el caso de los locatarios varias veces debíamos sentarnos y comprar sus productos para más que una entrevista pareciera una conversación con amigos.

En un futuro me gustaría que esta investigación tuviera una continuación, no necesariamente en este mercado pero sí en nuevos descubrimientos que puedan aportar otras hipótesis interesantes y si es posibles alguna solución.

Frida Quetzalli Montaña Álvarez

A lo largo de este PAP aprendí la importancia de escoger un tema que me guste y que además aporte algo a la sociedad, porque cada cosa que hagamos debe tener un fin social, y hacerlo mediante nuestro trabajo es una de las oportunidades más cercanas que tenemos y el tema que escogimos de los mercados municipales me parece que a pesar de no tener un impacto directo con la sociedad creo que pudimos agregar nuestro granito de arena con la investigación que hicimos, pues ahora habrá más herramientas para poder desarrollar un proyecto en torno a los mercados.

En lo personal, fue una gran experiencia el poder participar con diferentes personas desde académicos que tenían conocimiento de temas económicos, históricos, sociales, culturales, arquitectónicos y urbanísticos y conocer sus puntos de vista acerca de la situación que se está viviendo, así como también sus propias experiencias. Otro de los recursos que utilizamos y que me parece fue de los de mayor provecho y que nos ayudó a conocer la situación real fue la de entrevistar a los locatarios y usuarios del mercado, nos mostraron una perspectiva diferente de las cosas, así como los académicos, nos enseñaron que hay otros caminos, soluciones y alternativas que se pueden tomar, nosotros estábamos un poco cerrados al inicio pero el ir conociendo puntos de vista diferentes aportó mucho tanto a mi persona, a mi carrera con conocimientos académicos y al trabajo, aprendí que es muy importante la comunicación dentro de un equipo, la participación y la disposición sabiendo que en conjunto se puede trabajar mejor.

5. Conclusiones

El resultado de la investigación del proyecto fue satisfactorio para nosotros porque a lo largo de la investigación descubrimos que el deterioro de los mercados en general no es culpa solamente de las autoridades, las cuales no invierten en los mercados locales, el verdadero problema reside en varios factores, el principal ha sido la falta de interés en la comunidad por crear vínculos entre sus habitantes.

Al final de nuestra investigación encontramos dos posibles soluciones o posibles causas por las cuales el mercado IV Centenario que puede mejorar, la primera es que debe responder a las necesidades de sus clientes, no puede seguir siendo un mercado “tradicional” vendiendo cosas que ya no compran las nuevas generaciones, el mercado se tiene que ir adaptando a las necesidades que vayan surgiendo. La segunda solución es el tejido social que ha desaparecido en los barrios, mientras que las personas no sientan apropiación por lo que tienen a su alrededor de otra manera es muy difícil que exista una convivencia con su barrio.

El trabajo final de nuestra investigación da como resultado un buen comienzo para analizar y hacer hipótesis que ayuden a los mercados, además es

una buena base para hacer una investigación mucho más profunda que pueda arrojar más hipótesis en un futuro.

6. Bibliografía

- Acosta, F. (2015). El Espejo Histórico: mercado el IV Centenario. Recuerdo de un siglo más. *Crónica Jalisco*.
<http://www.cronicajalisco.com/notas/2015/56263.html>
- Animal Gourmet (2019). La canasta básica de México: de 23 a 40 productos. 10 de abril de 2019, de *Animal Gourmet Sitio web*:
<https://www.animalgourmet.com/2019/01/30/canasta-basica-mexico>
- Apperti, Luis (2016). La crisis y el poder adquisitivo en México. 10 de abril de 2019, de *Milenio Sitio web*: <https://www.milenio.com/opinion/luis-apperti/mundo-industrial/la-crisis-y-el-poder-adquisitivo-en-mexico>
- Castillo, V., Ayala, S., Vargas, P., Monroy, A. (2015). Los Mercados Municipales de la Zona Metropolitana de Guadalajara: Condiciones actuales y opciones de mejora. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho Vol. X*. <http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Castillo-mercados-municipales.pdf>
- De Dios Corona, Sergio. Entrevista personal (2019). ITESO.
- Díaz, Raúl. Entrevista personal (2019). ITESO.
- Doñán, Juan José. Entrevista personal (2019). Guadalajara, Jal.
- González Huevo, Arabella (2005). *Guía Arquitectónica Zona Metropolitana de Guadalajara*. Secretaría de Cultura.
- González Franco, L. (coord.). *Historia de la arquitectura y el urbanismo mexicanos, vol. IV. El siglo XX, tomo II*. En la antesala del tercer milenio. México: FCE/UNAM-FA, pp. 329-340. <https://rei.iteso.mx/handle/11117/5055>
- González, L. (2005) Encuentros Sociales y Diversiones. Guadalajara: Agatha, Gobierno del Estado de Jalisco.
- Hernández, L. (2009). Mercados municipales en Guadalajara. *Revista Mercadotecnia Global ITESO*.

- <https://blogs.iteso.mx/mktglobal/2009/10/21/mercados-municipales-en-guadalajara-1era-parte/>
- Ibarra, C. (2012) Barrio Capilla de Jesús. Desarrollo. *Descubre Centro GDL*.
<http://descubrecentrogd.com/mi-centro/item/105-barrio-capilla-de-jes%C3%BAs-desarrollo.html>
- Liciaro, Bertha, entrevista personal (2019) Mercado IV Centenario.
- Martínez, Rosa, entrevista personal (2019). Mercado IV Centenario.
- Mendoza Zárate, Gabriel, S.J. (2016). “La configuración del tejido social”. Centro de Investigación y Acción Social.
- Núñez, Juan Carlos, entrevista personal (2019). ITESO.
- Núñez Miranda, Beatriz, “Tercera parte 1910–1990” en Águeda Jiménez Pelayo, Jaime Olveda, Beatriz Núñez Miranda, *El crecimiento urbano de Guadalajara*, Guadalajara: El Colegio de Jalisco, 1995, pp. 225–230.
- Ramos, J. (2018) Mercado IV Centenario. *Gaceta Municipal*.
<https://transparencia.guadalajara.gob.mx/sites/default/files/GacetaJunio2018.pdf>
- Real Academia Española (2019). *Diccionario de la lengua española* (22.^a ed.)
<http://www.rae.es/>
- Román, Ignacio, entrevista personal (2019). ITESO.
- Sztompka, Piotr (1995). *Sociología del cambio social*. Madrid: Alianza Editorial.
- Vázquez Piombo, P. (2015). El desarrollo urbano en Guadalajara.

Anexos

Entrevistas

Juan Carlos Núñez Bustillos es periodista con una maestría en periodismo digital por la Universidad de Guadalajara, un máster en periodismo en la Universidad Autónoma de Madrid y el diario *El País*.

Es profesor en el ITESO y director de integración de comunitaria de esta universidad. Autor del libro *Retrato hablado*, un conjunto de entrevistas con diversos personajes de la ciudad, entre ellos algunos comerciantes de mercados y tianguis. Núñez dice que cada mercado tiene un sello personal que lo diferencia

por los productos que venden y su tradición y vuelve a cada uno de ello especial, algunos de los mercados en los que trabajan los entrevistados son el de San Juan de Dios y los mercados Corona, Santa Tere, Alcalde y la Central de Abastos.

Juan José Doñán es un estudioso de la ciudad, tanto la Guadajara mítica con la real. Ha escrito en revistas como *Proceso*, *Replicante* y colaborado en Notisistema; es periodista, melómano, practica la crónica y el ensayo, es docente universitario y autor de libros como *El occidente de México cuenta, antología del cuento cristero*, *Jalisco, tierra del tequila*, *Oblatos–Colonias*, *andanzas tapatías* y *Juan Rulfo ante la crítica*.

Raúl Díaz es diseñador industrial egresado del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), con posgrados en diseño urbano y planeación urbana. Se dedica a la docencia, la investigación y consultoría en temas de espacio público, diseño de mobiliario urbano, movilidad urbana y participación ciudadana en procesos de planificación.

Sergio René de Dios Corona es académico y profesor del ITESO, coautor del libro *Sabor que somos*, maestro en Programación Neurolingüística por el Centro Mexicano de PNL y licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación por la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA). Es periodista desde 1984, desempeñando los puestos de reportero, editor, jefe de redacción, columnista, director y/o locutor en seis periódicos, dos estaciones de radio y dos revistas, una impresa y otra digital. Actualmente es columnista del periódico El Informador, conductor de un programa en Radio Mujer y director de la revista en línea www.periodismotransversal.com. Ha escrito dos libros de periodismo y es coautor de otros dos con el maestro Juan Carlos Núñez. Sus textos han aparecido en otra decena de libros. En el 2010 un jurado compuesto por universidades y medios informativos de Jalisco le otorgó el Galardón Despertador Americano a la trayectoria periodística.