



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE PUEBLA**



**FACULTAD DE ARQUITECTURA**

**Lineamientos para la Conservación del  
Mercado 5 de Mayo**

**TESIS**

Que para obtener el grado de  
**MAESTRO EN CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO  
EDIFICADO**

Presenta:

**César Flores Paredes**

(941002097)

Director de tesis:

**Dra. Guadalupe Ma. Milián Ávila**

(100443088)

Asesores de tesis:

**Dra. Blanca Rosa Téllez Morales**

**Dra. María de Lourdes Flores Lucero**

**Dr. Sergio de La Luz Vergara Berdejo**

**Dr. Moisés Morales Arizmendi**

Asesor Externo

**Dra. Norma Leticia Ramírez Rosete**

Puebla, Pué. Junio 2014

# INDICE

<b>Introducción</b>	Pag 1
<b>Objetivo general</b>	Pag 4
<b>Objetivos particulares</b>	Pag 4
<b>Hipótesis</b>	Pag 4
<b>Metodología</b>	Pag 5
<b>Estructura de presentación de resultados</b>	Pag 6
<b>Capítulo 1. Marco conceptual</b>	Pag 8
La Conservación del Patrimonio, una práctica multifacética	
<b>Capítulo 2. El Mercado 5 de Mayo</b>	Pag 12
Orígenes y localización	
Localización y delimitación del área de estudio	
Contexto urbano inmediato	
El Nacimiento de los Mercados	
<b>Capítulo 3. Surgimiento de un sector comercial de gran Impacto social</b>	Pag 23
El impacto económico del mercado	
<i>Los llamados propios</i>	
<i>Los ambulantes</i>	
<i>Locatarios no establecidos</i>	
<i>Locatarios establecidos</i>	
<i>Tiendas de barrio o misceláneas</i>	
<i>Tiendas de Servicios</i>	
<i>Comercio especializado</i>	
<i>Cadenas departamentales</i>	
Polo de abastecimiento multisocial y multiescalar	

<b>Capítulo 4. El Mercado 5 de Mayo un núcleo de vida tradicional</b>	Pag 36
Modo de vida del mercado y sus alrededores	
<b>Capítulo 5. El Abasto un problema no resuelto</b>	Pag 39
Un conflicto no resuelto	
La intervención gubernamental hoy	
Lo q dicen del gobierno	
<b>Capítulo 6. Opinión y Mecanismos de Participación Ciudadana</b>	Pag 43
Posibilidad de Modificar las condiciones actuales del Mercado	
La posibilidad de modificar las condiciones q tiene el Mercado	
Los agentes sociales	
Diseño y aplicación de instrumentos de investigación	
<b>Capítulo 7. Casos Análogos</b>	Pag 45
<b>Capítulo 8. Conclusiones</b>	Pag 48
<b>Capítulo 9. Propuesta de lineamientos para El Mercado 5 de Mayo</b>	Pag 51
Acciones que proponer en función de las características particulares del mercado	
Reflexión referente a la problemática actual del Mercado	
Reflexiones	
Diagnostico físico y problemática	
La Función que tiene el Mercado	
Valor de los mercados en general	
Mejoras y lineamientos propuestos	

## **Fuentes**

**Bibliografía**

**Fuentes Primarias**

***Fotografías***

***Entrevistas a:***

*Comerciantes*

*Usuarios o compradores*

*Habitantes*

*Dirigentes*

***Planos***

***Documentos obtenidos de Internet***

***Imágenes obtenidas de Internet***

***Gráficos***

## Introducción

En Puebla durante las dos últimas décadas, los organismos gubernamentales han intentado modernizar al centro histórico mediante intervenciones que pretenden cambiar su imagen en el aspecto urbano, por ejemplo: generando un carril para bicicletas; instalando bandas de detección para invidentes y rampas en banquetas para minusválidos. También se han instalado nuevas luminarias y peatonizado algunas calles.

Particularmente a partir de la declaratoria de la Unesco como “Patrimonio de la humanidad”, de 1987, las autoridades han desarrollado intervenciones monumentales para el centro histórico como la transformación del mercado La Victoria en un centro comercial moderno; el Proyecto del Paseo del Río de San Francisco (1993) que incluye un centro de convenciones y espacios comerciales. Por su parte, la actual administración ha gestionado 100 millones del erario municipal y 200 por parte de la federación para impulsar lo que llama la “modernización del centro”; se trata de un corredor turístico que unirá la zona de los fuertes con el centro a través de sendas o recorridos en los cuales se mejorarán fachadas pavimentos y luminarias.

Así mismo se implementarán programas de vivienda con apoyo de hábitat. <sup>1</sup>Estas acciones que sin duda son importantes se enmarcan en una política de impulso a las actividades turísticas de alta rentabilidad dejando de lado las prácticas cotidianas y las necesidades de los habitantes de los barrios. Tal es el caso de las vecindades, pequeños comercios y zonas limítrofes del norte que en su mayoría se encuentran en estado de deterioro y algunas hasta abandonadas.

Sin embargo el mantenimiento de la vitalidad del centro depende también de conservar no sólo los edificios monumentales, históricos o emblemáticos; hace falta mejorar los espacios y edificaciones que responden a las prácticas de los habitantes del centro para evitar que su población siga disminuyendo.

---

<sup>1</sup> (<http://www.cmicpuebla.org.mx/secciones/?se=825>). (Consultado el 19 de junio de 2014.)

En recientes declaraciones se afirma que 70% de las construcciones están deshabitadas.<sup>2</sup> La restauración de edificios de gran valor arquitectónico no garantiza la conservación de este sector urbano de manera integral; es indispensable mejorar las condiciones de vida de los habitantes.

En este sentido el mercado 5 de Mayo resulta un elemento de gran interés ya que es el único mercado al interior de la zona patrimonial en él se reproducen prácticas socioculturales de gran tradición; aún en la actualidad, pese a sus condiciones de deterioro forma parte de la vida cotidiana de los pobladores del centro y es frecuentado por usuarios que provienen de toda la ciudad y de la región circundante.

En Julio de 2013, surgió el rumor de un desalojo de los locatarios del mercado 5 de Mayo. El programa de “mercado digno”, implementado por las autoridades municipales en varios mercados poblanos y otras obras realizadas en el Centro Histórico (CH) fueron motivo de sospecha para los comerciantes del 5 de Mayo.

El corredor Turístico, el embellecimiento de fachadas y pavimentos, aunados al incendio ocurrido el 4 de agosto en el área de tianguis del mercado mencionado aumentaron la alarma; parecía inminente su sustitución por área de aparcamiento o una tienda departamental, como sucedió en 1986 con el mercado La Victoria.<sup>3</sup>

Ante esta amenaza y sabedor de las consecuencias que vendrían para los habitantes de la zona, comerciantes y en general para el área histórica tales como, la instalación en las calles del comercio ambulante y semifijo, la pérdida de empleos, el abandono de los inmuebles circundantes al mercado, entre otras, en mi calidad de interesado en los procesos del CH, decidí realizar una investigación que contribuyera al conocimiento del fenómeno y aportar elementos para salvaguardar esta actividad tradicional.

---

<sup>2</sup> <http://www.cmcpuebla.org.mx/secciones/?se=825>). (Consultado el 19 de junio de 2014.)

<sup>3</sup> La Victoria era la zona de abasto principal de la ciudad desde su construcción al inicio del siglo XX.

En este aspecto es donde la cotidianeidad determina y adquiere un papel relevante en la conservación del patrimonio pues es esta (la cotidianeidad) la que permitirá que un patrimonio intangible subsista ya que la vitalidad de sus habitantes así como sus hábitos y costumbres le darán un uso característico al patrimonio. Es ahí donde los estudiosos del patrimonio debemos indagar y encontrar fórmulas adecuadas que permita revitalizar a los centros históricos sin excluir a los actores que lo sostienen.

## **Objetivo general**

El Objetivo de la Investigación es conocer las condiciones físicas y sociales en que se encuentra el mercado 5 de Mayo y proponer lineamientos para su mejoramiento, conservando su esencia, es decir, la cotidianeidad que lo ha caracterizado desde su fundación en los años sesenta.

## **Objetivos particulares**

- Conocer los orígenes del mercado, la localización y su área de influencia;
- Analizar las características físicas y de funcionamiento del mercado;
- Conocer las opinión e intenciones sobre el mercado de los actores principales (compradores, vendedores y habitantes de la zona);
- Conocer las preocupaciones e intenciones de las organizaciones de comerciantes y de las autoridades;
- Revisar otras experiencias que puedan servir de modelo para proponer acciones de mejoramiento.

## **Hipótesis**

Conocer las preocupaciones de los actores principales involucrados y las intenciones de las autoridades permitirá proponer lineamientos viables y más acertados para mejorar la imagen y funcionamiento del mercado. La consulta de otras experiencias servirá para enriquecer las propuestas.

## Metodología

Para cumplir con lo anterior se realizaron:

- Revisión de documentos históricos;
- Análisis de planos del sector y del edificio;
- Levantamientos gráficos y Fotográficos actuales;
- Inventario de giros comerciales;
- Entrevistas a compradores, vendedores, habitantes de la zona, dirigentes y autoridades;
- Identificación y análisis de algunas experiencias exitosas;
- Reflexiones sobre las posibilidades abiertas por la investigación.

## **Estructura de presentación de resultados**

Esta Investigación presenta una estructura dividida en nueve capítulos:

En el primero se abordan las premisas teóricas y metodológicas que guían la investigación.

En el segundo se hablara de las razones que motivaron la creación del mercado, su localización y su delimitación; así como el área de influencia que abarca el mismo. Dando importancia a su comportamiento en su contexto urbano inmediato.

En el tercer capítulo hablaremos del surgimiento de un sector comercial que caracteriza al mercado 5 de Mayo, así como su Impacto socioeconómico y su área de influencia territorial.

El cuarto capítulo trata describe las características morfológicas y tipológicas que determinan un núcleo de vida tradicional que se genera e identifica por la existencia del mercado y cómo influye en sus alrededores.

El quinto capítulo nos describirá por qué el abasto es un problema hasta la fecha no resuelto, cómo afecta a un cierto grupo social, e influye su imagen en nuestra sociedad.

El sexto capítulo describe las propuestas que los organismos gubernamentales han considerado viables para sus agentes sociales y como estos instrumentos pueden influir en la sociedad para la cual fue diseñado.

El séptimo capítulo describe algunos ejemplos de cómo se interpreta en otros lugares conocidos el mercado, donde este ha adquirido una importancia relevante y forma parte de un estilo de vida característico.

El octavo capítulo nos aproxima a una serie de conclusiones y reflexiones que nos permitirán tener una visión más objetiva de la situación que vive el Mercado 5 de Mayo.

El noveno y último capítulo pretende establecer una serie de acciones a partir de las características particulares del mercado, exaltando sus valores y función para un grupo determinado de la sociedad, que además “puede ampliarse” es decir abarcando un radio de influencia mayor al conocido.

Estas acciones darán la pauta para proponer una serie de Lineamientos que tienen el objetivo de reflexionar sobre la importancia que tiene preservar la existencia del mercado como un icono cultural, tradicional y característico de toda ciudad; y de cómo puede incorporarse y mejorar dicha actividad a la situación que vive en la actualidad.

## **Capítulo 1. Marco conceptual**

### **La Conservación del Patrimonio, una práctica multifacética**

La Conservación del Patrimonio no es una cuestión meramente Arquitectónica, pues el aspecto sociológico determina el estilo y las características que determinan en este caso a un Barrio el cual forma parte de un Centro Histórico.

La apropiación del espacio implica que las personas lo tomen como propio, en el sentido de utilizarlo con fines positivos, cuidarlo, mantenerlo en buenas condiciones y vigilar su permanencia en el tiempo. Esta condición se logra particularmente cuando los espacios son utilizados cotidianamente como es el caso de los centros históricos ya que a diferencia de otros sectores urbanos, generalmente dirigidos a una función específica, los centros ofrecen múltiples actividades que hacen que muchas personas se congreguen en ellos.

Los centros de abasto y particularmente los mercados populares juegan un papel principal en la apropiación de un sitio, porque las familias requieren cubrir sus necesidades básicas con mucha frecuencia, en algunos casos cotidianamente. En la medida en que las interacciones comerciales son personales, a diferencia de los supermercados, además de comprar se establecen vínculos y lazos de amistad; incluso se puede hablar de la conformación de una identidad común si se considera que ambos comprador y vendedor conservan prácticas tradicionales.

En el caso de México el llamado “marchante” es una figura especial pues significa el establecimiento de un lazo social entre vendedor y comprador. El marchante es el vendedor al que siempre se acude, con él se conversa sobre la salud, el clima, la familia y a veces hasta se habla de política; el vendedor hace recomendaciones sobre la compra y elección de productos, da recetas y en ocasiones invita a alguna celebración.

### El Gran Bazar Estambul



Imagen 1. Obtenida de Internet<sup>4</sup>

Además los mercados cumplen funciones económicas importantes pues son generadores de empleo para gente con baja calificación y apoyan el sustento de varias familias de diferentes niveles.

### Mercado de Fez en Marruecos



Imagen 2. Obtenida de Internet<sup>5</sup>

<sup>4</sup> <http://www.viajarxeuropa.com/wp-content/uploads/2011/12/granbazar2.jpg>. (Consultado el 19 de junio de 2014.)

<sup>5</sup> <http://www.ojodigital.com/foro/attachments/sociales/125390d1380552146-paseando-por-marruecos-10-serie-abierta-zoco-de-marrakech-zoco1017a.jpg>. (Consultado el 19 de junio de 2014.)

Los mercados de las grandes ciudades que han conservado sus edificaciones y prácticas tradicionales son a su vez atracciones para el turismo.

#### **Mercado Santa Catarina en Barcelona España**



Imagen 3. Obtenida de Internet<sup>6</sup>

No se puede visitar Estambul sin recorrer el Gran Bazar o el Mercado de las Especies; Fez en Marruecos y faltar a la Medina en donde se expenden productos exóticos. El Mercado Santa Catarina de Barcelona, Mercado La Merced en México D.F., o el nuevo Mercado de San Juan en Guadalajara, son otros ejemplos singulares de atracción de visitantes.

#### **Mercado de La Merced en México D.F.**



Imagen 4. Obtenida de Internet<sup>7</sup>

<sup>6</sup> <http://vivesceramica.files.wordpress.com/2010/09/santa-caterina-mercat-794836.jpg> (Consultado el 19 de junio de 2014.)

<sup>7</sup> <http://www.mexicodesconocido.com.mx/assets/images/mercado-flores-La-Merced.jpg>. (Consultado el 19 de junio de 2014.)

El Mercado, una Actividad Socioeconómica, Tradicional y representativa del C.H. En torno a él se desarrollaron todos los procesos productivos en anteriores momentos de la historia a nuestros días, es una actividad, característica de cada sociedad, país y cultura que nos muestra sus costumbres, tradición e idiosincrasia.

**El nuevo Mercado de San Juan en Guadalajara, México**



Imagen 5. Obtenida de Internet<sup>8</sup>

Finalmente el Patrimonio no es únicamente un asunto de Arquitectura, menos aún de buena arquitectura, la conservación de los Centros Históricos se articula, mediante la apropiación de los espacios y tradiciones cotidianas por parte de los usuarios. Pero ¿quiénes son los usuarios? ¿Los habitantes o los consumidores de empleos, de cultura o de tiempo libre?

---

<sup>8</sup>[http://campusdigital.uag.mx/academia/espanol/images/mdo\\_san\\_juan.jpg](http://campusdigital.uag.mx/academia/espanol/images/mdo_san_juan.jpg) . (Consultado el 19 de junio de 2014.)

## Capítulo 2: El Mercado 5 de Mayo

### Orígenes y localización

El 5 de Mayo surge como una necesidad demandada por el crecimiento de la ciudad y su población, durante la segunda mitad del siglo XX; producto de la reubicación, de los ambulantes que se situaban alrededor del mercado la Victoria.

Fotografía 1. Fachada Principal del Mercado 5 de Mayo, Puebla, Mex.



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Se funda en el año de 1962 en conmemoración a los cien años de la Batalla del 5 de Mayo a la par que otras obras como el Boulevard que lleva el mismo nombre. Inicia como un mercado de zona que fue diseñado de acuerdo con los cánones arquitectónicos convencionales.

Según el dirigente de los locatarios entrevistado para los fines de la investigación, sus dimensiones y diseño obedecieron estudios previos que permitieron que satisficiera las demandas de la época.

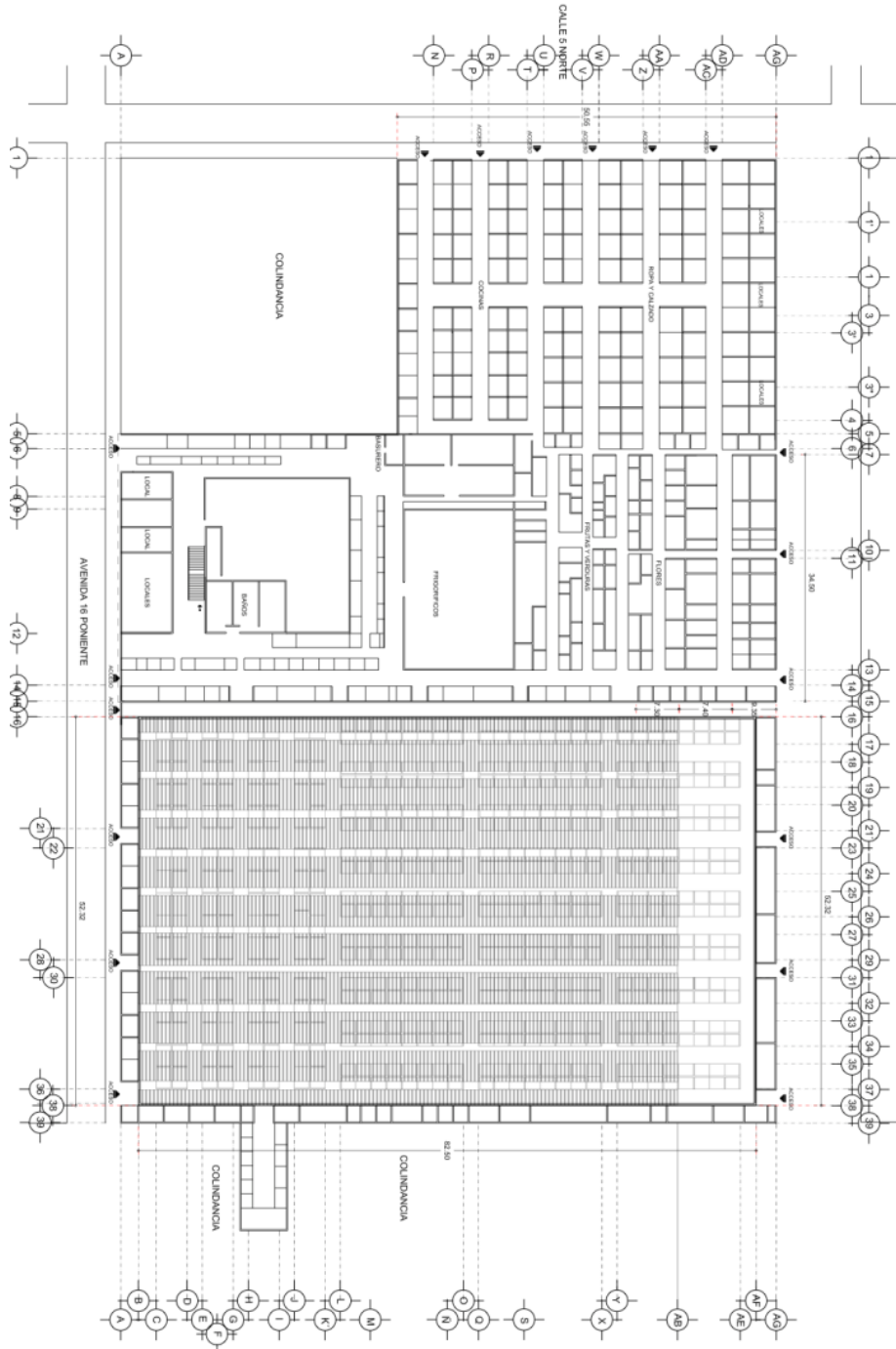
El financiamiento del Mercado de acuerdo con el entrevistado estuvo a cargo de los mismos locatarios, quienes concluyeron sus adeudos entre 1972 a 1975. Aunque el artículo 115 de la Constitución.<sup>9</sup> Dice que todos los servicios públicos deben estar a

---

<sup>9</sup>Los servicios públicos municipales son aquellos que por ley deben prestar los ayuntamientos y se regulan bajo las disposiciones del artículo 115 de la Constitución General de la República. En la

cargo del Ayuntamiento -incluyendo a los mercados, a partir del pago total los dirigentes de aquel tiempo recibieron la escritura y se les concedió la administración del inmueble.

Plano 1. Planta del Mercado 5 de Mayo



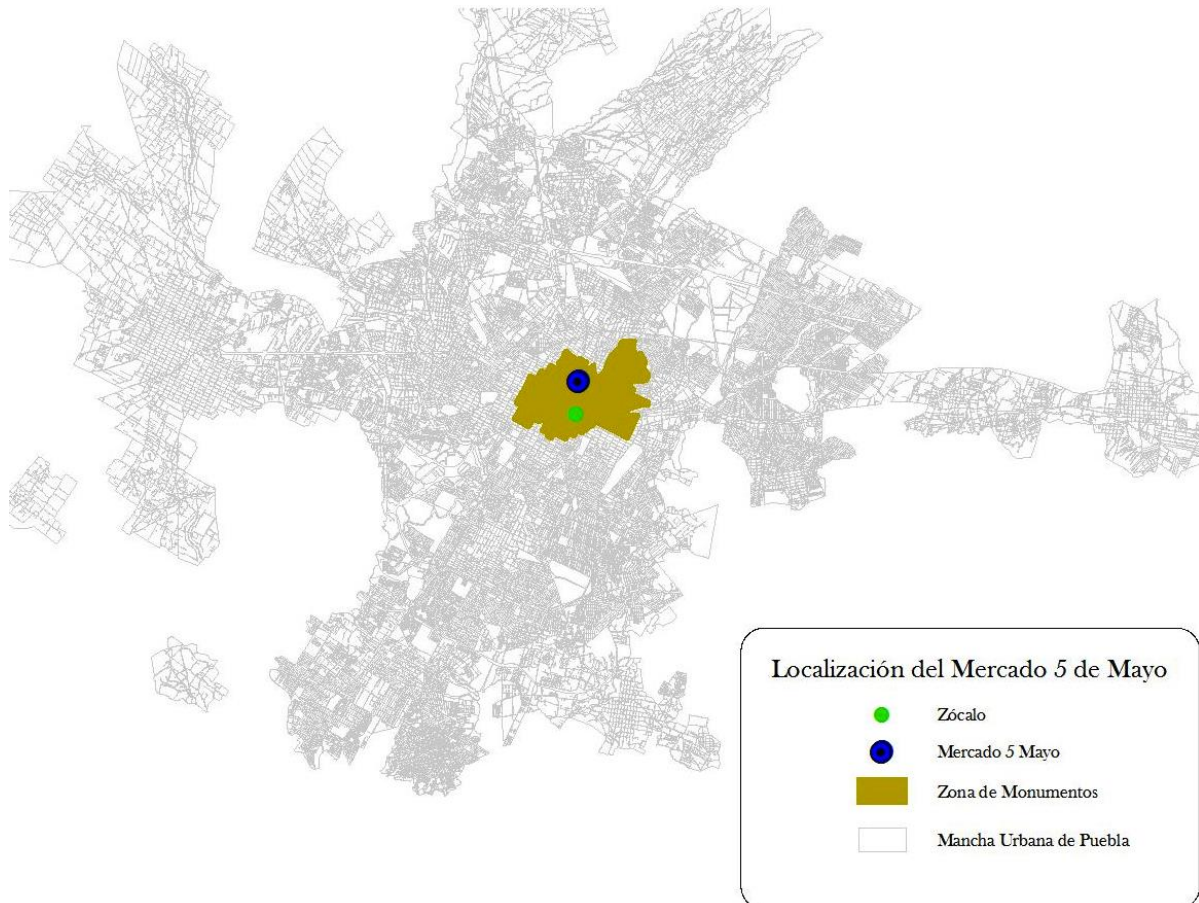
Fuentes: Proporcionado por Gobierno del Estado S/Escala (Nov.2012)

fracción III se señala que: *Los Municipios con el concurso de los estados, cuando así fuere necesario y lo establezcan las leyes locales, tendrán a su cargo los siguientes servicios públicos: Agua potable y alcantarillado, Panteones, Alumbrado público, Rastro, Limpia, Calle, Parques y Jardines, Mercados y Centrales de abasto, Seguridad pública y tránsito.*

## Localización y delimitación del área de estudio

El 5 de Mayo conjuntamente con otros 4 mercados que aún subsisten se localiza al interior de la zona declarada patrimonial, como puede observarse en el plano 1.

Plano 2. Localización del Mercado 5 de Mayo en el contexto de la ciudad de Puebla



Fuentes: S/Escala Proporcionado y elaborado por Ramírez Rosete (2012)

Como puede verse en la imagen 1, está enclavado entre las calles 3 y 5 norte desde la 16 a la 18 poniente, ocupando el 75% de la manzana. Al poniente colinda con el Barrio de San Pablo, al norte limita con el barrio de Santa Anita, al Oriente con el barrio de San José y hacia el sur con el Centro

En la actualidad conserva cierta identidad y apropiación ocupando un lugar predominante pues por su ubicación y heterogeneidad, ha heredado el sentido que tuvo en su momento el Mercado la Victoria, y el uso que la gente le da al desplazarse por su buena comunicación.

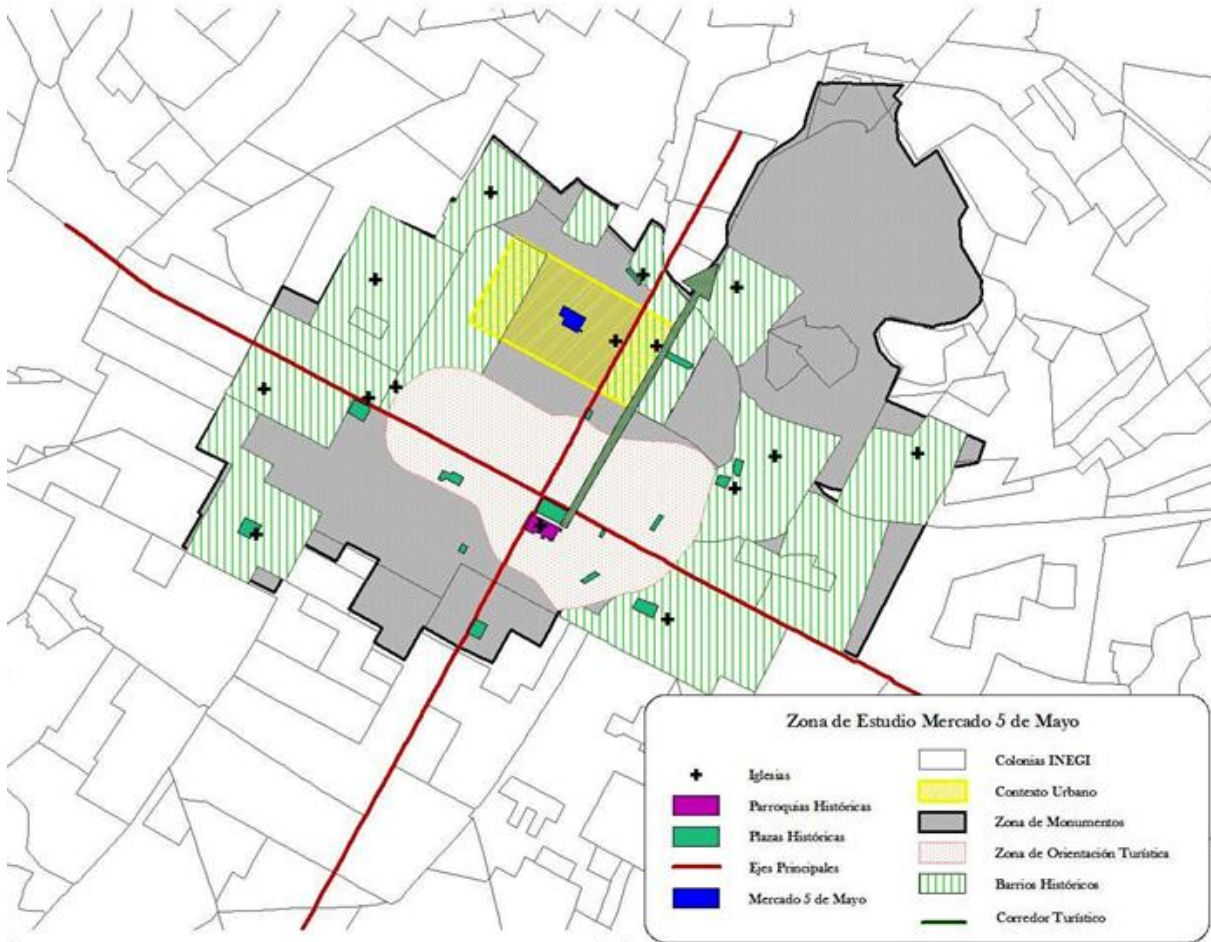
El mercado ubicado en el interior de la privilegiada zona de monumentos con alto valor arquitectónico en el que los inmuebles ya sea por su abandono, descuido y falta de aprecio por el patrimonio, ciertos inmuebles incluso han desaparecido o están en peligro de colapso.

El Mercado 5 de Mayo ocupa el 70 % de la manzana ubicada con dos frentes, la fachada principal orientada al sur en la calle 16 poniente, al norte su zona de descarga en la calle posterior 18 poniente, de oriente a poniente entre las calles 5 y 3 norte, la superficie principal cubierta con lámina y una parte de locales cubierta de loza de vigueta y bovedilla.

## Contexto Urbano Inmediato

Las construcciones que rodean al mercado, que ya existía y que cuentan con un gran valor Arquitectónico; se encuentran en condiciones de abandono, y por tanto de deterioro a pesar de las intervenciones resientes.

Plano 3. Delimitación del Mercado 5 de Mayo dentro de la zona de monumentos



Fuentes: Proporcionado por INEGI plano S/Escala, elaborado por Ramírez Rosete (2012).

Su privilegiada ubicación se localiza paralelo al corredor 5 de Mayo una zona peatonal del centro hacia los fuertes de Loreto llamada corredor Fuertes Cathedral forma parte de la zona monumental

El mercado se encuentra en el barrio de San Pablo, rodeado de otros barrios populares que datan de los tiempos de la Colonia: Santa Anita, San José. Se trata del sector norponiente donde habita un importante número de habitantes de bajos recursos. Las viejas construcciones en su mayoría se encuentran en diferentes grados de deterioro, aunque existen áreas en mejores condiciones.

**Fotografía 2. Deterioro de Viviendas entorno al Mercado 5 de Mayo, Barrios de San Pablo**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Algunas construcciones que rodean al Mercado tienen y poseen un gran valor Arquitectónico, desgraciadamente, como se observa en la imagen 2, están en condiciones de abandono, y deterioro progresivo, a pesar de las intervenciones recientes que el Gobierno ha destinado para la zona como es el caso del Corredor Turístico Fuertes Catedral.

## Zona nor-poniente

Fotografía 3. Deterioro de Viviendas entorno al Mercado 5 de Mayo, Santa Anita



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Vecindades con características patrimoniales descuidadas, incluso derruidas por las condiciones climáticas y falta de mantenimiento.

Fotografía 4. Deterioro de Viviendas entorno al Mercado 5 de Mayo, Santa Anita



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Los accesos a estos inmuebles son utilizados incluso de acopio de escombros producto de la caída de techos y muros que han sufrido deterioro, causado por el abandono.

## El Nacimiento de los Mercados

Después de la colonia durante la época del Porfiriato se construye el Mercado la Victoria, para concentrar el abasto.

### El antiguo Parian, Centro Histórico de Puebla, México



Imagen obtenida de Internet <sup>10</sup>

No obstante en un primer momento surgiría el Parían que pretendía ser el mercado central, pero al no funcionar se crea el Mercado la Victoria, quedando el parían como un mercado de baratijas hasta convertirse hoy en día en un Mercado de artesanías populares y típicas.

---

<sup>10</sup> <http://media.ymipollo.com/ui/2008/05/b8f0a7422a4dfac7a721a33d1f06f39d.jpeg> (Consultado el 19 de junio de 2014.)

### El nuevo Parian, Centro Histórico de Puebla, México



Imagen obtenida de Internet <sup>11</sup>

La Victoria surgió a principios de 1920 funcionó como mercado central hasta la década de los 80s (1986) cuando desaparece mediante la formulación de una estrategia de desconcentración o descentralización comercial y se construyen mercados “modernos” en lo que en aquel momento fuera la periferia de la ciudad.

### El antiguo Mercado La Victoria, Centro Histórico de Puebla, México



Imagen obtenida de Internet <sup>12</sup>

<sup>11</sup> <http://static.panoramio.com/photos/large/20858679.jpg> (Consultado el 19 de junio de 2014.)

<sup>12</sup> <http://www.fotosdepuebla.org/galeria/var/resizes/Puebla-Antigua/Ciudad-de-Puebla/ScannedImage-28.jpg?m=1349846187> (Consultado el 19 de junio de 2014.)

Ala mitad del siglo en el centro se inicia la creación de un “Plan de Reordenamiento de los Centros de Abasto” (mercados), donde los dirigentes de aquella época (Presidencia municipal) deciden que se requería hacer un reordenamiento de los centros de Abasto, Pero este plan no se llevó acabo hasta el año 86 con el cierre del Mercado La Victoria.

#### **El Nuevo Mercado La Victoria, Centro Histórico de Puebla, México**



Imagen obtenida de Internet <sup>13</sup>

Lo que se hizo a partir de la década de los 50s, época en que se construye El Mercado 5 de Mayo, La Acocota, Mercado Melchor Ocampo “El Carmen”, que surgen como medida para resolver la concentración que avía alrededor del Mercado la Victoria.

Estos mercados se establecieron en la misma ubicación o cerca del nuevo emplazamiento debido a que ya funcionaban tianguis en las plazas o calles cercanas, incluso en el mismo lugar donde ya se establecía un tianguis aprovechando el mismo emplazamiento o en algún terreno próximo, siendo esta una actuación improvisada y no planificada realizada con la intención de expulsar el comercio ambulante, es así como nacen estos mercados.

---

<sup>13</sup> <http://2.bp.blogspot.com/-vRazpiLmjSk/T1hJOg37asl/AAAAAAAABdl/87ly3tCyn3k/s1600/DSC02187.JPG> (Consultado el 19 de junio de 2014.)

Foto 5. El Mercado La Acocota, en los Barrios Histórico de Puebla, México



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Cuando surge la **desconcentración comercial** en el Mercado la Victoria, que afectaba la imagen del Centro Histórico, fue precisamente durante la legislación del Lic. Jorge Murad.

Se cuestionaba que al haber muchos ambulantes alrededor del Mercado la Victoria, la solución fue crear mercados que se ubicaron en la periferia, con la finalidad de llevarse a los comerciantes de la Victoria junto con los ambulantes principalmente.

El Mercado La Acocota, en los Barrios Histórico de Puebla, México



Imagen obtenida de Internet <sup>14</sup>

<sup>14</sup> [https://yy2.staticflickr.com/7279/7596301060\\_64744d7f14\\_z.jpg](https://yy2.staticflickr.com/7279/7596301060_64744d7f14_z.jpg) (Consultado el 19 de junio de 2014.)

En estos nuevos Mercados Populares El Independencia, El Zapata, El Hidalgo, El Morelos, EL Mercado Héroe de Puebla y Mercado Madero, se propone una distribución determinada en la que los locatarios establecidos se reacomodan en el área techada bien delimitada destinada a ellos y en la zona de Tianguis a los ambulantes, para estos últimos también es una superficie techada no delimitada, de ahí que los propios ambulantes se apropian, delimitan y construyen un espacio determinado de acuerdo a su giro comercial. Por ello no hay un orden ni de materiales ni de medidas determinadas para cada negocio este fenómeno de apropiación se observa en todos los mercados populares.

De estos mercados populares el Zapata, el Morelos y el Hidalgo, cuentan con un área comercial destinada a centros comerciales estas zonas contarían con Bancos, mueblerías entre otras así como cadenas comerciales, pero este concepto ha sido un fracaso absoluto, en la actualidad e incluso desde su creación estas zonas siguen siendo elefantes blancos pues se encuentran vacías y deterioradas.

## Capítulo 3 Surgimiento de un sector comercial de gran impacto social

Desde la implantación del mercado se han desarrollado en las calles principales que lo rodean, actividades comerciales que sirven a toda la ciudad y poblaciones cercanas; así mismo es un elemento esencial en el impulso a prácticas socioculturales.

Fotografía 6. Fachada Principal del Mercado 5 de Mayo, Puebla, Mex.



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

### El impacto económico del mercado.

El impacto económico generado por el mercado es de gran importancia, pues gracias a los grupos o agentes que participan dentro del, alcanza una gran relevancia para un sector importante de la sociedad. Este sector este formado por:

*Los llamados propios*

*Los ambulantes*

*Locatarios no establecidos*

*Locatarios establecidos*

*Tiendas de barrio o misceláneas*

*Tiendas de Servicios*

*Comercio especializado*

*Cadenas departamentales*

*Los propios:*

Son aquellos comerciantes en pequeña escala, que ofrecen productos recolectados o elaborados por ellos mismos traídos de lugares remotos, normalmente su mercancía está compuesta por lo que ellos mismos pueden traer a cuestras del diario, normalmente son frutas, verduras y legumbres, carne de la matanza de sus propios animales, así como artículos elaborados por sus propias manos con mimbre u otros.

**Fotografía 7-8. Los Propios comerciantes venidos del territorio en Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Los propios ubicados a las afueras y en calles aledañas ofrecen sus productos a pie de calle.

**Fotografía 9-10. Los Propios comerciantes venidos del territorio en Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Otros en espacios habilitados pero sin delimitar o en estacionamientos en este caso por razones del incendio perpetrado el 6 de Agosto de 2013.

### *Los ambulantes*

En esencia son aquellos comerciantes que venden artículos a pie de calle o voceando en su caminar, aunque depende el artículo que ofrecen se establecen en cualquier lugar sin un orden, incluso obstruyendo la circulación en pasillos dentro del mercado y en la acera fuera del mismo sus productos son de lo más variado desde animales, naturales, comestibles, ropa artículos de limpieza incluso electrodomésticos, normalmente guardan sus productos en bodegas o espacio habilitados en vecindades o en bodegas comunes.

**Fotografía 11. Los ambulantes comerciantes informales, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Los Ambulantes se colocan a ofertar sus productos utilizando las calles aledañas en ocasiones obstruyendo el paso peatonal y como se observa el paso incluso de vehículos a dos ruedas

**Fotografía 12. Los ambulantes comerciantes informales, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

### *Locatarios no establecidos*

Son comerciantes que alquilan un espacio no delimitado, o en lugares vacíos dentro del mercado o fuera, normalmente sus puestos de exposición no están bien habilitados sin embargo sus puestos son respetados y en lo general se quedan con mercancía en el interior del mercado, fuera de él guardan sus productos ya sea en bodegas dentro del mercado o alquilan una bodega o espacio en vecindades o en bodegas comunes.

**Fotografía 13. Locatarios no establecidos, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Estos comerciantes también se ubican en el exterior del mercado al igual que los propios, sin embargo como se observa ocupan un espacio mayor de acuerdo a los productos y los elementos utilizados para su exposición

### *Locatarios establecidos*

Son comerciantes que poseen en propiedad un local dentro del mercado, procuran estar bien habilitados pero carecen de uniformidad visual, algunos se encuentran ahí desde la fundación del mercado otros son heredados y continúan con el mismo giro generalmente, dichos comercios han sido consolidados con el paso de los años, también se han dado traspasos con cambios de giro.

**Fotografía 14. Locatarios no establecidos, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Estos comerciantes utilizan sus espacios asignados e incluso espacios destinados para la circulación (pasillos) obstruyendo el paso con elementos que resultan obstaculizantes para la libre circulación.

**Fotografía 15. Locatarios no establecidos, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

### *Tiendas de barrio o misceláneas*

Son comercios que se localizan al exterior del mercado cuentan con un local en ellos podemos encontrar todos los productos populares conocidos para dicho giro comercial de cualquier barrio o colonia, por su ubicación se caracterizan por ocupar la planta baja de casas con valor arquitectónico.

**Fotografía 16. Tiendas de Barrio o Misceláneas, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Estas tiendas son parte de un contexto social convencional de cualquier barrio o colonia, recordemos que la mayoría de los comerciantes en el interior y exterior del mercado requieren estos comercios ya que habitualmente gran parte de su vida la realizan en su puesto de trabajo.

**Fotografía 17. Tiendas de Barrio o Misceláneas, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

### *Tiendas de Servicios*

En esta categoría podemos encontrar, clínicas, farmacias, Bancos, y cualquier otro servicio especializado convencional, necesario en cualquier barrio o colonia, sirven generalmente a la demanda de todos los que intervienen dentro y fuera del mercado, así como a los habitantes de los alrededores del mismo o que visitan el mercado habitualmente

**Fotografía 18. Tiendas de Servicios, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Estas tiendas son servicios especializados que permiten a comerciantes y compradores encontrar productos de distinta categoría.

**Fotografía 19. Tiendas de Servicios, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

### *Comercio especializado*

Estos comercios son aquellos que caracterizan al mercado Venta de Pescado y marisco fresco, venta de juguetes al por mayor, productos esotéricos, que a pesar de encontrarse fuera de él se han ido consolidando como una característica que ha permitido al mercado ser conocido por la venta de estos productos además de otros como herbolarios, jarcerías, entre otras, de menor relevancia pero que es una garantía encontrar en el entorno del Mercado 5 de Mayo.

**Fotografía 19. Tiendas de Servicios, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Estos comercios que solo aquí se encuentran y son un foco de atracción fundamental para el funcionamiento operativo del mercado.

**Fotografía 19. Tiendas de Servicios, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

### *Cadenas departamentales*

Estos negocios que se encuentran alrededor del mercado satisfacen las necesidades de un sector tanto de vecinos del mercado, locatarios del mismo e incluso de los mismos compradores que al visitar el mercado, al encontrarse con estos negocios aprovechan el recorrido ya sea para comprar o realizar pagos sin necesidad de acercarse a otra tienda fuera del centro.

Estos últimos comercios se han ido consolidando con el paso del tiempo, y se ubican estratégicamente y generan un desarrollo económico incalculable

**Fotografía 20. Cadenas departamentales, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Estos comercios ubicados son perfectamente compatibles con el mercado, puesto que en él se encuentran productos populares y no afectan a las tiendas de barrio o misceláneas que se encuentran cercanos a este.

**Fotografía 21. Cadenas departamentales, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

El mercado 5 de Mayo, no es solo el inmueble se comporta como un lugar que ha generado un *sector comercial* más amplio que rebasa sus propios límites al que se le puede llamar un **sector urbano comercial o área comercial**, donde el mercado es el centro de referencia para aquellos usuarios que se surten y encuentran casi en su totalidad los productos que necesitan, cabe mencionar que por su ubicación cerca del centro y en los alrededores es fácil desplazarse de ser necesario a algunas calles que se ha especializado en algunos productos haciéndolo un mercado peculiar.

Funciona como polo de desarrollo comercial, que se ha expandido al exterior dando lugar al surgimiento de diferentes actividades rubros con diferentes dimensiones, dirigido a niveles económicos y necesidades específicas, cubriendo la necesidad de quien compra para revender o vende al menudeo y mayoreo de tal forma que es un generador de empleo o de ingresos para comerciantes que vienen de sus alrededores e incluso de otra región.

Es así como el mercado adquiere importancia al ser generador de empleo, permitiendo sustentar la economía de un grupo determinado o diferentes agentes desde el pequeño comercio hasta las grandes superficies en cuanto a empleados que laboran en estos comercios.

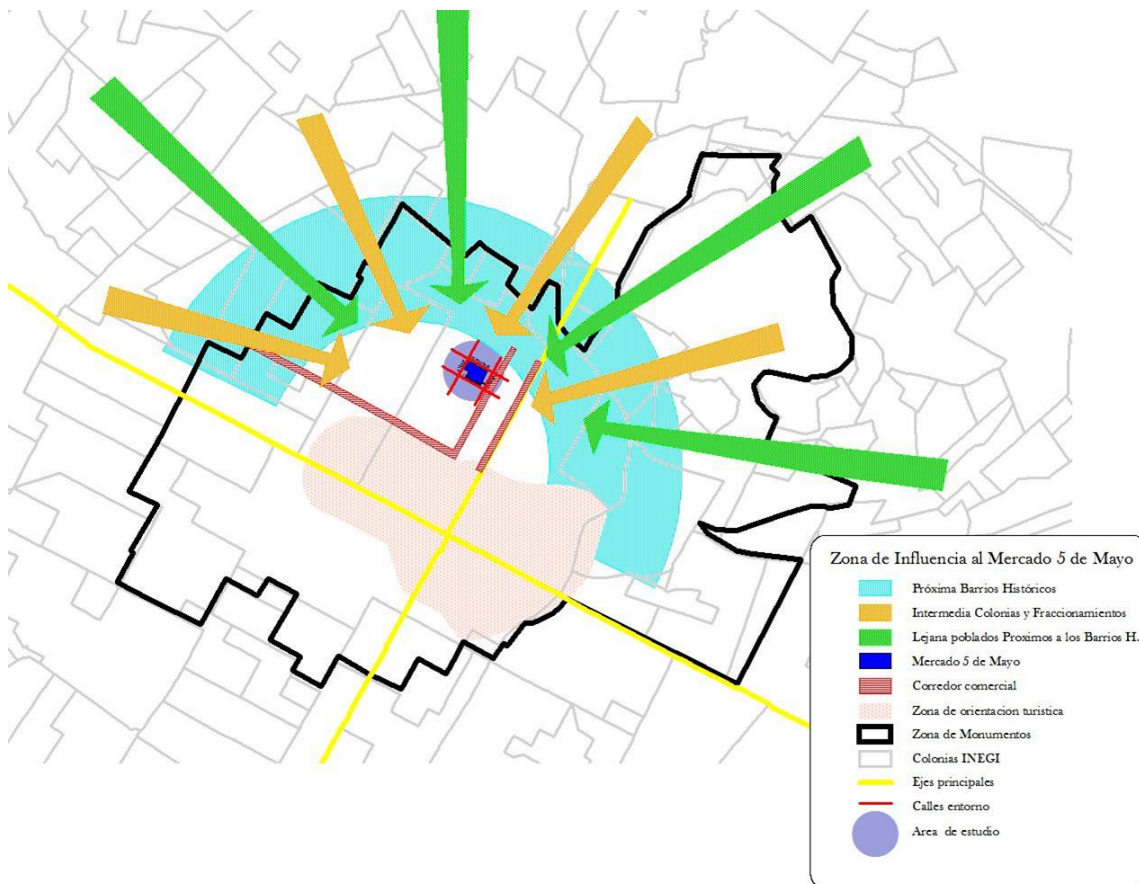
Por tanto al ser el mercado un núcleo que impulsa la economía de un sector en el que existen un conjunto de actividades comerciales al exterior (comercio especializado) es imprescindible su existencia ya que atrae a un gran número de consumidores potenciales incluso los propios comerciantes.

## Polo de abastecimiento multisocial y multiescalar

En este apartado podemos decir que el mercado es un centro de abasto que satisface las necesidades de un número importante de la población en tres niveles:

- *Nivel Local*
- *Nivel Urbano*
- *Nivel Regional*

Plano 4. Escalas de influencia de los compradores en la zona de monumentos



Fuentes: Información Flores Paredes, plano S/Escala, elaborado por Ramírez Rosete (2012).

### *Nivel Local*

En este nivel los habitantes que compran, viven inmersos en los límites del mercado en el seno de los barrios históricos, otros provienen de barrios cercanos y acuden en cierta franja horaria de acuerdo a sus actividades y necesidades, son quienes se abastecen cotidianamente y los más habituales, no necesitan desplazarse a otro lugar.

Se trata de gente sencilla proveniente de una concentración o clase popular que vive sin lujos, y que encuentra en el mercado productos más económicos, donde hay más variedad, facilitando su forma y estilo de vida en cuanto a sus hábitos o costumbres alimenticias.

Para estos individuos es conveniente poseer un mercado de esta categoría cerca de su entorno donde los productos tienen un costo menor en comparación con una cadena o supermercado donde los precios son estandarizados, por otro lado es en el Mercado 5 de Mayo donde se localizan productos específicos que no se encuentran en una gran superficie incluso en otros negocios especializados.

#### *Nivel Urbano*

Este grupo de usuarios o compradores está formado por gente que no vive ahí sino que provienen de otra colonia. De tal suerte que El Mercado por su privilegiada localización central y a que en él confluyen varias rutas de transporte público, facilita que otras personas asistan a él para abastecerse. En lo general se caracteriza por gente que al recoger a sus hijos del cole, y que por logística de transporte paran para realizar su compra y transbordan continuando su camino.

En este mismo apartado encontramos a otro tipo de usuarios que al igual que el primero realiza su trasbordo frente o cerca del mercado estas personas son trabajadores que al salir a comer o al terminar sus labores aprovechan para realizar su compra.

Dentro de esta misma categoría están los transeúntes, compradores menos habituales, son personas que provienen de otros sitios por diversas razones vienen específicamente a comprar un producto para satisfacer sus demandas puntuales pues el 5 de mayo cuenta con productos singulares.

### *Nivel Regional*

Son aquellos compradores que encuentran en el mercado 5 de mayo sus productos ya sea por costumbre o porque solo en el cubren sus necesidades o bien porque el transporte que fluye por los alrededores tiene como destino su lugar de origen, de tal suerte que aprovechan para realizar sus compras y hacer otras diligencias y regresan a el lugar donde proceden fuera de los límites de la ciudad e incluso de otra región. De acuerdo con las entrevistas encontramos gente que viene de Cholula, de Canoa de Resurrección de Xonacatepec, de Amozoc entre otros sitios, e incluso de otras ciudades como Santa Ana Tlaxcala, San Pablo del Monte Tlaxcala.

Como ejemplo podemos mencionar el caso de la adquisición de productos especializados. Tales como juguetes al por mayor, marisco y pescado fresco que por tradición se encuentran en este mercado, o bien los productos esotéricos entre otros.

## Capítulo 4. El Mercado 5 de Mayo un núcleo de vida tradicional

*El mercado no es un elemento aislado forma parte de un conjunto de equipamientos y de elementos urbanos que permiten la recreación de un modo de vida de un sector de población que habita en el centro histórico. Palabras de Dra. Guadalupe Milian Ávila.*

**Fotografía 22. Un modo de vida, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

De esta idea podemos deducir que el mercado y la población en sus diferentes niveles son INTERDEPENDIENTES.

Es decir que el modo de vida que se recrea por esas calles repercute en el centro histórico por el hecho de existir hay el mercado, que no es un elemento aislado, sino que está articulado y forma parte de un modo de vida que se desarrolla en esa zona.

**Fotografía 23. Un modo de vida, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Se trata de una población que ha vivido en el centro por varias generaciones, su modo de vida es específico, se caracteriza porque gente que se desplaza a pie y que establece relaciones con otros vecinos haciendo vínculos o lazos, esta interacción permite el éxito y la vigencia de los equipamientos convencionales que en la actualidad satisfacen las necesidades de estos habitantes, comerciantes y compradores que ven en la zona central y para este caso en el entorno del mercado un medio de vida necesario para su desenvolvimiento.

Dicho modo de vida comprende la utilización de equipamiento existente (Escuelas, Iglesias, Clínicas, Bancos, etc.) por gente que vive ahí y necesita de estos servicios dando lugar al desarrollo de prácticas sociales a las que podemos llamar *prácticas socio espaciales*.

Antropológicamente para los mexicanos la cuestión general de mercado es de gran importancia pues en ella se establecen relaciones sociales, es decir a las que se refiere a la identidad y al modo de vida que se desarrolla gracias a la existencia del mercado, donde interactúan socio-culturalmente, logrando una convivencia que garantiza la cotidianidad traducida en tradición.

La gente que acostumbran caminar por las calles aledañas al Mercado 5 de Mayo que interactúa con otros compradores y comerciantes haciendo relaciones y creando vínculos o lazos.

Esta interacción adquiere una notoriedad en tanto que los compradores confían y siguen a su marchanta por convicción o confianza creando así un sentido de cotidianeidad.

Gracias a las entrevistas realizadas detectamos que existe un marcado arraigo de la población donde un gran número de habitantes prefiere la permanencia del mercado incluso en su estado actual, esta preferencia es prioritaria para la población mayor ya que les facilita adquirir sus productos de primera necesidad, caso contrario pasa con algunos habitantes de menor edad a los que les es indiferente la existencia del mercado ya que pueden desplazarse para adquirir sus productos y tienen otros hábitos o intereses.

### **Modo de vida del mercado y sus alrededores**

El mercado forma parte de un conjunto de equipamientos que van definiendo o respondiendo a las necesidades de un sector social que vive ahí, que tiene prácticas naturales funcionales con el centro histórico.

No es habitual encontrar en el centro histórico gente que tiene un coche y trabaja lejos del centro, que se divierte lejos del centro, de ser lo habitual el centro no sería utilizado en todo su potencial y esta gente aunque no es gente que consume económicamente mucho sino que más bien consume no cuestiones que cuestan, sino que utilizan el espacio caminando, utiliza las iglesias, los servicios, llena las calles de gente esto es importante un centro vacío no es un lugar habitable.

**Fotografía 24. Un modo de vida, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

No obstante los habitantes que viven ahí, trabajan ahí, estudian ahí, van a las iglesias, evitan el uso del transporte entonces influyen favorablemente en la vitalidad del Centro Histórico y en el medio ambiente.

Hay gente que vive cerca a los que les resulta cómodo por la cercanía de su trabajo, son personas que solucionan sus necesidades y encuentran en estos lugares su modo y estilo de vida utilizando las iglesias y los servicios que están en el entorno, habitualmente son gente con un poder adquisitivo menor.

Este fenómeno o modo de vida ayuda a que el centro sea un sitio concurrido dinámico con presencia humana, con vitalidad dando lugar a una cotidianidad característica del centro histórico.

## Capítulo 5. El Abasto un problema no resuelto

En Puebla el abasto ha sido un problema no resuelto a lo largo de su historia Desde los primeros tiempos en la ciudad de Puebla ya existían tianguis que se colocaban en plazas, baldíos y principalmente en el atrio de algunas iglesias.

**Imagen antigua del Zócalo de Puebla, Mex.**



Imagen obtenida de Internet <sup>15</sup>

En el Tianguis que se instalaba en el hoy Zócalo ya existía una organización determinada donde los comerciantes Indígenas llamados Tianguistas (o ambulantes, no establecidos, informales) vendían sus productos en la plaza y los Españoles en los soportales en locales bien establecidos.

En el caso de la ordenación comercial que se realizaba en el zócalo los indígenas debían vender sus productos principalmente provenientes del campo en la plaza y los Españoles con comercios bien establecidos vendían a los indígenas productos de consumo especializado o más elaborados, este era un acuerdo del gobierno así estaba establecido.

---

<sup>15</sup> **Imagen del comercio ambulante en Puebla**

<http://www.fotosdepuebla.org/galeria/index.php/Puebla-Antigua/Ciudad-de-Puebla?page=12>

Desde los orígenes del comercio en estas zonas ya existían pugnas por sacar a los Tianguistas Indígenas o ambulantes, el conflicto demandado por los comerciantes establecidos por expulsar a los no establecidos o informales de estas plaza, durante ese tiempo y a lo largo de la historia de Puebla, no hubo una atención especial de cómo distribuir los sitios de abasto, entonces durante la colonia los tianguis que se fueron creando y se ubicaban en los atrios de iglesias donde se establecían los comerciantes indígenas que cambiaban de un lugar y al otro día en otro

**Imagen antigua del comercio ambulante en Puebla, Mex.**



Imagen obtenida de Internet <sup>16</sup>

En el caso de la ordenación comercial que se realizaba en el zócalo los indígenas debían vender sus productos principalmente provenientes del campo en la plaza y los Españoles con comercios bien establecidos vendían a los indígenas productos de consumo especializado o más elaborados, este era un acuerdo del gobierno así estaba establecido.

---

<sup>16</sup> **Imagen del comercio ambulante en Puebla**

[https://www.google.com.mx/search?q=Imagen+antigua+de+ambulantes&rlz=1C2AVSX\\_enMX530MX530&biw=1024&bih=643&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=rA0ZVJy1OcbD8QGzqoDYDA&ved=0CBoQsAQ#tbn=isch&q=Imágenes+antiguas+de+Puebla&facrc=&imgdii=Sv9IY8tzgmJnjM%3A%3BaiwiDJ8pls1AxM%3BSv9IY8tzgmJnjM%3A&imgrc=Sv9IY8tzgmJnjM%253A%3Bil2OWSiIMWAc7M%3Bhttp%253A%252F%252F4.bp.blogspot.com%252F-aoRW88duVLA%252FUA9btd16n4l%252FAAAAAAAAAAADE%252F6l2ior3PuHU%252Fs1600%252Ffabrica%252Bde%252Bmuebles%252Blabastida.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fpueblaheroica.blogspot.com%252F2012%252F07%252Fantigua-fabrica-de-muebles-labastida.html%3B621%3B435](https://www.google.com.mx/search?q=Imagen+antigua+de+ambulantes&rlz=1C2AVSX_enMX530MX530&biw=1024&bih=643&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=rA0ZVJy1OcbD8QGzqoDYDA&ved=0CBoQsAQ#tbn=isch&q=Imágenes+antiguas+de+Puebla&facrc=&imgdii=Sv9IY8tzgmJnjM%3A%3BaiwiDJ8pls1AxM%3BSv9IY8tzgmJnjM%3A&imgrc=Sv9IY8tzgmJnjM%253A%3Bil2OWSiIMWAc7M%3Bhttp%253A%252F%252F4.bp.blogspot.com%252F-aoRW88duVLA%252FUA9btd16n4l%252FAAAAAAAAAAADE%252F6l2ior3PuHU%252Fs1600%252Ffabrica%252Bde%252Bmuebles%252Blabastida.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fpueblaheroica.blogspot.com%252F2012%252F07%252Fantigua-fabrica-de-muebles-labastida.html%3B621%3B435)

Desde los orígenes del comercio en estas zonas ya existían pugnas por sacar a los Tianguistas Indígenas o ambulantes, el conflicto demandado por los comerciantes establecidos por expulsar a los no establecidos o informales de estas plaza, durante ese tiempo y a lo largo de la historia de Puebla, no hubo una atención especial de cómo distribuir los sitios de abasto, entonces durante la colonia los tianguis que se fueron creando y se ubicaban en los atrios de iglesias donde se establecían los comerciantes indígenas que cambiaban de un lugar y al otro día en otro.

**Imagen antigua del comercio en el centro de Puebla, Mex**



Imagen obtenida de Internet <sup>17</sup>

A su vez estos comercios específicos o de tipo (por ejemplo los que vendían el carbón) se colocaban en un lugar o zona determinada, ya sea en una época, en un lugar, fue así como fueron surgiendo sitios para los tianguis en plazas y atrios de algunas iglesias.

En general durante la colonia funcionaron los tianguis que ocuparon patios o plazas de algunas de las Iglesias más céntricas.

Durante el crecimiento de la mancha urbano en la década de los 80s, con la descentralización de la población hacia la periferia surgen grandes mercados, con la salida del centro del Mercado la Victoria.

Se inicia un periodo de decaimiento para el Mercado 5 de Mayo que en su momento serbia de apoyo del mercado antes citado pues sin desearlo (el Mercado la Victoria y el 5 de Mayo), creaban un corredor comercial que en su momento contaba con casi todos los servicios a excepción de Bancos y Oficinas

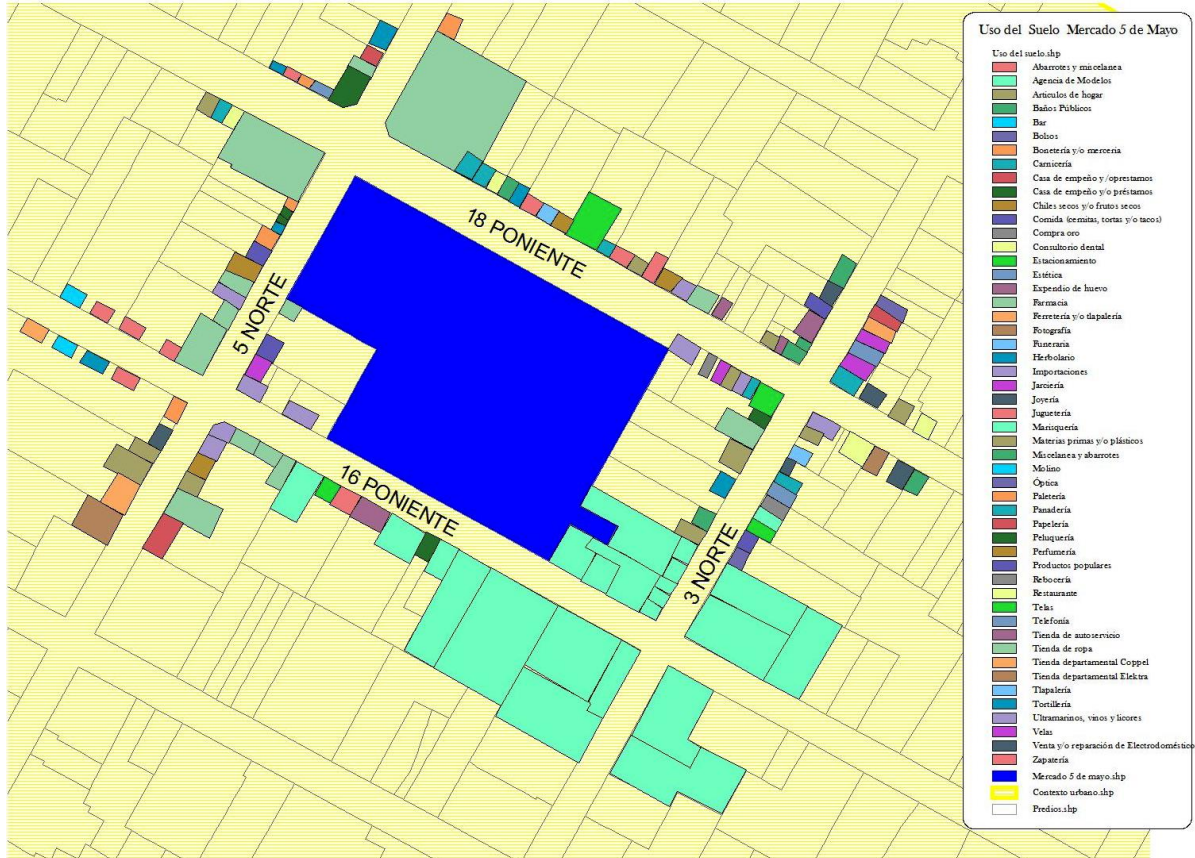
---

<sup>17</sup> **Imagen del comercio ambulante en Puebla**

[http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-461429209-antigua-fotografia-calle-de-puebla-1939-\\_JM](http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-461429209-antigua-fotografia-calle-de-puebla-1939-_JM)

En la actualidad el Mercado 5 de Mayo sigue siendo un foco de atracción para los diversos sectores de la población, en él se desarrollan ciertas actividades comerciales típicas que lo caracterizan.

**Plano 5. Actividades comerciales entorno al Mercado 5 de Mayo**



Fuentes: Información Flores Paredes, plano S/Escala, elaborado por Ramírez Rosete (2012).  
Este desarrollo constituye una zona comercial mixta de servicios:

- Farmacias, desde las grandes cadenas como Delta, del Ahorro, Guadalajara, y otras pequeñas y tradicionales “boticas” donde aún en nuestros días se preparan remedios y prescripciones médicas; también se encuentran tiendas naturistas y herbolarias, y hasta pequeños expendios de productos esotéricos.
- Sucursales bancarias populares con tiendas de electrodomésticos y numerosas casas de empeño.
- Jarciarías, tiendas de abarrotes, materias primas
- Joyerías, pequeños negocios de ropa para todas las edades vestidos de novia y 15 años.

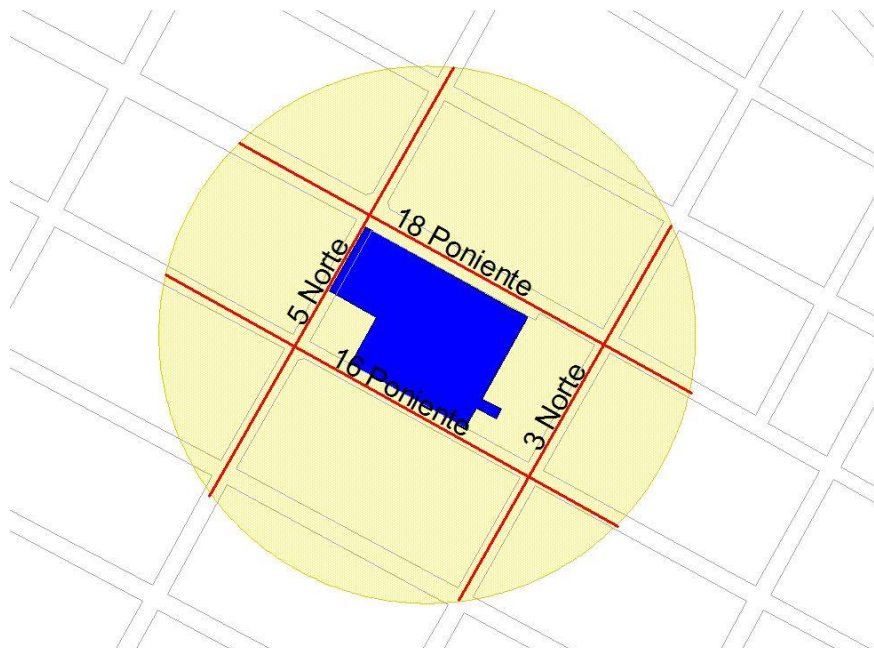
**Fotografía 25. Un modo de vida, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

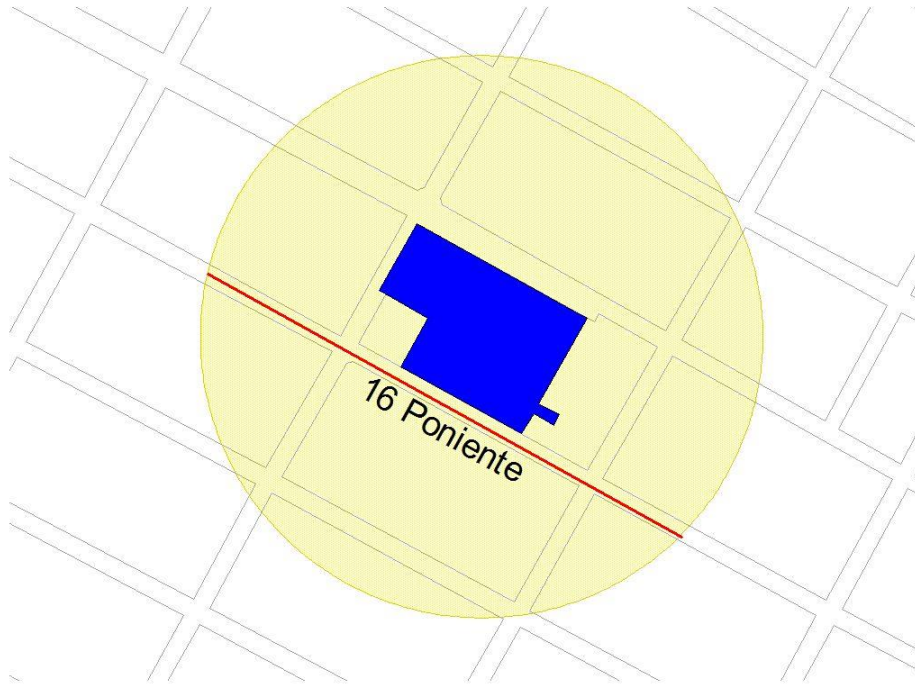
La venta al mayoreo de juguetes populares, la herbolaria y los productos esotéricos, y principalmente los pescados y mariscos son predominante e imprimen un sello característico a la zona atrayendo población de diversos sectores sociales.

**Plano 6. Actividades comerciales entorno al Mercado 5 de Mayo**



Fuentes: Información Flores Paredes, plano S/Escala, elaborado por Ramírez Rosete (2012).

**Plano 7. Actividades comerciales entorno al Mercado 5 de Mayo**



Fuentes: Información Flores Paredes, plano S/Escala, elaborado por Ramírez Rosete (2012).

**Fotografía 26. Venta de Juguetes, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

Ubicación: Calle 16 Poniente Venta al Mayoreo

**Fotografía 27. Venta pezcado, Puebla, Mex.**

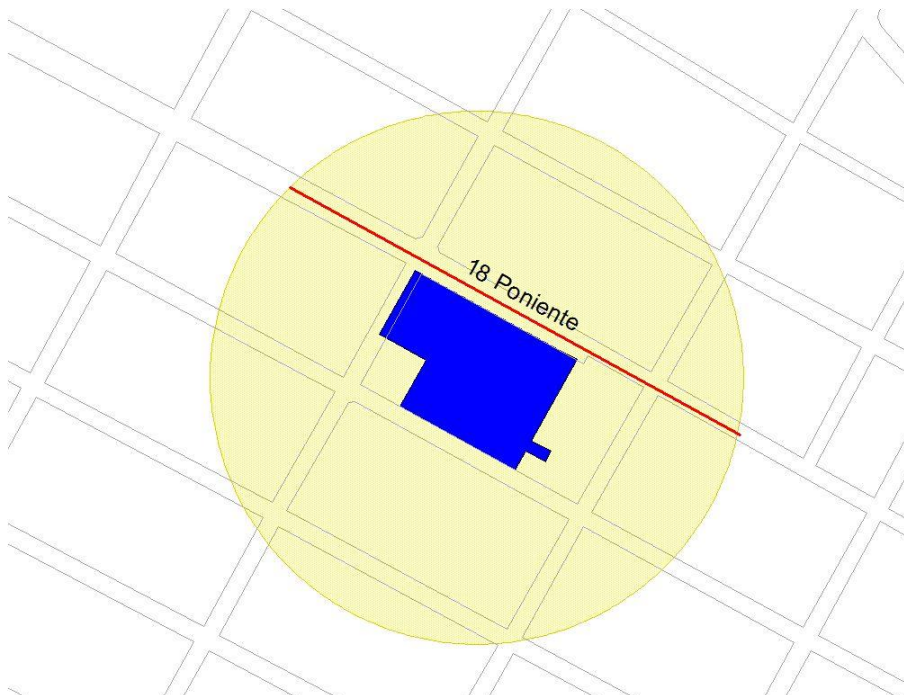


Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2013)

Ubicación: Calle 16 Poniente Venta al Mayoreo

Es de todo conocido que la razón fundamental del deterioro de un inmueble es el abandono incluso de nueva construcción, hacer atractivo el regreso de aquellos usuarios que han optado por autoabastecerse en los centros comerciales que sin duda les brindan un servicio de calidad.

**Plano 8. Actividades comerciales entorno al Mercado 5 de Mayo**



Fuentes: Información Flores Paredes, plano S/Escala, elaborado por Ramírez Rosete (2012).

**Fotografía 27. Comercio Mixto, Puebla, Mex.**

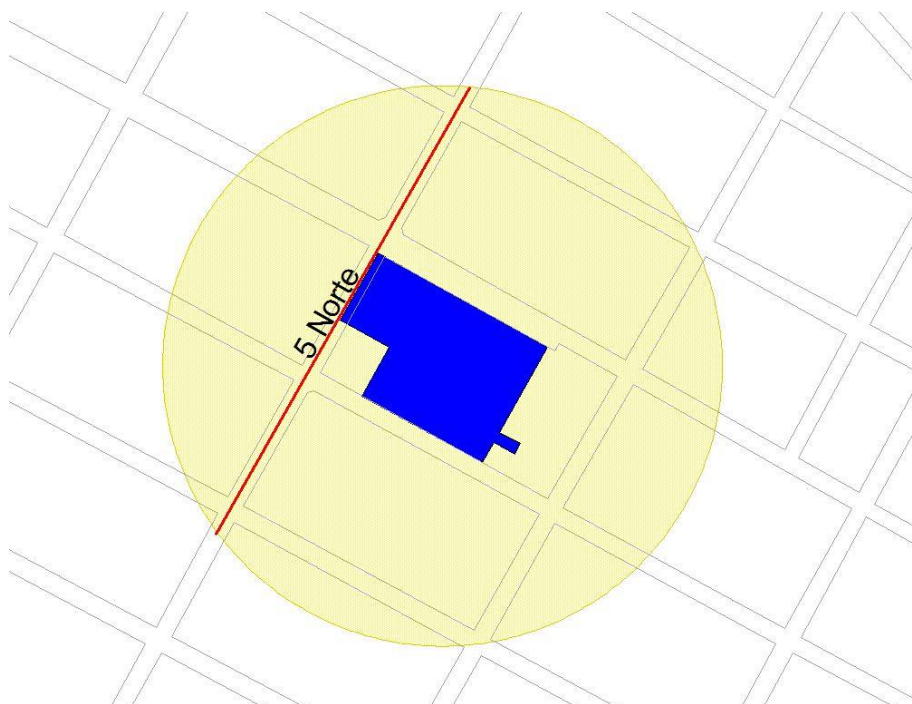


Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2013)

Ubicación: Calle 16 Oriente Venta al Mayoreo

En torno al Mercado se ha desarrollado una zona comercial Mixta de servicios que abastece las necesidades por su gran número de usuarios tales como Farmacias, Casas de empeño, Herbolarios, de materias primas, entre otras actividades terciarias, un comercio especializado de juguetes y fundamental mente la venta de pescado giro que le da fama y relevancia principalmente por su precio y calidad.

**Plano 9. Actividades comerciales entorno al Mercado 5 de Mayo**



Fuentes: Información Flores Paredes, plano S/Escala, elaborado por Ramírez Rosete (2012).

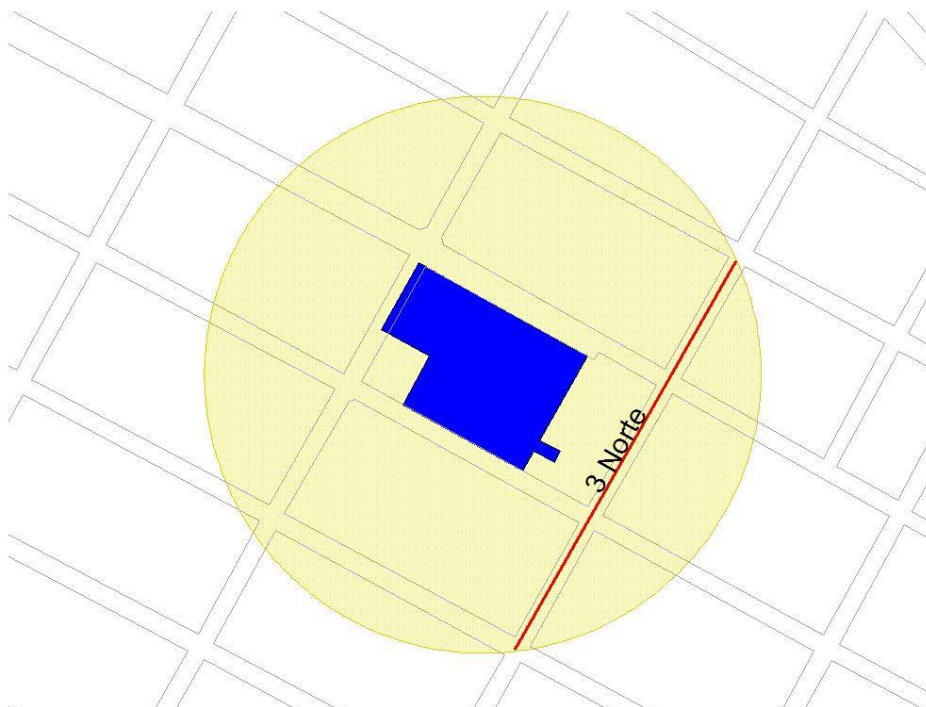
**Fotografía 28. Comercio Mixto, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2013)

Ubicación: Calle 18 poniente

**Plano 9. Actividades comerciales entorno al Mercado 5 de Mayo**



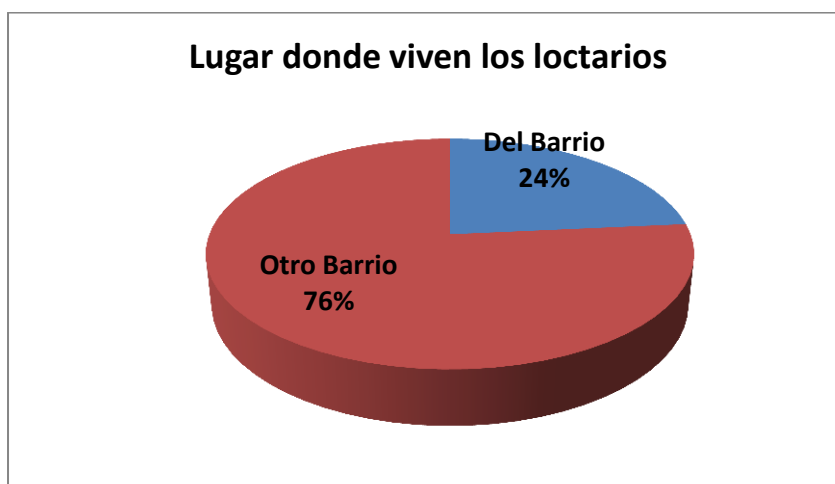
Fuentes: Información Flores Paredes, plano S/Escala, elaborado por Ramírez Rosete (2012).

## Capítulo 6. Opinión y Mecanismos de Participación Ciudadana

### Posibilidad de Modificar las condiciones actuales del Mercado

Los principales actores que viven esta situación son los comerciantes ó locatarios su opinión acerca de lo que se puede hacer es fundamental para esta investigación.

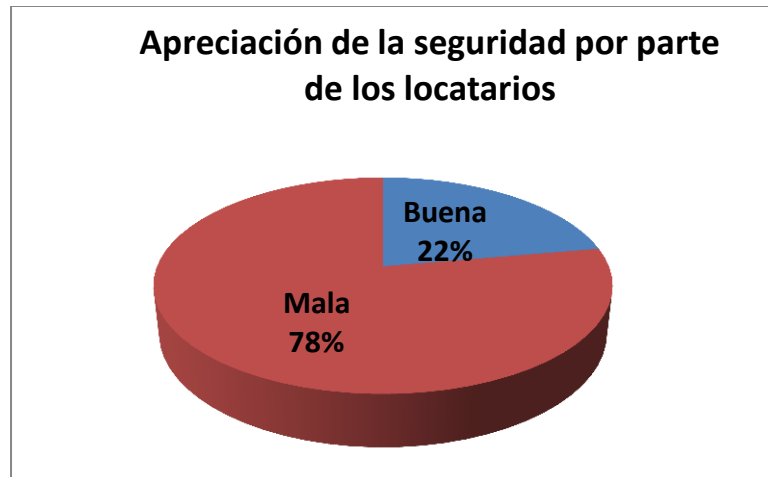
#### LOCATARIOS



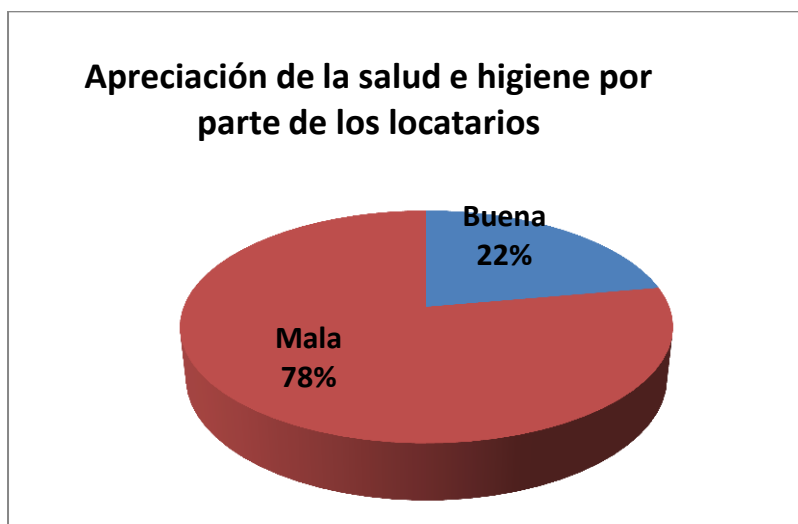
Un 76% de los comerciantes que subsiste del mercado no viven en su entorno; sin embargo, en la investigación física pudimos constatar que utilizan locales y departamentos como bodegas para almacenar sus productos, siendo evidente su consolidación.



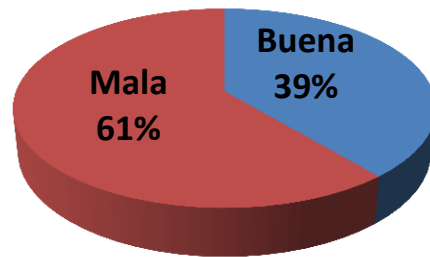
El 78% de los locatarios reconocen que en el mercado es pocas la seguridad en cuanto a el urto de sus productos como a sus clientes, de ahí que ven afectado su negocio por esta situación.



En cuanto a la higiene el mismo 78% reconoce la falta de higiene que se percibe en el mercado, culpando a las autoridades de la falta de interés por la recolección, no obstante ellos mismos reconocen que el camión recolector hace su recorrido a diario, con lo cual deducimos que el acopio de los desechos debe ser labor y responsabilidad de acopiar la basura en un lugar determinado para que el camión recolector sustraiga en su totalidad la basura, y así mantener aseado su lugar de trabajo.

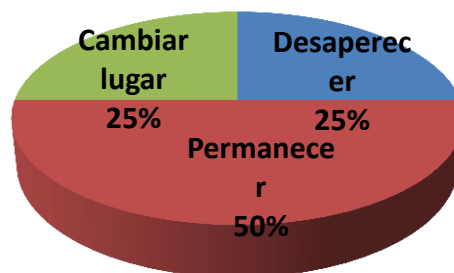


### Apreciación de los servicios por parte de los locatarios



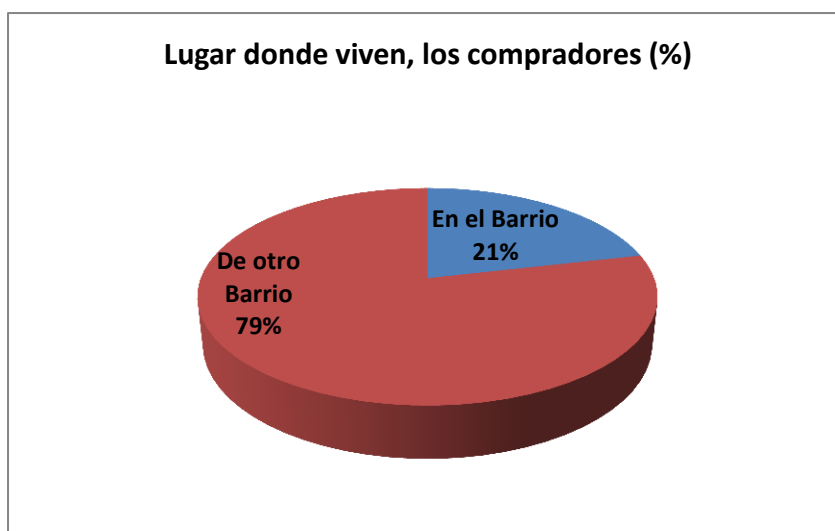
En cuanto a los servicios de equipamiento el 61% de los comerciantes considera que las instalaciones en su totalidad son deficientes y en algunos casos carece de mantenimiento; es evidente que el mercado requiere un saneamiento acorde con las necesidades de un mercado, culpando a las autoridades, aun así es responsabilidad del comerciante no depositar los desperdicios de difícil degradación, así como alimentos pues es ahí donde los roedores encuentran su sustento

### Futuro del mercado según los locatarios

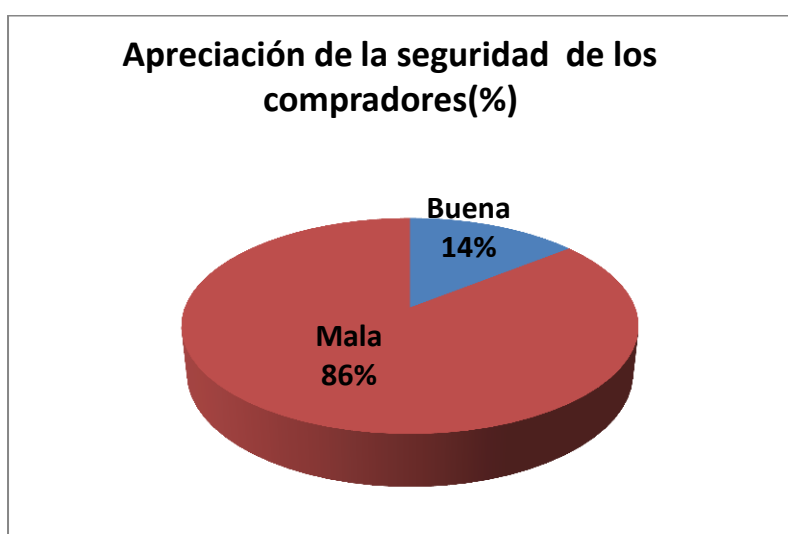


Un 50% de los comerciantes no quiere que desaparezca otro 25% le es indiferente cambiar el lugar del mercado, deducimos que el comerciante está dispuesto a cambiar de lugar de trabajo.

## COMPRADORES

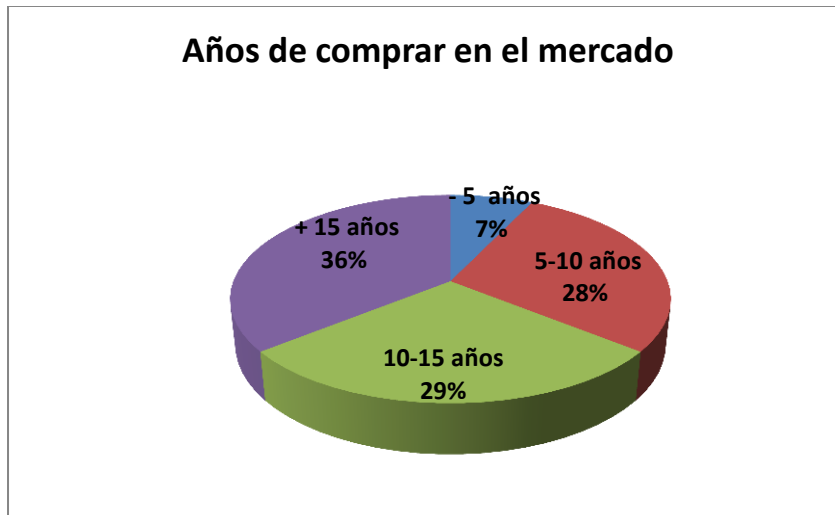


El 79% de los compradores no vive en torno al mercado, si no de otro lugar de la ciudad, en los barrios colindantes, principalmente.

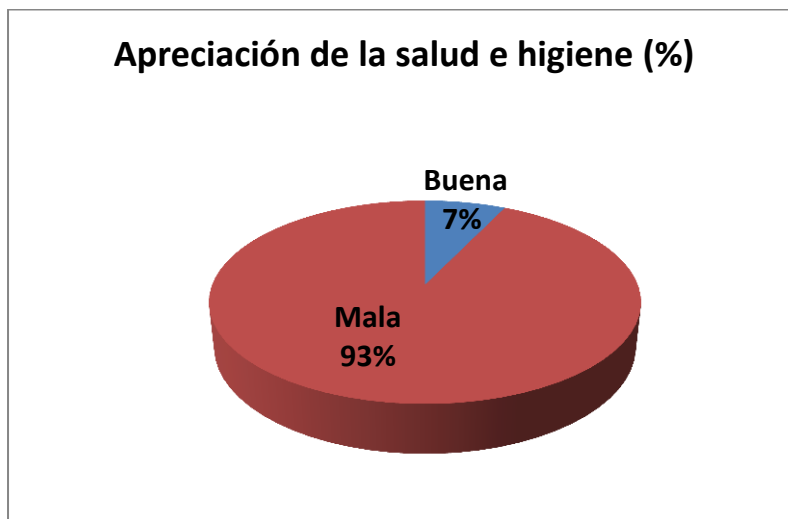


La mayoría de estos compradores consideran que la seguridad es deficiente en un 86%.

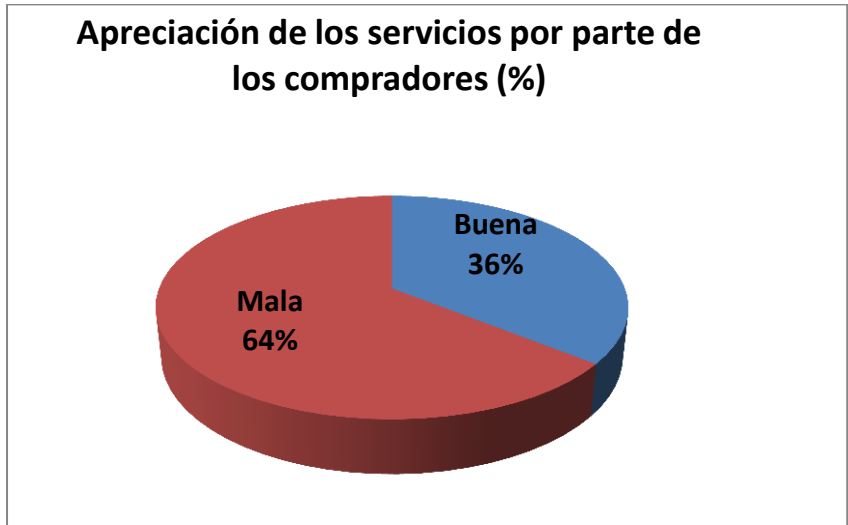
La mayoría de los compradores encontrar en el Mercado 5 de Mayo el lugar que cumple con sus necesidades a pesar de los problemas y deficiencias que detectan en él.



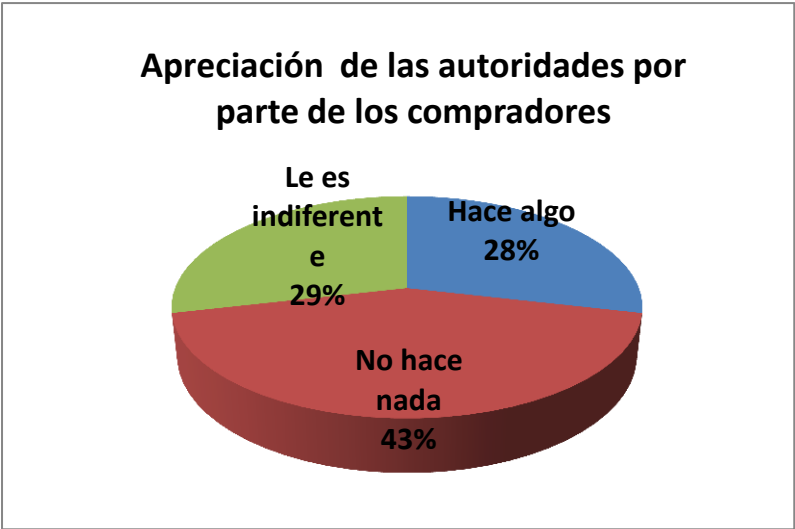
El 93% ven un mercado insalubre y consideran debido a las quejas de los vendedores que el gobierno es culpable de esta situación.



El 7% restante que se ha percatado que para que el mercado de una mejor imagen los comerciantes deben ser más organizados e higiénicos en su proceder, actitud, y sobre todo en sus propias instalaciones.



El 64% de los compradores ven los servicios en malas condiciones, al igual que los vendedores consideran que las instalaciones deben ser mejoradas para su mejor funcionamiento



Los compradores también consideran en un 43% de los entrevistados que las autoridades hacen omisión a las demandas de los usuarios en cuanto al mantenimiento y modernización de las instalaciones.

## HABITANTES

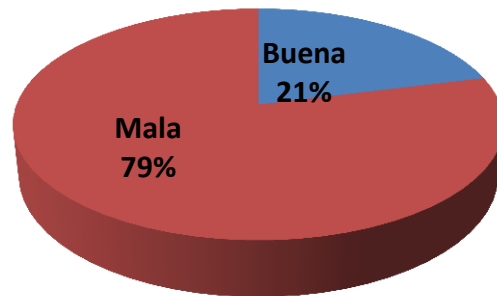


Un 39% vive dentro de los límites del mercado, el 61% proviene de otro barrio, dato que concuerda con el arrendamiento de locales y departamentos que algunos locatarios consolidados utilizan ya sea como bodegas e incluso como segunda residencia.

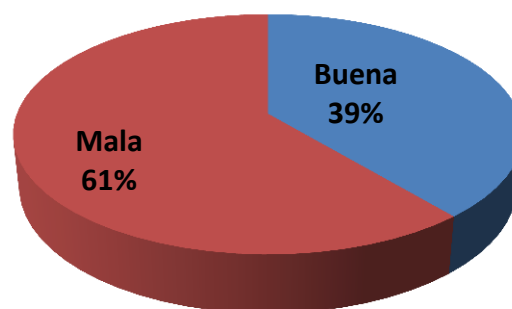


Este dato concuerda con el 83% del alquiler de los inmuebles que rodean al mercado, donde los comerciantes alquilan como bodega o segunda residencia.

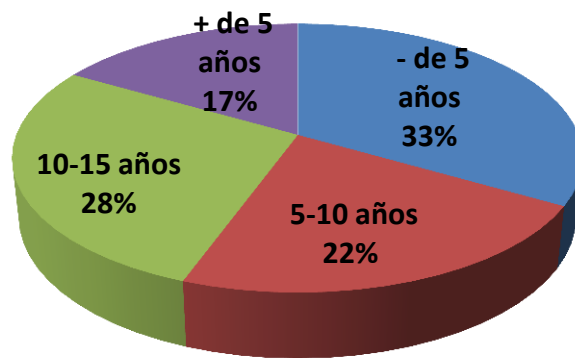
**Apreciación de la salud e higiene, por parte de los habitantes**



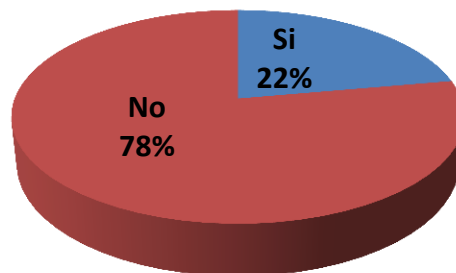
**Apreciación de los servicios por parte de los habitantes**



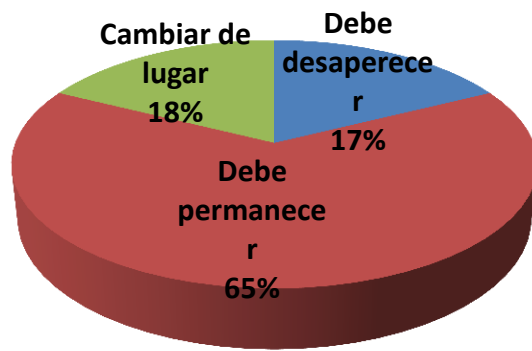
### Años de vivir cerca del mercado



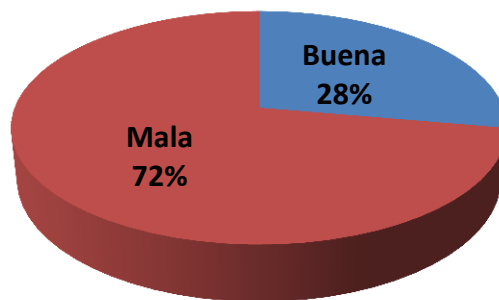
### Apreciación de la ubicación por parte de los habitantes: ¿Le afecta la ubicación?



### Futuro del mercado según los habitantes



### Apreciación de la seguridad por parte de los habitantes



## 6.1 Los agentes sociales

### *Responsabilidad Institucional*

Entrevistado: **DIRECTOR DE ABASTO Y COMERCIO INTERIOR** (Lic. Ricardo Larracilla Herrera en turno).

Con la creación del **Programa de Modernización de Mercados**

El gobierno intenta resolver la asignatura pendiente de intervenir en los mercados

El objetivo del Programa de Modernización de Mercados incluye 3 objetivos Fundamentales

- La Creación de una nueva Imagen
- Mantenimiento del Mercado
- Capacitación a los comerciantes

#### *La Creación de una nueva Imagen*

**Fotografía 29. Nueva Imagen del Mercado, Puebla, Mex.**



Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2013)

Ubicación: Calle 18 poniente

## *Mantenimiento del Mercado*

**Fotografía 30. Nueva Imagen del Mercado, Puebla, Mex.**



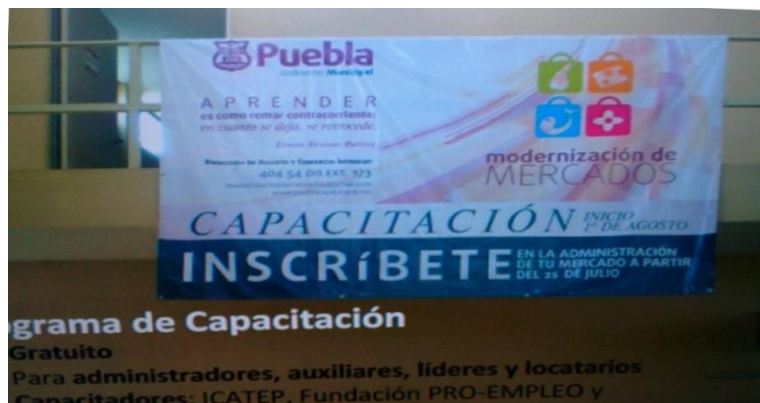
Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2013)

Ubicación: Calle 18 poniente

El incendio creó una gran confusión y desconfianza en los organismos gubernamentales por parte de locatarios y compradores, afianzando la creencia de que el incendio fuera provocado intelectualmente por el propio gobierno con el fin de culpar a los locatarios y así justificar la intención de eliminar al mercado.

## *Capacitación a los comerciantes*

**Fotografía 31. Nueva Imagen del Mercado, Puebla, Mex.**



Fuentes: Proporcionado por Gobierno del Estado, foto Flores Paredes (Ago. 2013)

## *Resumen de entrevista con dirigente gubernamental*

¿Qué planes hay para el mercado desaparecerá?

El mercado sigue continua en la misma zona donde está no hay plan de reubicación ni mucho menos, al mercado no solo se le ha metido inversión en lo arquitectónico, mantenimiento, rehabilitación; a parte se le ha metido inversión en capacitación, de promoción de creación de una imagen tenemos un proyecto integral de mercados

este proyecto se llama **Programa de Modernización de Mercados**; Incluye varios temas entre ellos la capacitación a locatarios (con el fin de aprender a llevarse mejor entre ellos (tienen muchos conflictos, muchos intereses dentro del mercado los lideres las mismas personas), Se busca que la gente no sean amigos pero por lo menos que se respeten que allá armonía de ahí muy a manera de mercado temas como mercadotecnia, contabilidad muy general, manejo de inventarios, para temas de promoción como acomodar mejor tu puesto o el concurso de puestos, el mejor puesto como lo acomodaba y el más desordenado para ver la diferencia, como respetar el pasillo alineando los puestos quitamos lo que estorba, una de las leyes es el pasillo buscamos que hubiera circulación, en cuanto al tema de la mercancía organizar la primera entrada y primera salida es importante sacar la mercancía que llego Aller, a una manera muy de mercado la capacitación se realizó en colaboración con el ICATEP (Instituto de Capacitación para el Trabajo del Estado de Puebla) y con una fundación llamada PROEMPLEO.

De ahí uno de los temas más importantes es la rehabilitación en sus tenas más urgentes es drenaje alumbrado techumbres, el mercado carece de muchas cosas pero las más importantes y lo vimos con el siniestro ocurrido es la cuestión de alumbrado drenaje bajadas de agua laminas; se buscó dinero de la federación en una inversión al 50%100 a través de un fondo llamado **prologica** que apoya a centrales de abasto y centros de abasto en general, para el caso del Mercado 5 de Mayo la intervención se ve poco en la nave principal del mercado era de lámina de asbesto hoy es de lámina CINTRO o R101 se pintó se arreglaron las lámparas, fue una inversión de 3.800000,00 pesos aproximadamente para el Mercado 5 de Mayo, en una área de más de 2500m2 de techumbre cableado alumbrado; uno de las partes más importantes no por imagen sino por salud es la pintura interior y exterior la idea es hacer una marca de mercados "Mercados Poblanos" lo mero nuestro, aparte de generar una imagen fresca ayuda a promocionarlos y más que el mercado independencia se han intervenido 22 mercados de 27 que hay en toda la ciudad además de la central de abastos Min 8:00

## Capítulo 7. Casos Análogos

### *Ejemplos de otros lugares*

Ejemplo Mercado San Juan de Dios de Guadalajara con 3 niveles de comercio ha sido pionero en la adecuación del mercado a un entorno cambiante que demandaba una solución al problema de estacionamiento, de limpieza, de seguridad y se homogeniza el comercio logrando así una imagen más acorde con las necesidades de la población.

**Mercado San Juan de Dios de Guadalajara, México**



Imagen obtenida de Internet<sup>18</sup>

El caso de los Mercados en España es relevante para nuestra investigación recordemos que los lazos culturales que nos unen son enmarcados por una herencia y tradición que se ha ido adaptando a una manera determinada de vivir.

**Mercado Central de Valencia, España**



Imagen obtenida de Internet<sup>19</sup>

<sup>18</sup> [http://farm5.static.flickr.com/4109/4950149898\\_eb58cf9523.jpg](http://farm5.static.flickr.com/4109/4950149898_eb58cf9523.jpg) (Consultado el 19 de junio de 2014.)

<sup>19</sup> <http://www.josel.com/w/uploads/mercado-central-valencia1.jpg> (Consultado el 19 de junio de 2014.)

El mercado en este país es un sitio fundamental en el desarrollo colectivo de la ciudad, al igual que los mercados en México, en él se interactúa, a tal punto que los individuos crean lazos muy cercanos creando en él una cotidianidad.

#### **Mercado de San Miguel Madrid, España**



Imagen obtenida de Internet<sup>20</sup>

Estos ejemplos pueden servirnos para identificar que cuestiones pueden utilizarse como por ejemplo espacios más amplios pasillos, la modulación de los locales, la exposición de los productos y el equipamiento (papeleras, ceniceros, etc.) dan una apariencia o aspecto aseado creando en conjunto un ambiente agradable digno e incluso divertido.

#### **Mercado de Huelva, España**



Imagen obtenida de Internet<sup>21</sup>

El mercado en México de siempre cuestionado por su apariencia no deja de ser una actividad típica, tradicional, cotidiana, necesaria y característica del C.H.

<sup>20</sup> <https://teveoenmadrid.files.wordpress.com/2010/10/mercado-de-san-miguel-madrid-2.jpg> (Consultado el 19 de junio de 2014.)

<sup>21</sup> <http://comeencasa.blogspot.mx/2010/04/el-nuevo-mercado-de-huelva.html> (Consultado el 19 de junio de 2014.)

En él se identifica la identidad de un sector, una sociedad, una cultura característica de cada país.

Es de todo conocido que la razón fundamental del deterioro de un inmueble es el abandono incluso de nueva construcción, hacer atractivo el regreso de aquellos usuarios que han optado por autoabastecerse en los centros comerciales que sin duda les brindan un servicio de calidad

## Capítulo 8. Conclusiones

### Reflexiones

#### *Diagnostico físico y problemática*

El 5 de Mayo se ha convertido en un sitio de interés de especulación para grandes superficies. De tal suerte que los comerciantes ven amenazada su fuente de ingreso.

Estas especulaciones, sobre el futuro del Mercado 5 de Mayo, me lleva a cuestionar si es una solución idónea que desaparezca el Mercado.

Yo entiendo que lo idóneo no es cambiar el giro comercial (a grandes superficies o tienda de autoservicios), sino cambiar el aspecto, la atención y la calidad de los servicios para ofrecer un Mercado acorde con las necesidades del consumidor quien decidirá si abastecerse o no en el Mercado.

No se trata de experimentar con lo visto en otros países, sino modernizar el inmueble, crear un estilo de mercado acorde con las necesidades y tradiciones de los consumidores, es adaptar el mercado a nuestro tiempo sin perder la relación entre costumbre, cultura e identidad, sin perder de vista su esencia; es ofrecer a nuestros visitantes la identidad que nos caracteriza respetando nuestra costumbre pero ofreciendo un tipo de mercado de calidad.

No se trata del Inmueble, es crear o recuperar un sitio de encuentro en el que no solo se adquieran productos si no que en él se intercambien costumbres preservando la tradición del mercadeo logrando una interacción entre una necesidad de consumo y costumbres; ofreciendo un comercio de calidad, con el fin de crear un estilo de Mercado, cómodo, con mejor apariencia e higiene.

Continuando una tradición de que puede ubicarnos como un ejemplo a seguir en la solución al problema del mercado.

Un ejemplo de rescate del mercado como sitio tradicional típico es el Mercado la Victoria, que en la actualidad es una Plaza Comercial cambiando radicalmente su actividad comercial

#### *La Función que tiene el Mercado*

El Mercado es un centro de abastecimiento popular, en el que se encuentran productos de primera necesidad (alimentos), genéricos, y en algunos casos especializados siempre apoyados por todos los demás productos

En el caso del Mercado 5 de Mayo es un mercado que se conoce por que en él se pueden encontrar productos del Mar principalmente no obstante al ser un mercado de paso por su ubicación y por las necesidades del cliente que en ocasiones labora cerca o en el Centro histórico, utiliza este mercado para solucionar y realizar sus compras y seguir su camino o desplazamiento.

#### *Valor de los mercados en general*

Hay varias maneras de mirar lo que está pasando, y tiene que ver con que significa un mercado para cada individuo, qué papel juega un mercado en las ciudades.

Investigar históricamente, cual es la función que han cubierto los mercados

Al funcionar como un lugar de abastecimiento, resulta primordial su existencia en determinados lugares, pues el mercado permite encontrar todo lo necesario incluso para el visitante y principalmente para el habitante de alrededor.

Su ubicación privilegiada y bien comunicada permite al usuario de fuera del entorno del centro histórico, satisfacer sus necesidades de abastecimiento.

### *Diagnostico físico y problemática*

El 5 de Mayo se ha convertido en un sitio de interés de especulación para grandes superficies. De tal suerte que los comerciantes ven amenazada su fuente de ingreso.

Estas especulaciones, sobre el futuro del Mercado 5 de Mayo, me lleva a cuestionar si es una solución idónea que desaparezca el Mercado.

Yo entiendo que lo idóneo no es cambiar el giro comercial (a grandes superficies o tienda de autoservicios), sino cambiar el aspecto, la atención y la calidad de los servicios para ofrecer un Mercado acorde con las necesidades del consumidor quien decidirá si abastecerse o no en el Mercado.

No se trata de experimentar con lo visto en otros países, ni modernizar el inmueble sino crear un estilo de mercado acorde con las necesidades y tradiciones de los consumidores, es adaptar el mercado a nuestro tiempo sin perder la relación entre costumbre, cultura e identidad, sin perder de vista su esencia; es ofrecer a nuestros visitantes la identidad que nos caracteriza respetando nuestra costumbre pero ofreciendo un tipo de mercado de calidad.

No se trata del Inmueble, es crear o recuperar un sitio de encuentro en el que no solo se adquieran productos si no que en él se intercambien costumbres preservando la tradición del mercadeo logrando una interacción entre una necesidad y costumbres; ofreciendo un comercio de calidad, con el fin de crear un estilo de Mercado, cómodo, con mejor apariencia e higiene.

Continuando una tradición de que puede ubicarnos como un ejemplo a seguir en la solución al problema del mercado.

Un ejemplo de rescate del mercado como sitio tradicional típico es el Mercado la Victoria, que en la actualidad es una Plaza Comercial cambiando radicalmente su actividad comercial

### **La Función que tiene el Mercado**

El Mercado es un centro de abastecimiento popular, en el que se encuentran productos de primera necesidad (alimentos), genéricos, y en algunos casos especializados siempre apoyados por todos los demás productos

En el caso del Mercado 5 de Mayo es un mercado que se conoce porque en él se pueden encontrar productos del mar principalmente no obstante al ser un mercado de paso por su ubicación y por las necesidades del cliente que en ocasiones labora cerca o en el Centro histórico, utiliza este mercado para solucionar y realizar sus compras y seguir su camino o desplazamiento.

### **Valor de los mercados en general**

Hay varias maneras de mirar lo que está pasando, y tiene que ver con que significa un mercado para cada individuo, qué papel juega un mercado en las ciudades.

Investigar históricamente, cual es la función que han cubierto los mercados

Al funcionar como un lugar de abastecimiento, resulta primordial su existencia en determinados lugares, pues el mercado permite encontrar todo lo necesario incluso para el visitante y principalmente para el habitante de alrededor.

Su ubicación privilegiada y bien comunicada permite al usuario de fuera del entorno del centro histórico, satisfacer sus necesidades de abastecimiento.

## Capítulo 9. Propuesta de lineamientos para El Mercado 5 de Mayo

### Acciones que proponer en función de las características particulares del mercado

Modificar las condiciones del Mercado requiere una participación conjunta entre los diferentes actores locatarios, ambulantes; quienes intervienen directamente en esta actividad, *debe ser una propuesta respaldada por ambos*, pues tendrá más fuerza, ya que con su colaboración se llegara a un proyecto más acertado.

Para el gobierno si bien su interés principal es el mejorar las cosas, tienen la idea de que cuentan con personal capacitado de que ellos son los que saben y van a decir cómo debe ser la propuesta; sin acudir a los expertos, sin tomar en cuenta a los afectados para hacer un proyecto que sea viable y de buenos resultados.

Para ello nos debemos preguntar:

Que se requiere para que una propuesta sea aceptada, viable, eficiente y se lleve a cabo?

Es importante que el proyecto este supervisado, asesorado, abalado principalmente por aquellas personas que intervienen directamente en el funcionamiento del mercado (locatarios, ambulantes, compradores, dirigentes de las diversas organizaciones, el gobierno); el apoyo y la intervención de actores y organizaciones es fundamental debido al peso que tiene su presencia ante las sociedades.

Tomar en cuenta a los comerciantes afectados que tiene 50 años de existir, son propietarios que han cubierto rigurosamente sus cuotas y pagos aun cuando los organismos gubernamentales no les cobra nada, ellos han procurado estar al corriente para así evitar algún reclamo y mantener sus derechos.

Se requiere crear mecanismos de calidad que permitan al comerciante ofrecer sus productos dignamente, que despierten en el usuario (comprador) el interés por adquirirlos en este mercado

El mercado se ha ganado su permanencia en ese lugar, su prestigio “comercial”, se ha consolidado mediante el trabajo de los locatarios que han insistido en cimentarse como un objeto importante con el apoyo de todos los comerciantes e incluso de los ambulantes que tienen unos seguidores o clientes que buscan los productos que hay se venden productos que pueden ser peculiares y que solo en ese mercado se pueden encontrar, como la lengua de toro, criadillas y otros productos como hiervas medicinales, así como.

El mercado desde su inicio cuenta con una organización que a lo largo del tiempo se ha fortalecido

La razón por la cual se debe conservar el mercado tiene que ver con la influencia socioeconómica que se genera en torno a él es importante mencionar que el mercado adquiere su valor a partir de su ubicación en un entorno

## Fuentes

### Bibliografía

hay los libros que se ponen en orden alfabético y cronológico x ejemp,lo tienes 2c libros del mismo autor primero se pone el mas antiguu y luego el más actual

## Fuentes Primarias

### *Fotografías*

**Fotografía 1. Fachada Principal del Mercado 5 de Mayo, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 2. Deterioro de Viviendas entorno al Mercado 5 de Mayo, Barrios de San Pablo**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 3. Deterioro de Viviendas entorno al Mercado 5 de Mayo, Santa Anita**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 4. Deterioro de Viviendas entorno al Mercado 5 de Mayo, Santa Anita**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Foto 5. El Mercado La Acocota, en los Barrios Histórico de Puebla, México**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 6. Fachada Principal del Mercado 5 de Mayo, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 7-8. Los Propios comerciantes venidos del territorio en Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 9-10. Los Propios comerciantes venidos del territorio en Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 11. Los ambulantes comerciantes informales, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 12. Los ambulantes comerciantes informales, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 13. Locatarios no establecidos, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 14. Locatarios no establecidos, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 15. Locatarios no establecidos, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 16. Tiendas de Barrio o Misceláneas, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 17. Tiendas de Barrio o Misceláneas, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 18. Tiendas de Servicios, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 19. Tiendas de Servicios, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 19. Tiendas de Servicios, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 19. Tiendas de Servicios, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 20. Cadenas departamentales, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 21. Cadenas departamentales, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 22. Un modo de vida, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 23. Un modo de vida, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 24. Un modo de vida, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 25. Un modo de vida, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012)

**Fotografía 26. Venta de Juguetes, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2012) Ubicación: Calle 16 Poniente Venta al Mayoreo

**Fotografía 27. Venta pezcado, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2013) Ubicación: Calle 16 Poniente Venta al Mayoreo

**Fotografía 27. Comercio Mixto, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2013) Ubicación: Calle 16 Oriente Venta al Mayoreo

**Fotografía 28. Comercio Mixto, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2013) Ubicación: Calle 18 poniente

**Fotografía 29. Nueva Imagen del Mercado, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2013) Ubicación: Calle 18 poniente

**Fotografía 30. Nueva Imagen del Mercado, Puebla, Mex.**

Fuentes: Flores Paredes (Ago. 2013) Ubicación: Calle 18 poniente

**Fotografía 31. Nueva Imagen del Mercado, Puebla, Mex.**

Fuentes: Proporcionado por Gobierno del Estado, foto Flores Paredes (Ago. 2013))

### ***Entrevistas a:***

Comerciantes

Usuarios o compradores

Habitantes

Dirigentes

Se realizaron las entrevistas durante los meses de Agosto a Octubre en horarios que oscilaban entre las 12:00 a 17:00 hrs. principalmente los días Lunes, Miércoles, Viernes y Domingo. Los días Martes, Jueves y Sábado se hicieron entrevistas entre horarios de 8:00 a 11:00 hrs. Y de 16:00 a 20:00 horas respectivamente, con la finalidad de abarcar todos los horarios posibles.

### ***Planos***

Plano 1. Planta del Mercado 5 de Mayo

Fuentes: Proporcionado por Gobierno del Estado S/Escala (Nov.2012)

Plano 2. Localización del Mercado 5 de Mayo en el contexto de la ciudad de Puebla

Fuentes: S/Escala Proporcionado y elaborado por Ramírez Rosete (2012)

Plano 3. Delimitación del Mercado 5 de Mayo dentro de la zona de monumentos

Fuentes: Proporcionado por INEGI plano S/Escala, elaborado por Ramírez Rosete (2012).

Plano 4. Escalas de influencia de los compradores en la zona de monumentos

Fuentes: Información Flores Paredes, plano S/Escala, elaborado por Ramírez Rosete (2012).

Plano 5. Actividades comerciales entorno al Mercado 5 de Mayo

Fuentes: Información Flores Paredes, plano S/Escala, elaborado por Ramírez Rosete (2012).

### ***Documentos obtenidos de Internet***

(<http://www.cmcpuebla.org.mx/secciones/?se=825>). (Consultado el 19 de junio de 2014.)

(<http://www.cmcpuebla.org.mx/secciones/?se=825>). (Consultado el 19 de junio de 2014.)

### ***Imágenes obtenidas de Internet***

#### **El Gran Bazar Estambul**

(<http://www.viajarxeuropa.com/wp-content/uploads/2011/12/granbazar2.jpg>). (Consultado el 19 de junio de 2014.)

#### **Mercado de Fez en Marruecos**

(<http://www.ojodigital.com/foro/attachments/sociales/125390d1380552146-paseando-por-marruecos-10-serie-abierta-zoco-de-marrakech-zoco1017a.jpg>). (Consultado el 19 de junio de 2014.)

#### **Mercado Santa Catarina en Barcelona España**

(<http://vivesceramica.files.wordpress.com/2010/09/santa-caterina-mercat-794836.jpg>) (Consultado el 19 de junio de 2014.)

#### **Mercado de La Merced en México D.F.**

(<http://www.mexicodesconocido.com.mx/assets/images/mercado-flores-La-Merced.jpg>). (Consultado el 19 de junio de 2014.)

### **El nuevo Mercado de San Juan en Guadalajara, México**

([http://campusdigital.uag.mx/academia/espanol/images/mdo\\_san\\_juan.jpg](http://campusdigital.uag.mx/academia/espanol/images/mdo_san_juan.jpg) . (Consultado el 19 de junio de 2014.)

### **El antiguo Parian, Centro Histórico de Puebla, México**

(<http://media.y mipollo.com/ui/2008/05/b8f0a7422a4dfac7a721a33d1f06f39d.jpeg> (Consultado el 19 de junio de 2014.)

### **El Nuevo Parian, Centro Histórico de Puebla, México**

<http://static.panoramio.com/photos/large/20858679.jpg> (Consultado el 19 de junio de 2014.)

### **El antiguo Mercado La Victoria, Centro Histórico de Puebla, México**

<http://www.fotosdepuebla.org/galeria/var/resizes/Puebla-Antigua/Ciudad-de-Puebla/ScannedImage-28.jpg?m=1349846187> (Consultado el 19 de junio de 2014.)

### **El Nuevo Mercado La Victoria, Centro Histórico de Puebla, México**

[http://2.bp.blogspot.com/\\_vRazpiLmjSk/T1hJOg37asl/AAAAAAAABdl/87ly3tCyn3k/s1600/DSC02187.JPG](http://2.bp.blogspot.com/_vRazpiLmjSk/T1hJOg37asl/AAAAAAAABdl/87ly3tCyn3k/s1600/DSC02187.JPG) (Consultado el 19 de junio de 2014.)

### **El Mercado La Acocota, en los Barrios Histórico de Puebla, México**

[https://yy2.staticflickr.com/7279/7596301060\\_64744d7f14\\_z.jpg](https://yy2.staticflickr.com/7279/7596301060_64744d7f14_z.jpg) (Consultado el 19 de junio de 2014.)

### **Imagen del comercio ambulante en Puebla**

[https://www.google.com.mx/search?q=Imagen+antigua+de+ambulantes&rlz=1C2AVSX\\_enMX530MX530&biw=1024&bih=643&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=rA0ZVJy1OcbD8QGzqoDYDA&ved=0CBoQsAQ#tbn=isch&q=Imagenes+antiguas+de+Puebla&facrc=&imgdii=Sv9IY8tzgmJnjM%3A%3BaiwiDJ8pls1AxM%3BSv9IY8tzgmJnjM%3A&imgrc=Sv9IY8tzgmJnjM%253A%3Bil2OWSiIMWAc7M%3Bhttp%253A%252F%252F4.bp.blogspot.com%252F-aoRW88duVLA%252FUA9btd16n4I%252FAAAAAAAAAAADE%252F6I2ior3PuHU%252Fs1600%252Ffabrica%252Bde%252Bmuebles%252Blabastida.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fpueblaheroica.blogspot.com%252F2012%252F07%252Fantigua-fabrica-de-muebles-labastida.html%3B621%3B435](https://www.google.com.mx/search?q=Imagen+antigua+de+ambulantes&rlz=1C2AVSX_enMX530MX530&biw=1024&bih=643&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=rA0ZVJy1OcbD8QGzqoDYDA&ved=0CBoQsAQ#tbn=isch&q=Imagenes+antiguas+de+Puebla&facrc=&imgdii=Sv9IY8tzgmJnjM%3A%3BaiwiDJ8pls1AxM%3BSv9IY8tzgmJnjM%3A&imgrc=Sv9IY8tzgmJnjM%253A%3Bil2OWSiIMWAc7M%3Bhttp%253A%252F%252F4.bp.blogspot.com%252F-aoRW88duVLA%252FUA9btd16n4I%252FAAAAAAAAAAADE%252F6I2ior3PuHU%252Fs1600%252Ffabrica%252Bde%252Bmuebles%252Blabastida.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fpueblaheroica.blogspot.com%252F2012%252F07%252Fantigua-fabrica-de-muebles-labastida.html%3B621%3B435) (Consultado el 19 de junio de 2014.)