

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**

**EMPLEABILIDAD Y EMPRENDIMIENTO**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

**Programa de Desarrollo de la Gestión en las funciones Sustantivas de las  
Empresas**



**ITESO**

Universidad Jesuita  
de Guadalajara

**Mercados Municipales de Zapopan**

**PRESENTAN**

Nombre de los alumnos:

Álvarez Vázquez Astrid  
Cabrera Brizuela Carlos René  
Flores Cárdenas Jorge Enrique  
Flores Dávalos Andrea  
Gaspar Durán Fernando  
Maldonado González Daniela  
Medina Gómez Eloy  
Ortiz Jiménez Mario  
Sandoval Ornelas Luis Fernando  
Zermeño Moreno Gustavo Antonio

Profesor PAP: Godínez Herrera Jair Benjamín

Tlaquepaque, Jal. a 15 de Mayo del 2014

## **REPORTE PAP**

### **Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) del ITESO.**

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno.

A través del PAP los alumnos acreditan tanto su servicio social como su trabajo recepcional, por lo que requieren de acompañamiento y asesoría especializada para que sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

## **Resumen ejecutivo.**

Dentro del presente documento, se expone básicamente el análisis de una investigación realizada que abarcó tres mercados del Ayuntamiento de Zapopan. Se tomaron como referencia para investigar y evaluar a fondo 3 mercados de Zapopan: San Isidro, Francisco Sarabia y Tesistán, los cuales fueron seleccionados por personal del ayuntamiento debido a que fueron considerados mercados óptimos para el desarrollo del proyecto ya que detectaron la necesidad de mejorar las condiciones económicas de los mercados, así como la calidad de vida de sus habitantes. El objetivo de esta investigación por parte de los estudiantes fue poder identificar algunas cuestiones, realizar propuestas y colaborar a la planeación de estrategias que puedan mejorar las condiciones de los mercados seleccionados y se vea reflejado un cambio positivo en cuantos las ventas y las condiciones de los mercados.

Además se plantean objetivos generales como el desarrollo de nuevas estrategias para que los mercados puedan beneficiarse de tales. La manera en que trabajamos fue, visitar los mercados mencionados a aplicar encuestas a los locatarios, consumidores y a los administradores de cada mercado. La muestra que se usó para sacar el número de encuestas fue infinita con un nivel de confianza del 90% y un índice de error del 5%.

**Los resultados más importantes**

# ÍNDICE

## Contenido

Introducción.....	5
Capítulo I. Identificación del origen del proyecto y de los involucrados.....	7
<b>1.1 Antecedentes del proyecto.</b> .....	7
<b>1.2 Identificación del problema.</b> .....	7
<b>1.2 Identificación de involucrados.</b> .....	8
<b>a) Contrapartes.</b> .....	8
<b>2 Beneficiarios</b> .....	8
Capítulo II. Marco de referencia.....	9
<b>2.1 Estado de la cuestión del tema o problema.</b> .....	9
<b>2.2 Elaboración del enfoque teórico para enfocar la intervención en el problema.</b> .....	19
Capítulo III. Diseño de propuesta de mejora.....	20
<b>3.1 Enunciado del proyecto. Descripción de lo que se quiere hacer.</b> .....	20
<b>3.2 Descripción de cómo se quiere hacer (metodología).</b> .....	21
<b>3.3 Cronograma o plan de trabajo</b> .....	21
Capítulo IV. Desarrollo de propuesta de mejora.....	23
<b>4.1 Descripción y evidencias de las actividades realizadas.</b> .....	23
<b>Capítulo V. Resultados y productos.</b> .....	28
<b>5.1 Resultados alcanzados y productos obtenidos</b> .....	28
Capítulo VI. Aprendizajes alcanzados por alumno y por el grupo de trabajo.....	67
<b>6.1 Aprendizajes profesionales.</b> .....	67
<b>6.2 Aprendizajes sociales.</b> .....	71
<b>6.3 Aprendizajes éticos.</b> .....	71
Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones.....	73
<b>7.1 Conclusiones.</b> .....	73
<b>7.2 Recomendaciones.</b> .....	74

## **Introducción.**

Para iniciar este trabajo es de suma importancia conocer la definición de un Mercado Municipal, el cual es un recinto en el que se venden artículos de primera necesidad, generalmente alimenticios. Los mercados están formados por puestos individuales que ofrecen productos de diversa índole con predominancia de los productos frescos: carne, frutas, verduras, pescado, etc. Se instalan en el centro de los barrios o localidades.

En la actualidad los mercados han quedado en el descuido y olvido de la población de la zona metropolitana, aunque existen algunos mercados que parece que nunca van a desaparecer debido a la gran preferencia de las personas ya sea por precio, calidad o frescura entre otras cualidades, pero esto no sucede así en la gran mayoría de los mercados municipales, en especial en los mercados del municipio de Zapopan. Debido a lo anterior se suscitó la preocupación de las autoridades por dar un nuevo auge a estos espacios que guardan gran contenido cultural para los mexicanos; ahí surge el porqué de la investigación presentada en las siguientes páginas.

Con lo anterior damos pie a ilustrar en las siguientes páginas el estudio de y los resultados obtenidos en los mercados seleccionados previamente por el municipio de Zapopan para su impulso y desarrollo. Comenzando con el origen del proyecto la problemática y los involucrados en la misma, todo esto en un marco de referencia que nos ayudarán con los conceptos más importantes para tener un mejor entendimiento, teniendo lo anterior se mostrará lo que se quiere hacer, cómo se quiere hacer y cuándo se quiere realizar.

Contando con lo anterior, en este trabajo se desarrolló una propuesta de mejora dando detalle de las evidencias y actividades realizadas para tener bases sólidas en nuestras propuestas, con esto se presentarán los resultados alcanzados y los productos obtenidos.

Se presentan también los aprendizajes de parte de los alumnos que integraron la investigación, además, el grupo expresó sus aprendizajes individuales en lo social, profesional y ético.

Por último damos a conocer las conclusiones y las recomendaciones que como equipo formulamos escuchando a todos los relacionados en un mercado municipal como son

los locatarios, los clientes de los locatario y de parte del gobierno los administradores de los mercados municipales, para así mejorar su situación y desarrollo.

# **Capítulo I. Identificación del origen del proyecto y de los involucrados.**

## **1.1 Antecedentes del proyecto.**

El gobierno del estado de Jalisco enfrenta diversos retos entre los cuales destacan la necesidad de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, estos retos, no pueden, ni deben, ser preocupación de un solo actor en la sociedad, y en virtud de desarrollar actos de mejora, deberán ser trabajados en su conjunto, por Gobierno, Instituciones educativas, Organizaciones Civiles, y miembros de la sociedad en general.

La dependencia de Mercados Municipales que pertenece al ayuntamiento de Zapopan, en conjunto con los estudiantes plantean trabajar en conjunto con el objetivo de lograr mejoras en los mercados de este municipio, detectando sus problemáticas, realizar la planeación de estrategias para llevarlas a cabo y así mejorar las condiciones actuales de los mercados.

Con la mejora y reestructuración de los mercados municipales, saldrían beneficiados la sociedad así como el ayuntamiento, esto se debe a que los consumidores asistirían a estos establecimientos a realizar sus compras con productos frescos, de calidad y a precios accesibles, al mismo tiempo que es reactivada la economía y esto genera movimientos de dinero y creación de empleos.

## **1.2 Identificación del problema.**

La actual administración del ayuntamiento de Zapopan ha detectado que en el transcurso de otras administraciones han dejado a los mercados municipales en el abandono descuidando sus organizaciones, condiciones de la infraestructura, apoyos económicos y deficiencia de los servicios.

Los mercados municipales que se encuentran en Zapopan padecen distintos problemas que el ayuntamiento desea solucionar, como lo es el vandalismo en las

zonas aledañas, locales desocupados, falta de estacionamiento, abandono, poca afluencia de clientes, mala percepción del mercado, higiene, entre otros.

## **1.2 Identificación de involucrados.**

### **a) Contrapartes.**

El ayuntamiento de Zapopan por medio de la dirección municipal de mercados.

LAE. Alberto C. Flores Martínez

Director Fomento Cooperativo

Centro de Promoción Económica y Turismo

Gobierno Municipal de Zapopan 2012-2015

Tel. 3818 2200 Ext. 1114

## **2 Beneficiarios.**

El beneficio se ve reflejado directamente en los tres mercados que fueron seleccionados para proveer una solución a los problemas mencionados, los cuales son:

- San Isidro
- Tesistán
- Francisco Sarabia



## **Capítulo II. Marco de referencia.**

### **2.1 Estado de la cuestión del tema o problema.**

#### **MACRO ENTORNO**

¿Qué es un mercado?

Recinto en el que se venden artículos de primera necesidad, generalmente alimenticios. Los mercados están formados por puestos individuales que ofrecen productos de diversa índole con predominancia de los productos frescos: carne, frutas, verduras, pescado, etc. Se instalan en el centro de los barrios o localidades.

En los últimos tiempos, aun manteniendo una pequeña cuota de mercado, los mercados tradicionales están siendo desplazados por fórmulas comerciales más modernas como los supermercados o los hipermercados. Los principales inconvenientes que se les achaca son:

- Precios más caros que en los nuevos formatos.
- Horario comercial restringido.
- Envejecimiento de las instalaciones.

Para compensar sus deficiencias y defenderse de la competencia, algunos expertos recomiendan la modernización de su propuesta comercial y apuntan algunos consejos:

- Poner carros y cestas a disposición del público.
- Establecer un solo punto de pago a la salida del recinto.
- Facilitar el pago a través de sistemas electrónicos como la tarjeta de crédito.
- Diseñar estrategias comerciales que incluyan promociones, descuentos o esquemas de fidelización dentro del establecimiento.
- Modernizar la imagen del local.

-Un mercado es un establecimiento, donde se ve con claridad lo que es la competencia, ya que en este se encuentran, locales donde se adquieren artículos, comida, etc. La principal competencia en un mercado para poder atraer clientes a sus localidades es el precio, las personas que van a adquirir artículos a un mercado principalmente buscan o más económico. También se ve lo que es la deficiencia, ya que las personas que adquieren artículos de un mercado buscan los mejores artículos a precios bajos.

### **Mercados de Zapopan lucen abandonados**

GUADALAJARA, JALISCO (08/MAYO/2013).-

El mercado municipal de Zapopan, Obreros de Cananea, es el recinto que luce más abandonado en la ciudad. De acuerdo con información de la dirección de mercados municipales, el edificio ubicado en la colonia La Palmita tiene 48 locales desocupados por 32 que están en uso.

Otro de los mercados que lucen una tasa alta de desocupación en sus locales es el Mercado de Abastos municipal, localizado en la Colonia El Vigía. Ahí, el 50% de los locales están en desuso, por lo que la incógnita del este día en #temainformador, es si existen condiciones para que el comercio formal tenga incentivos para revivir los mercados municipales.

Aunque la tasa de ocupación de los locales en los mercados es superior al 85%, pues hay más de mil locales en los 15 mercados municipales de los cual sólo están desocupados 118, lo que es cierto es que los servicios que se prestan en todos los mercados son deficientes, pues suelen estar sucios, no hay revisiones de salubridad, están cerca de tianguis que genera competencia desleal, además de que tampoco hay “ganchos” que inciten a comprar, como espacios de estacionamientos.

Este miércoles en #Temainformador, buscaremos a la autoridad para que nos diga cuáles son los proyectos para potenciar el comercio en los mercados municipales. Los invitamos a participar, a través de las redes sociales, y nos ayuden a comparar el

comercio en los tianguis y en los mercados. ¿Ustedes dónde y por qué prefieren comprar productos en esos espacios? ¿Tianguis, mercado o supermercado?

Noticia de Omar García publicada por periódico El Informador.  
<http://www.informador.com.mx/jalisco/2013/456317/6/mercados-de-zapopan-lucen-abandonados.htm>

## **Mercados Municipales subsisten con siete mil pesos mensuales**

ZAPOPAN, JALISCO (18/MAY/2013).-

En Zapopan, el presupuesto para cada mercado municipal es casi nulo: siete mil 200 pesos que sirven para pagar a dos personas que hacen la limpieza de cada inmueble. Edificios viejos generan problemas complejos: tuberías añejas y con fugas, vidrios rotos, edificaciones vandalizadas y personal insuficiente que haga las veces de velador.



DESCOLORIDO. El mercado Atermajac, a un lado de la estación del Tren Ligero, uno de los inmuebles municipales en evidente abandono.  
Informador Redacción

El problema es que este modelo de negocio va para menos. Actualmente no existen proyectos de recuperación de infraestructura en los mercados y, según la oficial mayor de padrón y licencias del municipio, Karla Torres Cervantes, se hace lo que se puede con lo que se tiene.

En el municipio existen 15 mercados administrados por el ayuntamiento, para los que se ha destinado un millón 300 mil pesos de presupuesto para este año. En ellos hay mil 421 locales, de los cuales, 119 están bajo la figura de espacios no utilizados, de acuerdo con un oficio de la Dirección de Mercados. Sin embargo, la funcionaria municipal desconoce esta situación. “Nosotros hemos hecho una revisión y locales abandonados, como tal, no hay. Estamos en recuperación de locales en todos los mercados, en total, yo creo que tenemos unos 30 locales desocupados”.

Los mercados que lucen más abandonados son el de Obreros de Cananea, ubicado en la Colonia La Palmita, donde 48 de los 80 locales están desocupados. Otro que se encuentra en la top cinco con locales desocupados es el de Abastos municipal, ubicado en la Colonia El Vigía, donde la mitad de los 78 locales no son utilizados. Pero también, la situación de los servicios que se ofrecen en esos lugares es deplorable. El estacionamiento subterráneo del mercado Lázaro Cárdenas, en el Centro Histórico, padece de fugas áreas del drenaje y en el mercado Atemajac, el más grande del municipio, tiene 13 años solicitando mejores servicios.

Ante esto, Torres Cervantes afirmó que están por comenzar un programa para “recuperar los espacios que no estén siendo utilizados, o que son rentados como bodegas, y que son mal utilizados”. Sin embargo, cuando se le preguntó por las fechas, volvió a relucir el problema del dinero para administrar los mercados. A pregunta expresa de, si le parecía suficiente el recurso que le destinaba el ayuntamiento, la funcionaría matizó: “Es un recurso que se nos asigna. Mi deber es hacer que alcance y que podamos salir adelante con eso, mientras justificamos por qué necesitamos más dinero”.

De acuerdo con la funcionaria, el área de recaudación municipal es la que hace los cobros de renta mensual a los locatarios. “Puedo asegurar que un 80% sí paga sus aportaciones”. Además, confirmó que no hay proyectos para construir o derribar alguno de estos inmuebles, “la instrucción del alcalde es darles mantenimiento”.

### DE ATEMAJAC

“Cada administración es lo mismo”

Los problemas en el mercado de Atemajac —Federalismo y López Cotilla— son los mismos de hace 13 años y “de siempre”, dijo Margarita Puentes, quien atiende desde hace 15 años una carnicería. Esta mujer llegó al mercado desde su apertura, hace casi 40 años, pero se alejó del comercio durante una década y hace 15 años volvió. Durante su ausencia no hubo mejoras en el espacio.

Margarita recuerda que hace 13 años la entrevistaron y señaló las mismas carencias que ahora: “Un contenedor de basura, mantenimiento a las redes de drenaje, limpieza en áreas comunes y mayor seguridad”. Cada administración municipal, dice, hace el intento de arreglar el mercado, pero al final no hay cambios.

Otro problema es que las personas dejan bolsas de basura afuera de los locales, cuando éstos se encuentran cerrados, dice esta comerciante, quien además señaló que los clientes sufren el robo de sus bolsas dentro del espacio porque no hay vigilancia.

Para Hilda Morales la basura también es un problema. Esta locataria, quien desde hace tres años trabaja en este mercado, comentó que en la zona hay olores desagradables debido al mal drenaje. “Se hacen lagunas porque se tapa” el desagüe.

Una de las acciones inconclusas por parte de la autoridad fue el estacionamiento, donde se colocó una caseta de cobro, pero “no funcionó”. Los locatarios piden que se cambien los pisos del mercado, “una mejor presentación”, expresó quien atiende un puesto de cereales y semillas desde que abrió el mercado.

Las plagas son otro de los problemas, señaló Sergio Ramos Barrera. Aunque se realicen fumigaciones, éstas no sirven porque el arroyo, que corre por calle Granaditos, es una fuente de contaminación.

### *PREFIEREN LOS TIANGUIS*

En un recorrido por el mercado Constitución en el municipio de Zapopan, las amas de casa que frecuentan el lugar para realizar sus compras de la semana, coinciden que las ofertas de frutas y verduras están a las afueras del mercado, en el tianguis que se hace ahí diariamente.

“Yo sí compro la fruta y la verdura en el tianguis, es más barato. En el mercado nada más compro el pollo, ni la carne la consumo ahí porque está más buena en la carnicería de más adelante”, compartió una señora que prefirió omitir su nombre.

Con ella está de acuerdo, Bertha Alicia Ramírez, quien en ambos puntos de venta adquiere lo que necesita para su hogar. “Pero a veces está más bueno lo de afuera que

lo de adentro, más que nada ahorita lo que busca uno es la economía. Yo ahorita estoy desempleada y la verdad ando viendo donde está más barato. Aquí en el tianguis nos ponen por ejemplo a 10 pesos el puño (de fruta o verdura), pues no son kilos, pero sí vale la pena”.

## **FRASE**

"La ventaja del mercado es que tú escoges la mercancía y aquí en el tianguis te la dan a cómo te salga"

**Bertha Alicia Ramírez**, clienta del mercado Constitución.

## **OBREROS DE CANANEA**

### **Ni velador, ni clientela**

Locatarios del mercado Obreros de Cananea que, en la Colonia La Palmita, Zapopan, hace cinco años tienen el problema de que no hay clientela. En promedio se abren de 15 a 20 locales al día, de los 80 que existen. Las instalaciones lucen descuidadas, las paredes, rayadas. “No tenemos clientela, ni velador, ni barrendero”, dijo una comerciante que tiene un puesto de frutas y verduras. “La venta comienza a las 07:00 de la mañana y termina a las 09:00 horas, y eso porque aquí está la Liconsa”.

La señora, que prefirió omitir su nombre, compartió que el mercado está abandonado por el Ayuntamiento y que el administrador que se encarga de escuchar las necesidades de los que ahí trabajan, sólo llega en las mañanas a saludar. “No sacamos ni pa’ pagar la plaza, estoy atrasada en mis pagos, porque la verdad ni me dan ganas de pagar. Tenemos dos años de que no nos lo pintan (el mercado), viene el administrador, nada más nos saluda y ya se va, pero no hace nada de provecho”.

Aunque reconoció que la renta es poca —370 pesos mensuales— dice que con la venta diaria no alcanza ni para cubrirla. “Queremos que nos promuevan, que nos metan ganas. Las banquetas se están levantando, no arreglan nada. Les pagamos con los impuestos, pero no se ve nada de provecho. Hace falta más gente y seguridad para los locatarios”.

La comerciante y otros dos compañeros ven como óptimo que el tianguis que se instala los domingos por la Avenida Obreros de Cananea se instale en su mercado.

## FRASE

"Lo ideal sería promovernos en televisión o radio, aquí en el mercado tenemos buenos precios"

**Una comerciante del mercado Obreros de Cananea.**

## LA VOZ DEL EXPERTO

“La imagen también cuenta”

**Aurora Cuevas Peña** (investigadora de la UdeG)

Los mercados establecidos representaban espacios de convivencia, pero se ha ido perdiendo ese objetivo, “en el que el cliente iba con su familia a comer y de paso compraba el mandando”, explicó Aurora Cuevas Peña, investigadora del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara.

La investigadora compartió que un espacio como el mercado, si está limpio, abastecido y vigilado, seguro será un lugar que atraiga la economía en la colonia donde se ubica. “Es una corresponsabilidad



Un locatario que tiene un puesto de comida, explica que además de que no hay clientela, no hay supervisión de la policía. ARCHIVO

de comerciantes, colonos y ayuntamientos municipales. Sí es importante reactivarlos, no sólo por el espacio, sino porque pueden jugar un rol importante en el barrio. Los municipios tienen que atender la seguridad y los servicios, porque además cobran, no es gratuito, los mercados son empleos que se están generando y para que tenga consumidores, la imagen también cuenta”.

La especialista explicó que ahora los mercados municipales han quedado rezagados, porque estos espacios han entrado en una dinámica distinta. “El tiempo ya es muy valioso y muchas personas que trabajan prefieren hacer sus compras en fin de semana. La cuestión de la capacidad adquisitiva ha disminuido mucho entre más competencia hay en una colonia, como el mercado municipal, las cadenas comerciales, el tianguis”.

Afirmó que los espacios descuidados y que no ofrecen seguridad al cliente difícilmente lograrán ser rentables. “Ahorita hay que hacer una ingeniería y más en los estratos más bajos, todo para que alcance el dinero. Y si añadimos que estos mercados están descuidados y no tienen seguridad, pues eso al cliente lo afecta. Si no va con tranquilidad, seguro irá a comprar su mercancía en otro lado”.

### LÁZARO CÁRDENAS

“Falta lugar para estacionarse”

Locatarios del mercado Lázaro Cárdenas, a un costado de la Basílica de Zapopan, señalan que el mayor problema para los clientes es el estacionamiento, ya que el espacio no es suficiente.

El señor Gerardo González, quien vende artesanías desde hace 11 años en el establecimiento, compartió: “La gente que viene, no tiene dónde estacionarse y los pocos espacios que hay los ocupan los propios locatarios. Es mejor que venga la clientela a dejar su carro y que vengan a comprar. Así como están las cosas, la gente se va porque no tiene donde dejar su vehículo, pues en la calle le pueden dar un golpe o robarlo”.

El locatario pide que el estacionamiento sea exclusivo para quienes compran. Y sobre la seguridad del mercado, que tiene más de 100 locales, Gerardo dice que la zona es muy tranquila. “Hasta hoy no he sabido de ningún robo a alguna persona”.



Noticia publicada por el periódico El Informador  
<http://www.informador.com.mx/jalisco/2013/458561/6/mercado-municipales-subsisten-con-siete-mil-pesos-mensuales.htm>

### **Relatan problemática del Mercado Obreros de Cananea**

GUADALAJARA, JALISCO (08/MAY/2013).-

Locatarios del mercado Obreros de Cananea que se ubica en el municipio de Zapopan, en la colonia La Palmita, desde hace cinco años tienen el problema de que no hay clientela, aproximadamente hay 45 locales, de los cuales, en promedio se abren de 15 a 20 al día, las instalaciones lucen descuidadas, las paredes están rayadas, "no tenemos clientela, ni velador, ni barrendero", dice una comerciante que tiene un puesto de frutas y verduras. "La venta comienza a las 07:00 de la mañana y termina a las 09:00 horas, y eso porque aquí está la Liconsa".

La señora, que prefirió omitir su nombre, comparte que el mercado está abandonado por el Ayuntamiento de Zapopan, y que el administrador que se encarga de escuchar las necesidades de los que ahí trabajan, sólo llega en las mañanas a saludar.

"No sacamos ni para pagar la plaza, estoy atrasada en mis pagos, porque la verdad ni me dan ganas de pagar, tenemos dos años de que no nos lo pintan (el mercado), viene el administrador, nada más nos saluda y ya se va, pero no hace nada de provecho y no se hace nada de nada. Aunque reconoce que la renta es poca -370 pesos mensuales-, dice que con la venta diaria no alcanza ni para cubrirla, "queremos que nos promuevan, que nos metan ganas, las banquetas se están levantando, no arreglan nada, les pagamos con los impuestos, pero no se ve nada de provecho. Hace falta más gente y seguridad para los locatarios".

La comerciante y otros dos compañeros que estuvieron dando testimonio durante el recorrido por las instalaciones, ven como óptimo que el tianguis que se hace los domingos por la avenida Obreros de Cananea se instale en su mercado, "en la avenida se vende más, la gente ya no se viene para acá, de la Preparatoria 8 venían, pero ya no los dejan, en la UPN son puros maestros, ellos vienen a desayunar a las fonditas,

en realidad está bien muerto, uno está con la esperanza de que llegue más gente. Lo ideal es que cambiaran al tianguis del domingo para acá y promovernos en televisión o radio, aquí en el mercado tenemos buenos precios".

No hay policías a la vista

Un locatario que tiene un puesto de comida, explica que además de que no hay clientela, hay jóvenes que se reúnen a las afueras del mercado para fumar marihuana y jugar fútbol, "se han dado accidentes, a mí con un balón me tiraron una chocomilera, pero a una señora embarazada que pasó por aquí le tiraron un balonazo y se sofocó del dolor que sentía, es que esos muchachos no tienen cuidado, aquí hasta tiran piedras. Venga a las ocho de la noche aquí y vea lo que le va a pasar". Explica a estas calles que colindan por el mercado, no las supervisa la policía, "aquí si una vez al día pasa la patrulla es mucho, y si ven a los muchachos reunidos, ni se paran".

Destaca además que cuando es tiempo de elecciones, vienen los partidos a hacer propaganda, con la promesa de mejorar el mercado, "pero todo se queda en promesas, vino el PRI, el PAN, es más yo voté por Gloria Trevi, porque a ellos ya no les creemos nada".

Un mercado en buenas condiciones, atrae el consumo

Los mercados establecidos representaban espacios de convivencia, ahora con el paso de tiempo se ha ido perdiendo ese objetivo, "en el que el cliente iba con su familia a comer y de paso compraba el mandando", explica la maestra Aurora Cuevas Peña, investigadora del CUCHS (Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades).

La investigadora comparte que un espacio como el mercado, si está limpio, abastecido y vigilado, seguro será un lugar que atraiga la economía en la colonia donde se ubica, "es una corresponsabilidad de comerciantes, colonos y ayuntamientos municipales. Si es importante reactivarlos, no sólo por el espacio, sino porque pueden jugar un rol importante en el barrio, los municipios tienen que atender la seguridad y los servicios, porque además cobran, no es gratuito, los mercados son empleos que se están generando y para que tenga consumidores, la imagen también cuenta".

La especialista explica que ahora los mercados municipales han quedado rezagados, porque ahora estos espacios han entrado en una dinámica distinta, "el tiempo ya es muy valioso y muchas personas que trabajan, prefieren hacer sus compras en fin de semana, la cuestión de la capacidad adquisitiva ha disminuido mucho, entre más competencia hay en una colonia, como el mercado municipal, las cadenas comerciales, el tianguis etc. La población tiene mayor oportunidad de ahorrar y cuando tienen esas opciones, van identificando qué comprar en cada establecimiento".

Los mercados que se encuentran descuidados y que no proporcionan seguridad al cliente difícilmente lograrán ser rentables, "ahorita hay que hacer una ingeniería y más en los estratos más bajos, todo para que alcance el dinero y si añadimos que estos mercados están descuidados y no tienen seguridad, pues eso al cliente lo afecta, si no va con tranquilidad, seguro irá a comprar su mercancía en otro lado".

El estancamiento de estos espacios de mercado, asegura la investigadora, también tiene que ver con el modelo de negocio de las plazas comerciales, "los jóvenes prefieren ir a ellas porque saben que ahí van a encontrar todo, el espacio de convivencia, el cine y de paso se traen el mandado de la semana, los mercados han sido desplazados porque tienen un sólo giro y ya no garantizan ni la economía ni en el espacio de convivencia".

Noticia de Enrique Esparza publicada por el periódico El Informador <http://www.informador.com.mx/jalisco/2013/456414/6/relatan-problematICA-del-mercado-obreros-de-cananea.htm>

## **2.2 Elaboración del enfoque teórico para enfocar la intervención en el problema.**

No se tomó ninguna base teórica, fue investigación de campo únicamente.

## **Capítulo III. Diseño de propuesta de mejora.**

### **3.1 Enunciado del proyecto. Descripción de lo que se quiere hacer.**

#### **Objetivo Principal**

Realizar un diagnóstico sobre la situación actual de los mercados municipales de Zapopan, evaluando la posibilidad de una restructuración de los mismos.

#### **Objetivos Específicos**

- Evaluar el estado físico en el que se encuentra el mercado
- Identificar la opinión de los locatarios en los mercados
- Identificar la opinión de los clientes de los mercados

#### **Estado del mercado**

- Infraestructura
- Número de botes de basura
- Nivel de limpieza general
- ¿Cuántos años tiene el mercado en existencia?
- ¿Cuántas remodelaciones ha tenido el mercado?
- Número de lotes de estacionamiento
- Nivel de seguridad de la zona del mercado
- Establecimiento que atraigan gente al lugar
- Nivel de limpieza de los baños
- Estado de la fachada y sus alrededores
- Nivel socioeconómico de la zona
- Número de locales

Comerciantes y Consumidores

### 3.2 Descripción de cómo se quiere hacer (metodología).

El procedimiento que tomamos fue antes de seleccionar los 3 mercados analizados, fue visitar todos los mercados de Zapopan para ver cuáles eran los que necesitaban más ayuda del Ayuntamiento.

A partir de ese punto, nos enfocamos en hacer un estudio de campo en Tesistan, San Isidro y Francisco Cerda. Realizamos 210 encuestas a consumidores y 31 a locatarios en total por los 3 mercados. La muestra que se usó para sacar el número de encuestas fue infinita con un nivel de confianza del 90% y un índice de error del 5%.

La razón por la que solamente fueron 31 encuestas a locatarios fue porque la mayoría de los locales en Francisco Sarabia, estaban cerrados o desocupados.

Las herramientas que usamos fueron: encuestas, observación, mystery shopper en el caso de los tianguis y comercio informal.

### 3.3 Cronograma o plan de trabajo.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
Actividades	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Definir criterios de evaluacion																
Visita a todos los mercados																
Seleccion de cada mercado																
Investigacion de campo																
Analisis de resultados																

#### Recursos:

- Humanos, cooperación de todos los integrantes del equipo para la recolección de datos.
- Materiales: encuestas.
- Económicos: considerado el transporte a cada mercado.
- Tecnológicos: computadora y programas de Microsoft Office.
- Tiempos: la investigación fue realizada en tiempo extracurricular.

Las fechas de reuniones eran generalmente durante los fines de semana para poder ir a un mercado en específico. Y las asesorías con el líder fueron semanales como también cualquier duda o aclaración nos comunicábamos electrónicamente.

## Capítulo IV. Desarrollo de propuesta de mejora.

### 4.1 Descripción y evidencias de las actividades realizadas.

#### Formato encuesta consumidores

Qué tal buen día somos estudiantes de la Universidad ITESO y estamos realizando un estudio para ayudar al Ayuntamiento de Zapopan a mejorar algunos de sus mercados municipales, me podría ayudar contestando unas breves preguntas. Gracias.

PG1 ¿En dónde haces las compras del hogar?	PG2 ¿Por qué?	PG3 ¿Qué productos?
Supermercado		
Tienda de Abarrotes		
Conveniencia		
Mercado Municipal		
Tianguis		

Respuestas PG2

- a) Costumbre
- b) Precio
- c) Variedad
- d) Ubicación
- e) Calidad
- f) Servicio
- g) Seguridad

4. ¿Con qué frecuencia realizas las compras de productos para el hogar? a) \_\_\_\_\_

5. ¿Aproximadamente cuanto gastas en cada visita? a) \$ \_\_\_\_\_

6. ¿Compras productos en mercados municipales? a) Si b) No., ¿Por qué?

7. ¿Qué Ventajas encuentras?	7.1 ¿Qué Desventajas encuentras?
a)	a)
b)	b)
c)	c)

7. ¿Has comprado en este mercado \_\_\_\_\_? a) Si b) No

8. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

Genero a) Masculino b) Femenino, Edad \_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU TIEMPO

### Formato encuesta locatarios

Qué tal buen día somos estudiantes de la Universidad ITESO y estamos realizando un estudio para ayudar al Ayuntamiento de Zapopan a mejorar algunos de sus mercados municipales, me podría ayudar contestando unas breves preguntas. Gracias.

PG1 Del 1 al 10 siendo 1 la calificación más baja y 10 la más alta. ¿Cómo calificas en general al Mercado Municipal? \_\_\_\_\_

PG2. ¿Consideras que la administración del mercado es buena? a. Si b. No

PG. 2.1- ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Cómo calificas las siguientes condiciones del mercado?

Pg3 Limpieza	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Pg4 Seguridad	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Pg5 Publicidad	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Pg6 Ventas	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Pg7 Mantenimiento	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Pg8 Afluencia gente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Pg9 Instalaciones	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo

PG 10 ¿Consideras que el Ayuntamiento cuida bien del Mercado Municipal? a. Si b. No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

PG11 Si pudieras cambiar algunas cosas en el Mercado Municipal ¿cuáles serían?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



PG12 ¿Qué situaciones a tu consideración afectan más a tu negocio dentro del Mercado?

---

---

Por tu atención GRACIAS

### FOTOS MERCADO FRANCISCO SARABIA



FOTOS MERCADO SAN ISIDRO



FOTOS MERCADO TESISTAN



FOTOS OTROS MERCADOS DE ZAPOPAN



## **Capítulo V. Resultados y productos.**

### **5.1 Resultados alcanzados y productos obtenidos**

#### **ANALISIS DE LAS ENCUESTAS A LOCATARIOS DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE ZAPOPAN**

##### Introducción

A continuación se presentan los análisis después del vaciado de las encuestas que se aplicaron a los locatarios de los mercados municipales de Zapopan que fueron previamente pre estudiados en donde se determinó encuestar los mercados de Tesistan, Francisco Sarabia y San Isidro ejidal.

En el presente análisis se mostrarán resultados cuantitativos ya que la encuesta a locatarios fue diseñada de una manera cuantitativa y cualitativa sin embargo de las menciones cualitativas se tomaron distintos aspectos a consideración dependiendo la variedad de respuestas y la repetición de las mismas generando esta manera un sistema de repeticiones cuantitativo/cualitativo teniendo los datos duros y datos de profundidad.

##### Nota importante

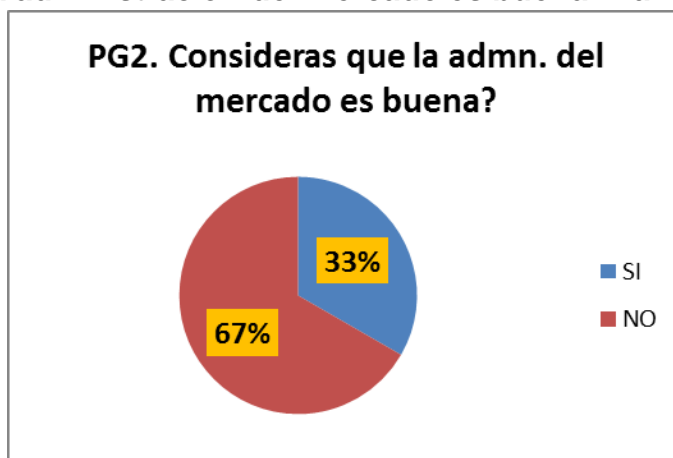
Es importante mencionar que este estudio es un estudio de percepciones de los locatarios de los diferentes mercados municipales de Zapopan, por ello mucha de la información que se obtendrá deberá ser reevaluada por un experto en la materia dependiendo del área de la información que se recabe, tales son como las instalaciones, el mantenimiento, la administración, la seguridad y muchos otros factores que intervienen entre el locatario, cliente y entorno del mercado municipal interno y externo y cómo estos factores mejoran o debilitan la percepción de los locatarios específicamente para este estudio.

## ANALISIS DEL MERCADO DE FRANCISCO SARABIA

1. Del 1 al 10 siendo 1 la calificación más baja y 10 la más alta. ¿Cómo calificas en general al Mercado Municipal?

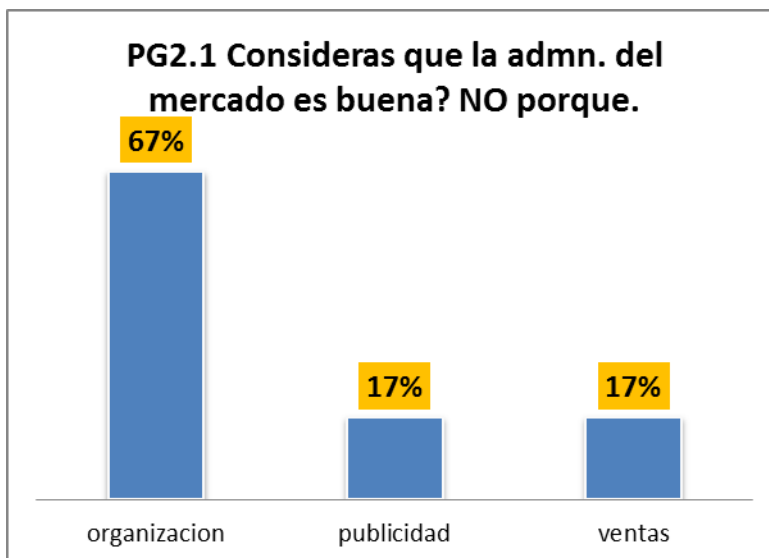
PROMEDIO GENERAL: 6.33

2. ¿Consideras que la administración del mercado es buena? a. Si b. No



La mayoría de los encuestados consideraron que la administración del mercado municipal de Francisco Sarabia, "NO" es buena.

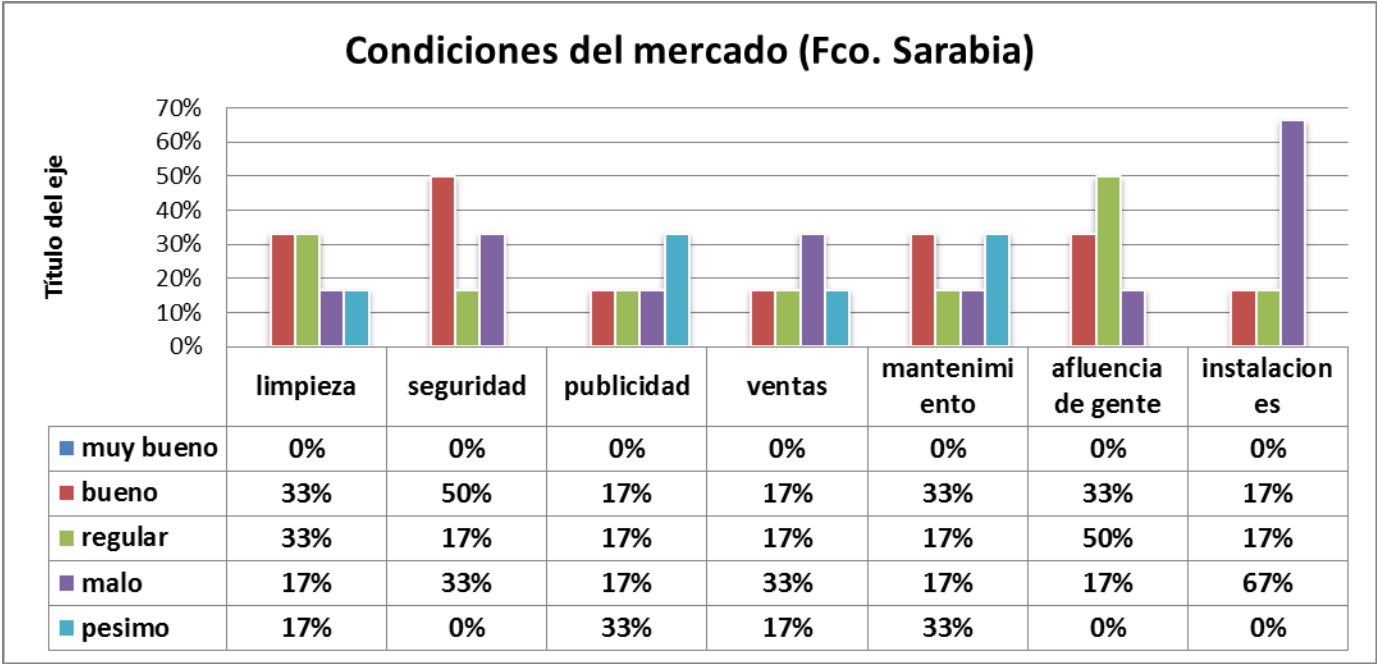
2.1- ¿Por qué?



Después de comentar que la administración NO es buena, los locatarios nos comentaron que los principales factores por los que la administración no era buena era por la organización del mercado municipal en su entorno administrativo, seguido con la misma cantidad de

menciones publicidad y ventas. Donde creemos que la publicidad serviría, sin embargo primero es necesario invertir a nivel global en el mercado ya que desde las instalaciones hasta el entorno del mercado municipal son desfavorables para incentivar a la gente a la compra sin una estrategia que englobe hacia dónde va el mercado municipal y qué cambios se deben efectuar de fondo. Es necesario reevaluar la organización administrativa y hacia dónde se destinan los recursos del mercado municipal.

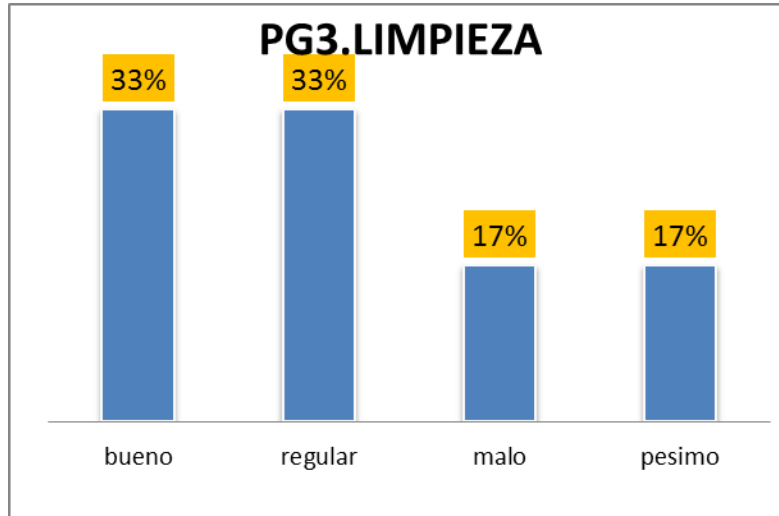
**¿Cómo calificas las siguientes condiciones del mercado?**



En esta gráfica se muestra el cruce de la información entre las variables de las condiciones del mercado municipal Francisco Sarabia, donde podemos observar de izquierda a derecha como la limpieza es regular pero no mala, seguido de la seguridad donde las personas mencionaron que era regular sin embargo el siguiente la publicidad fue pésimo, las ventas también se encuentran mal dentro de la percepción del consumidor, el mantenimiento estuvo dividido por lo que se recomienda analizarlo con un experto asimismo aprovechar que en esta pregunta ya se conoce las percepciones de los locatarios y tomar decisiones respecto a ello. La afluencia de gente es buena sin embargo las instalaciones salieron muy bajas en calificación.

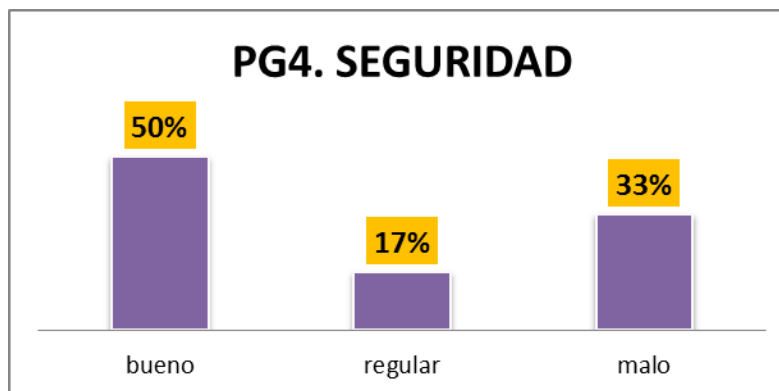
A continuación se presenta una perspectiva individual de cada uno de los temas de condiciones del mercado para un análisis más profundo.

### 3. Limpieza



El 33% de los locatarios consideró que la limpieza era buena y otro 33% consideró que era regular seguido de un 17% que dijo que era mala asimismo por otro 17% que comentó que era pésima.

### 4. Seguridad

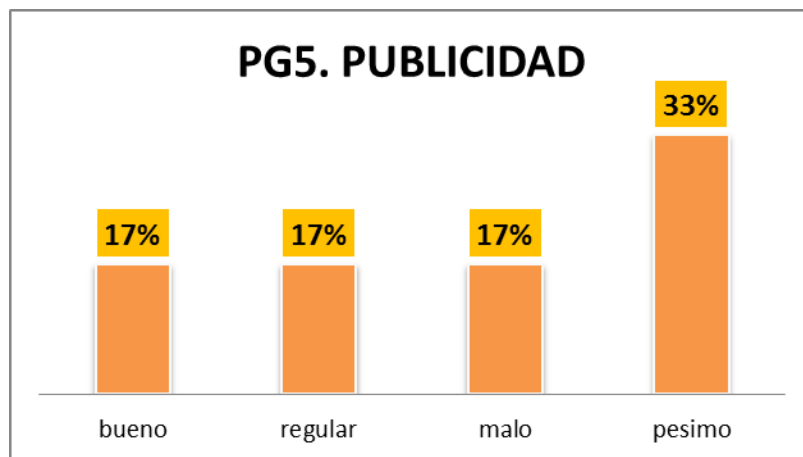


El 50% de las personas comentó que la seguridad era buena seguido de un 33% que comentó que era mala y un 17% regular.

## Recomendaciones

Creemos que es necesario generar un estudio de datos demográficos de la seguridad en la zona, asaltos, robos a mano armada, robo de vehículos, secuestros y todo lo que tenga que ver con la seguridad de un ciudadano evaluando de esta manera si es realmente segura la zona o no lo es y de esa manera cruzar estos datos con las opiniones actuales levantadas en este estudio de mercado una vez se conozcan estos datos puede generarse una campaña publicitaria para culturizar a los ciudadanos respecto a el veredicto de este estudio demográfico y la necesidad inmediata para apoyar al Mercado municipal y ciudadanos de esta zona.

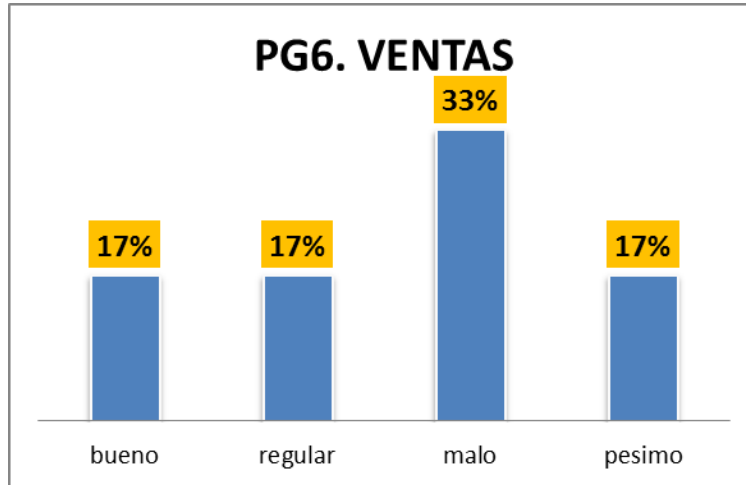
## 5. Publicidad



Los locatarios consideraron que la publicidad era pésima con un 33% seguido con 17% bueno asimismo con 17% regular y malo con 17% también.

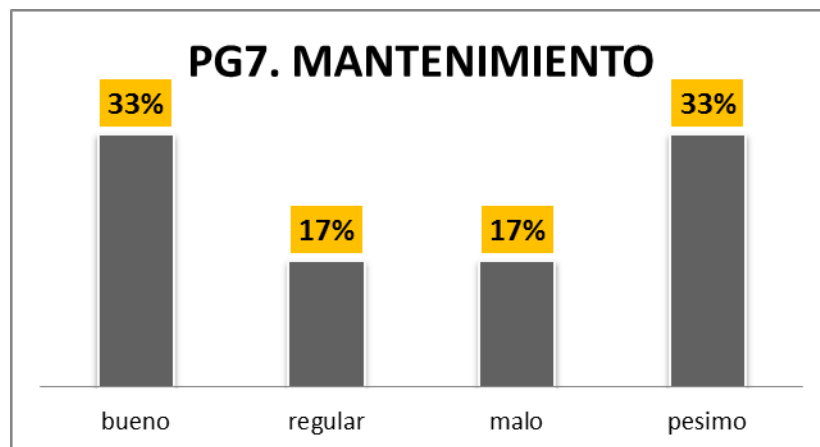


## 6. Ventas



Los locatarios comentaron que las ventas eran malas teniendo un 33% siendo la opción preferida, seguido con un 17% e igualados bueno, regular, y pésimo.

## 7. Mantenimiento

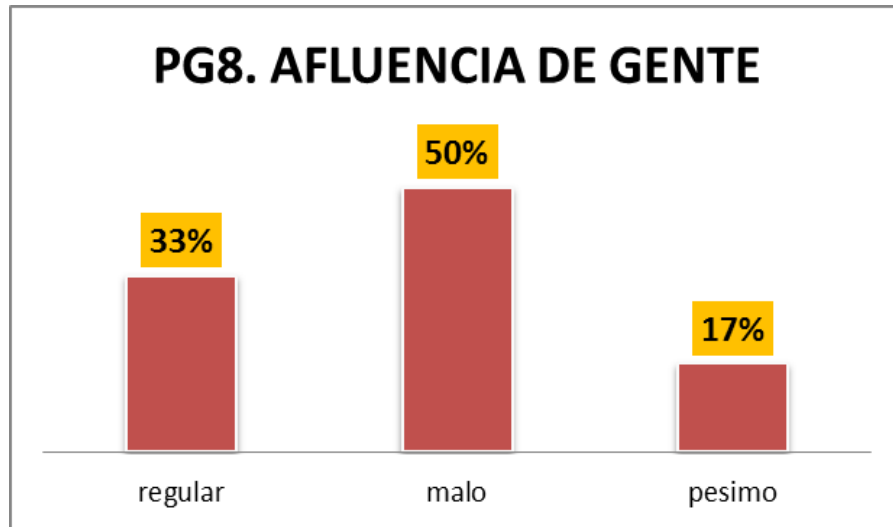


33% de las personas consideró que el mantenimiento era bueno asimismo otro 33% comentó que era pésimo seguido de 17% regular y 17% malo.

Recomendaciones:

Consideramos que es necesario evaluar las instalaciones del mercado municipal físicamente por un experto ya que la pregunta número siete de mantenimiento quedó inconclusa, sin embargo los encuestadores notaron que las instalaciones se ven en un estado regular a malo por ello es necesario reevaluar la situación del mantenimiento del Mercado también creemos que esto es una solución de bajo costo a cualquier problema futuro en cuanto a las instalaciones del Mercado.

## 8. Afluencia de gente

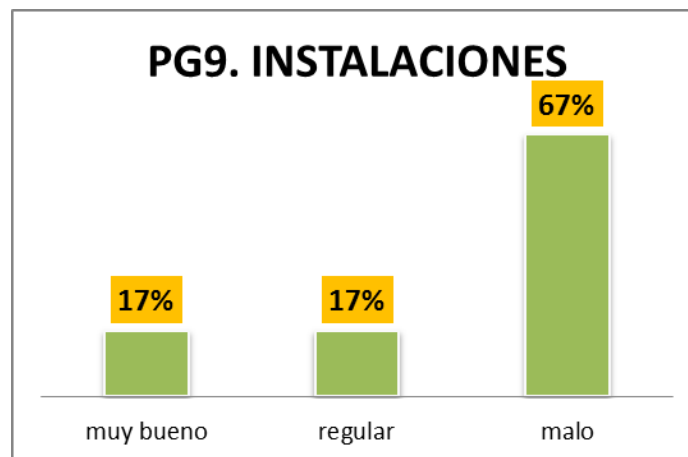


En cuanto afluencia de gente las personas contestaron 50% en las menciones que era mala seguido por un 33% que dijeron que la afluencia de gente es regular y un 17% que mencionaron que la afluencia de gente es pésima.

Recomendación:

Como mencionamos anteriormente los locatarios consideran que el flujo de gente del mercado municipal es malo así mismo cuando se les preguntó ¿porque consideraban que es malo? La gente respondió que desde que instalaron el techo de lámina las ventas han bajado y que eso se debía a que ahora parece bodega y no un mercado municipal, sin embargo esto es la opinión del locatario quizá habría que profundizar más en esta pregunta número ocho con un estudio posterior enfocado en la afluencia de gente y los motivos por los cuales está ha bajado.

## 9. Instalaciones

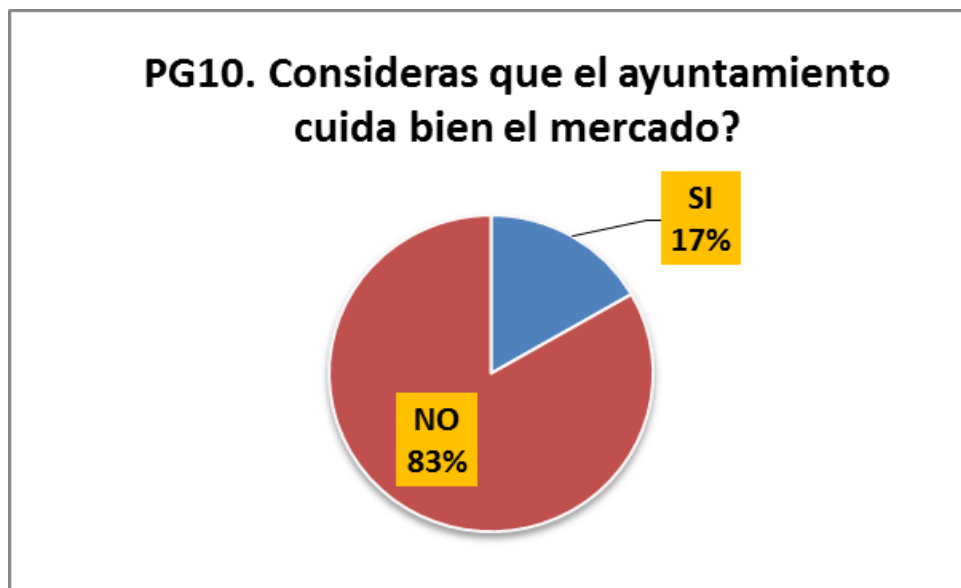


67% de las personas encuestadas comentó que las instalaciones están en mal estado seguido por un 17% que comentó que era regular y 17% que era muy bueno.

Recomendaciones:

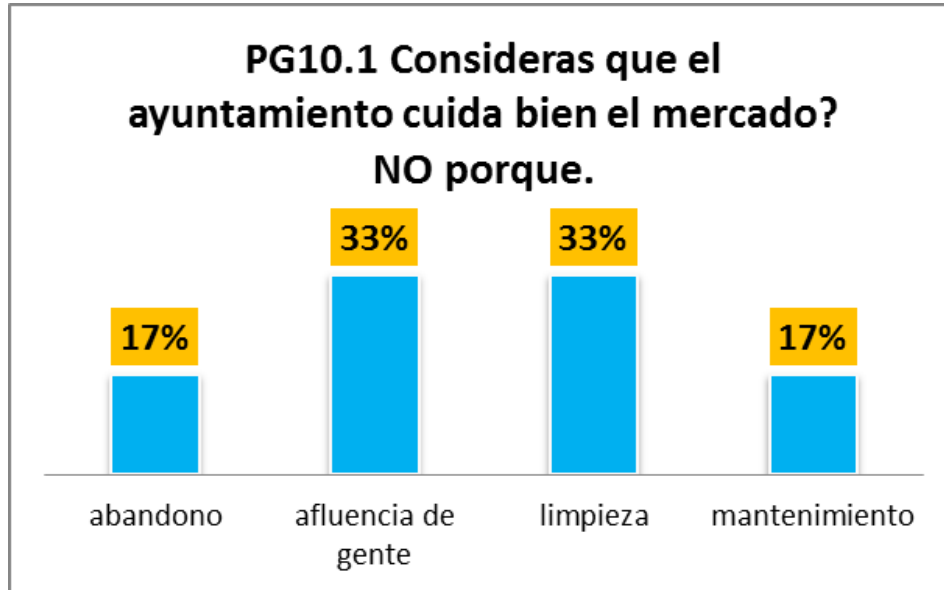
La mayoría de los encuestados consideran que las instalaciones son malas si recordamos la pregunta número siete respecto al mantenimiento la cual fue inconclusa en esta pregunta número nueve de instalaciones podemos concluir que efectivamente las instalaciones están mal quizá por la falta de mantenimiento preventivo o nulo mantenimiento habrá que evaluar físicamente las instalaciones para determinar con certeza esta información.

**10. ¿Consideras que el Ayuntamiento cuida bien del Mercado Municipal? a. Si b. No**



Los locatarios consideran que el ayuntamiento no le presta importancia al mercado municipal.

## 10.1 ¿Porque?

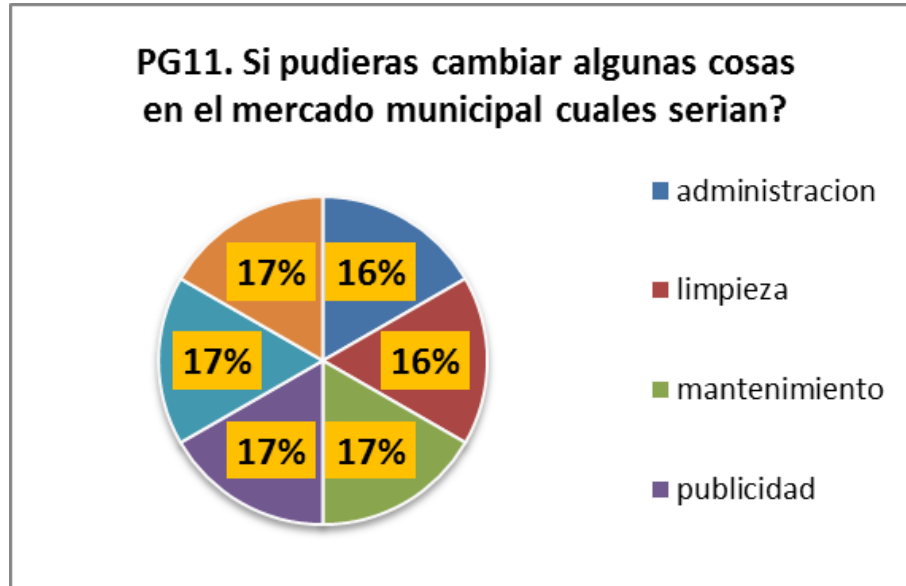


Los locatarios consideraron que el ayuntamiento no cuida bien el mercado ya que éste no tiene afluencia de gente con un 33% de las menciones asimismo 33% para limpieza, seguido de mantenimiento y abandono ambas con 17% de las menciones dando un total del 100% de menciones.

Recomendación:

Los locatarios consideraron que la administración tiene abandonadas las instalaciones con falta de mantenimiento y limpieza, como se mencionó anteriormente creemos que falta una organización administrativa más formal en el mercado municipal, de esta manera se corregirán varios errores de fondo de este mercado generarán estrategias y por ende la afluencia de gente mejora sin embargo este proceso debe ser un proyecto a reestructurar la administración y organización del mercado tomando en cuenta los aspectos de limpieza, mantenimiento, seguridad, publicidad, instalaciones para poder esperar un resultado a mediano plazo.

## 11. Si pudieras cambiar algunas cosas en el Mercado Municipal ¿cuáles serían?

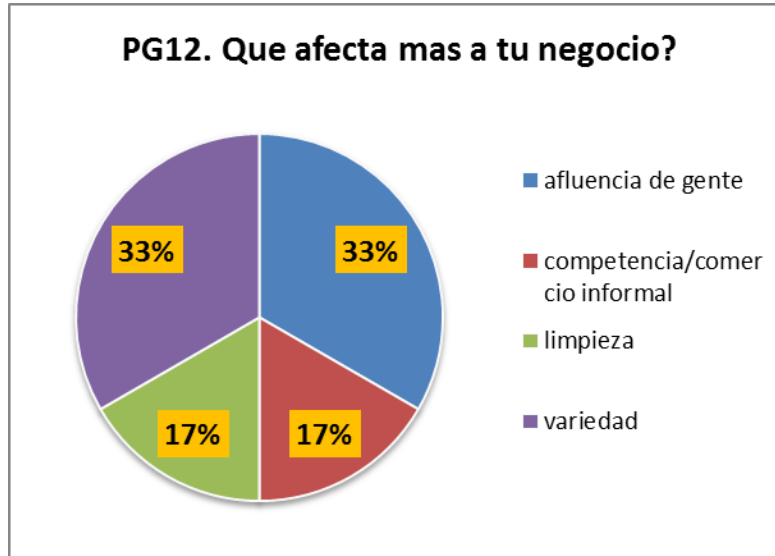


Esta pregunta no es concluyente ya que todas las menciones fueron divididas por partes casi iguales por ello creemos que es importante mencionar las todas:

- Administración
- Limpieza
- Mantenimiento
- Publicidad

son áreas determinantes para el mercado municipal y los locatarios por ello creemos que es importante tomar en cuenta como factor fundamental estas cuatro referencias y trabajar en conjunto para mejorar las de esta manera se mejorará la percepción de los locatarios respecto al gobierno y administración del mercado municipal.

## 12. ¿Qué situaciones a tu consideración afectan más a tu negocio dentro del Mercado?



El 33% de las personas consideraron que la baja afluencia de gente afectada su negocio asimismo de la variedad de locales con 33% seguido de la limpieza en un 17% y variedad también con 17%.

### ANALISIS DEL MERCADO DE SAN ISIDRO EJIDAL

#### 1. Del 1 al 10 siendo 1 la calificación más baja y 10 la más alta. ¿Cómo calificas en general al Mercado Municipal?

PROMEDIO: 7

#### 2. ¿Consideras que la administración del mercado es buena? a. Si b. No

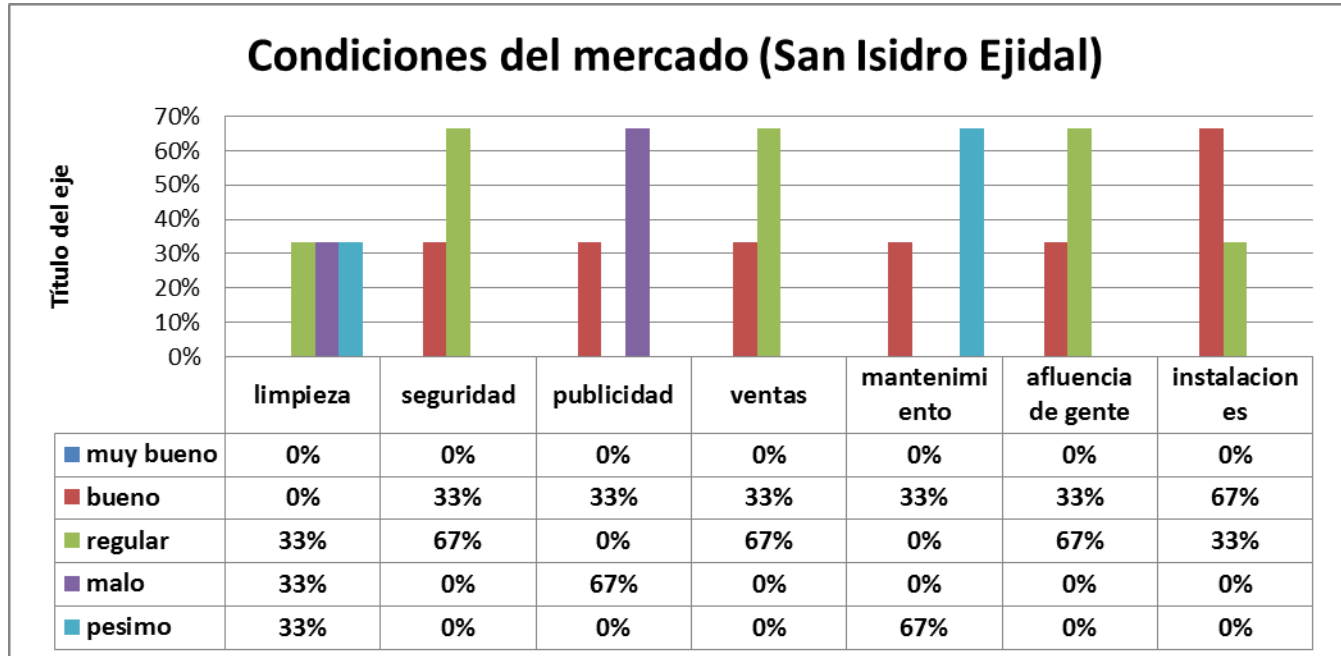
El 100% de las menciones fue "NO".

##### 2.1 ¿Porque?

- Contacto con los locatarios.
- No utilizan bien los recursos.
- Poca presencia y no están al pendiente de los locales.

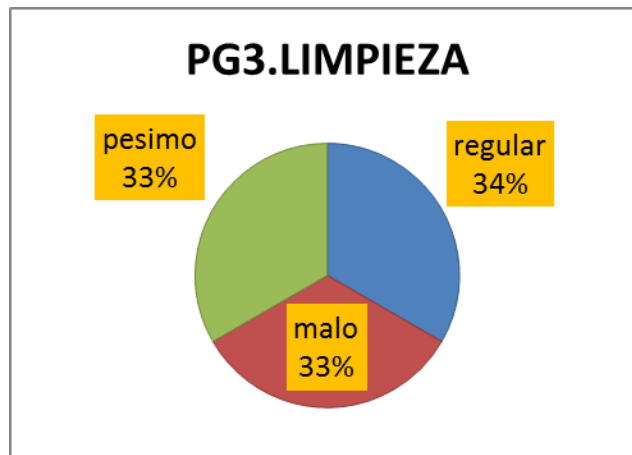
Las 3 menciones anteriores fueron fallas ADMINISTRATIVAS.

## ¿Cómo calificas las siguientes condiciones del mercado?



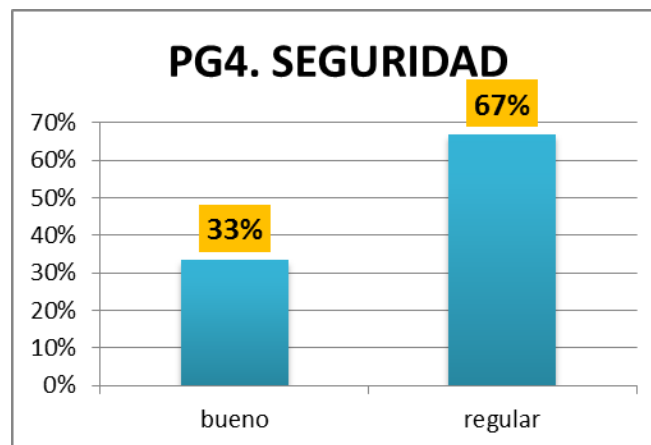
En el mercado de San Isidro ejidal la limpieza fue igualada con 33% las opciones regular, malo, y pésimo, seguido de seguridad con un 67% en la acción regular y 33% que comentó que era bueno como segunda opción, publicidad con un 67% que comentaron que era mala seguido de un 33% que comentó que era buena, las ventas fueron un 67% regular y 33% que comentó que eran buenas, 67% comentó que el mantenimiento a malo es seguido el 33% que comentó que éste era bueno, la afluencia de gente fue un 67% regular y 33% buena y para concluir las instalaciones fueron buenas seguidas de un 33% que comentó que eran regulares.

### 3. Limpieza



A pesar de la poca cantidad de encuestas realizadas en este mercado podemos concluir que la limpieza es regular a muy mala según las opiniones de los locatarios del mercado municipal San Isidro ejidal.

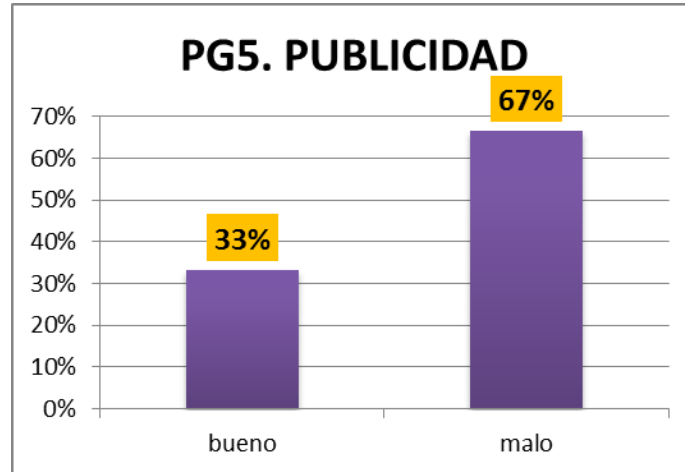
### 4. Seguridad



El 67% de las personas consideraron que la seguridad de regular seguido de un 33% se consideró que era Buena.

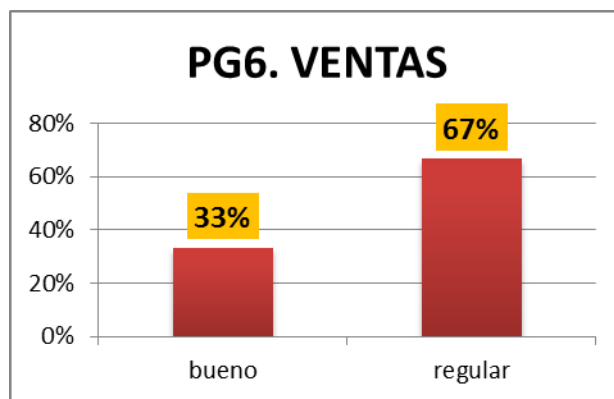


## 5. Publicidad



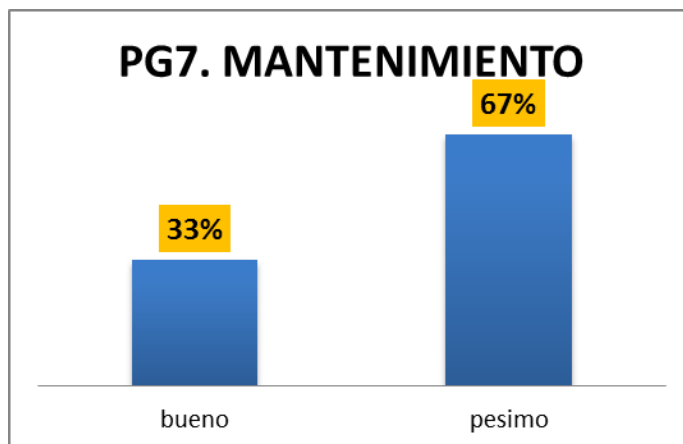
El 67% de los encuestados respondió que la publicidad era mala y el otro 33% restante comentó que era Buena, esta investigación de mercado nos enfoca en la publicidad por ello desconocemos si esta existe o simplemente comentaron que la mala porque es inexistente.

## 6. Ventas



El 67% de los encuestados comentó que las ventas eran regulares contra un 33% que comentaron que eran buenas.

## 7. Mantenimiento

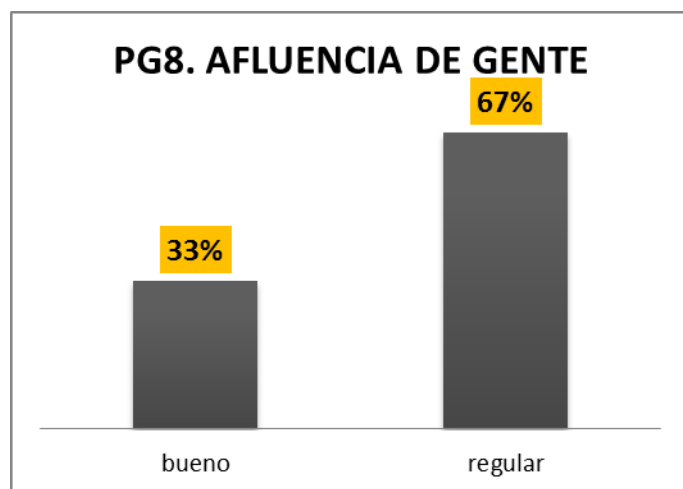


El 67% de los encuestados contestó que el mantenimiento de las instalaciones en el mercado municipal San Isidro ejidal es pésimo y solo el 33% consideró que era bueno.

### Recomendaciones

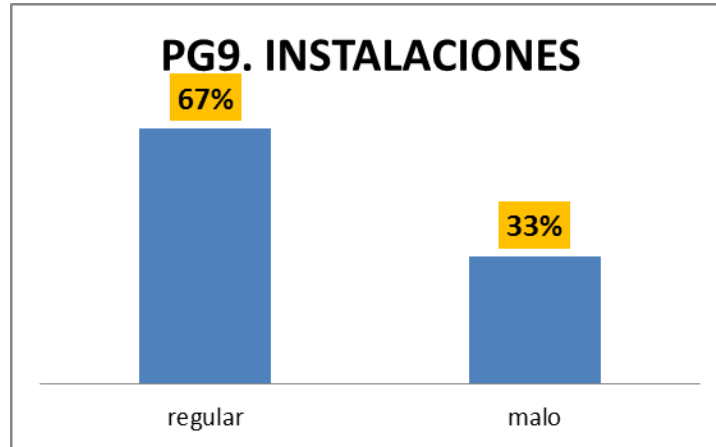
Recomendamos hacer una evaluación física con un experto en el área y evaluar el presupuesto de las instalaciones actuales contra lo óptimo que debería tener el mercado y así generar una estrategia de actualización para el mercado municipal.

## 8. Afluencia de gente



El 67% de los encuestados comentó que la afluencia de gente en el mercado era regular y el otro donde 3% comentó que era bueno.

## 9. Instalaciones



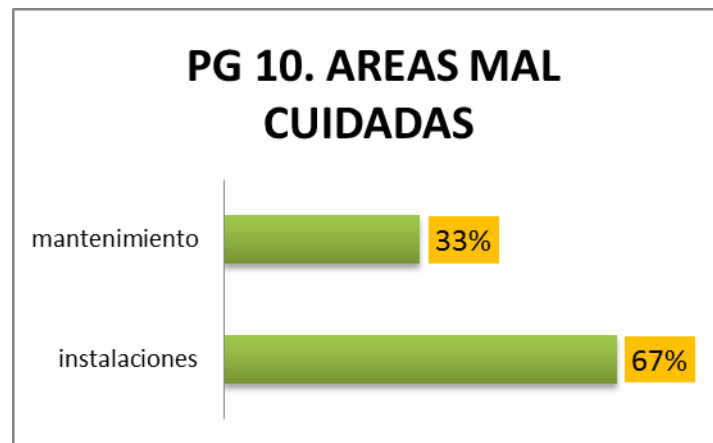
El 67% de los encuestados consideraron que las instalaciones son regulares en su mayoría sin embargo el otro 33% de personas contestó que eran malas.

### Recomendaciones

Se cree que es necesaria una validación física de las instalaciones por un experto en la materia y de esa manera regresar al estudio de mercado y observar la realidad contra la percepción de la realidad del consumidor asimismo de los locatarios como lo es en esta pregunta respecto a instalaciones.

10. ¿Consideras que el Ayuntamiento cuida bien del Mercado Municipal? a. Si b. No  
El 100% de los encuestados contestaron "NO".

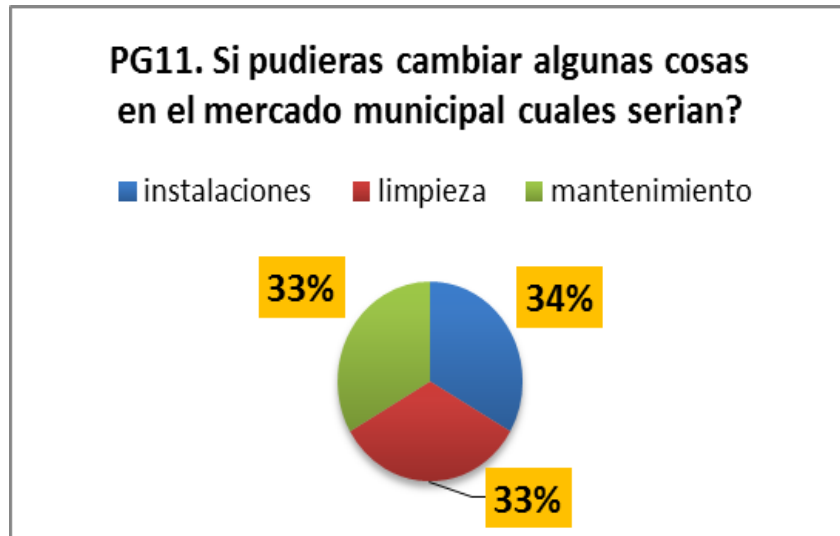
### 10.1 ¿Porque?



Después de preguntarles ¿cómo consideran que el ayuntamiento cuida al mercado municipal?

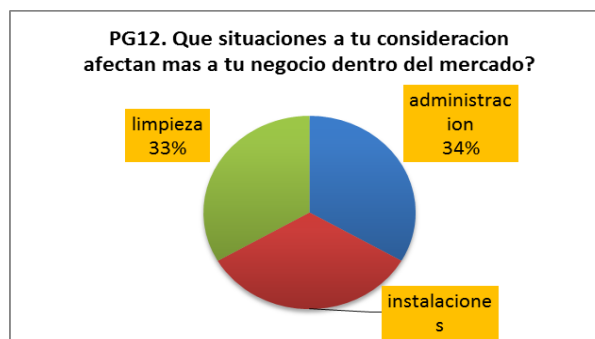
La mayoría de la gente nos contestó que el área de mantenimiento con un 33% y el área de instalaciones con un 67% son las 2 áreas con mayor problema que ellos perciben en el mercado municipal San Isidro ejidal.

### 11. Si pudieras cambiar algunas cosas en el Mercado Municipal ¿cuáles serían?



Por mismas cantidades de mención las personas consideraron que ellos cambiarían nuevamente las instalaciones y mantenimiento que han sido muy recurrentes en este mercado municipal de San Isidro ejidal agregándole la limpieza como otro pilar fundamental para cambiar la percepción de los locatarios en este mercado.

### 12. ¿Qué situaciones a tu consideración afectan más a tu negocio dentro del Mercado?



La gente considera que las situaciones que más afectan su negocio dentro del mercado son

- Limpieza
- Instalaciones
- Administración

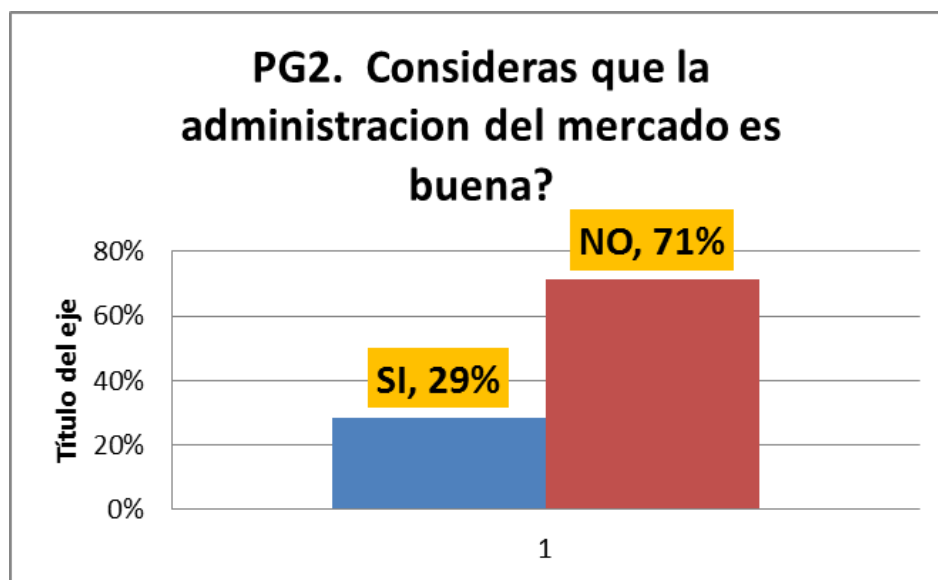
Reincidentemente volvemos a encontrar instalaciones y limpieza corroborando la pregunta 11 y anterior a esta es necesario tomar la importancia a la limpieza, las instalaciones y por supuesto la administración del mercado que muchas veces es generadora de estos factores a los locatarios por la falta de cuidado en estas áreas fundamentales.

## ANALISIS DEL MERCADO DE TESISTAN

1. Del 1 al 10 siendo 1 la calificación más baja y 10 la más alta. ¿Cómo calificas en general al Mercado Municipal?

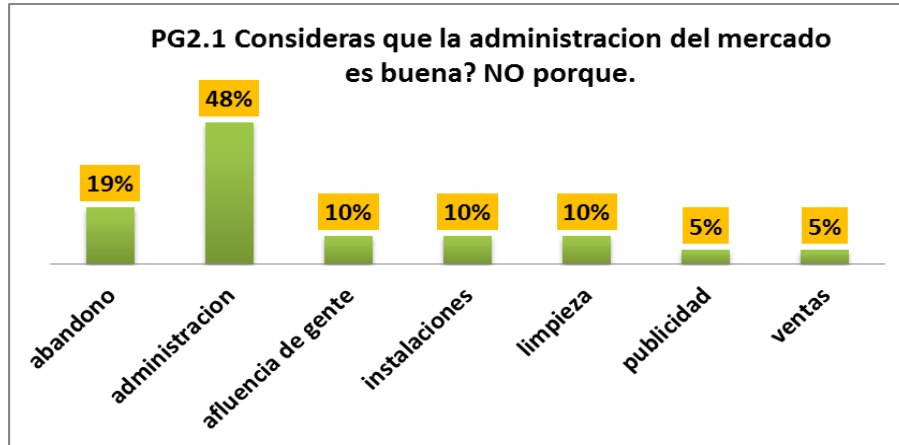
PROMEDIO: **6.19**

2. ¿Consideras que la administración del mercado es buena? a. Si b. No



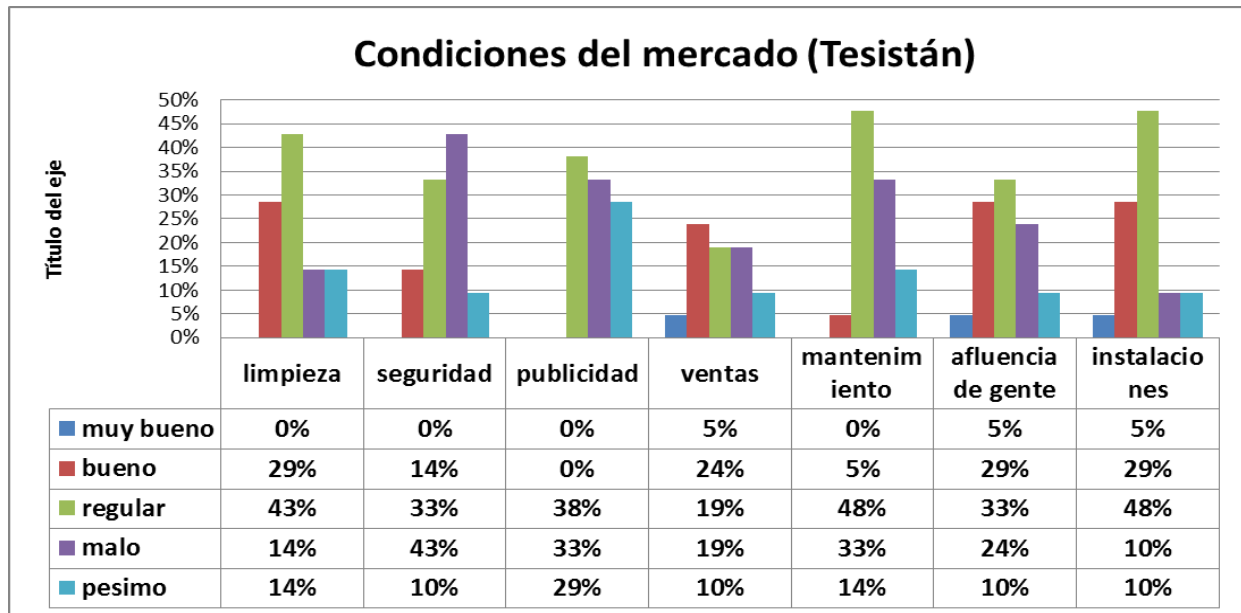
El 71% de los locatarios considero que la administración del mercado no era buena contra un 29% que respondió que sí lo era.

## 2.1 ¿Por qué?



Los locatarios consideraron que la administración del problema con 48% de las menciones seguido de 19% que comentaron que la misma administración tenía en abandono el mercado municipal, seguido de afluencia de gente con un 10%, instalaciones también con 10% y limpieza con 10% no menos importantes publicidad con 5% y ventas también con 5%.

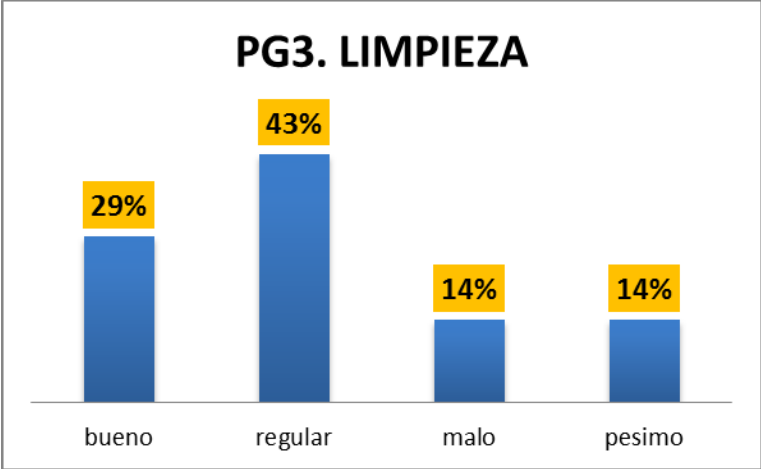
## ¿Cómo calificas las siguientes condiciones del mercado?



Como sepa observar las condiciones del mercado de Tesistán en cuanto a limpieza fueron regulares con un 43% como prevención, la seguridad mala con 43% seguida de 33% la segunda mención, la publicidad se englobó en regular con 38% y 33% como segunda mención en mala la tercera opción fue pésima con 29%, ventas buenas con 24% seguido de

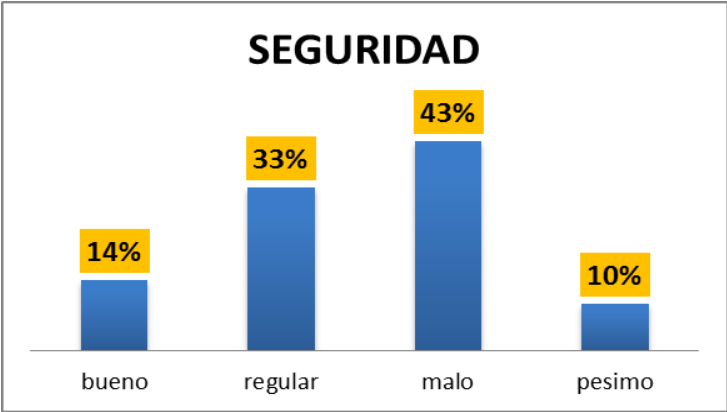
regular y malo ambas con 19%, el mantenimiento quedó en regular con 48% seguido de 33% mala y 14% que comentaron que la pésimo, la afluencia de gente fue de un 29% que consideran que fueron buenos 33% regular como mención más alta y malo con un 24% siendo las percepciones más altas las instalaciones como opción más alta fue 48% como regular seguido de 29% bueno y 10% malo.

### 3. Limpieza



El 43% de las personas consideran que la limpieza del mercado regular sin embargo otro 29% considera que es buena y sólo un 14% considera que es mala seguido de otro 14% que considera que es pésima.

### 4. Seguridad

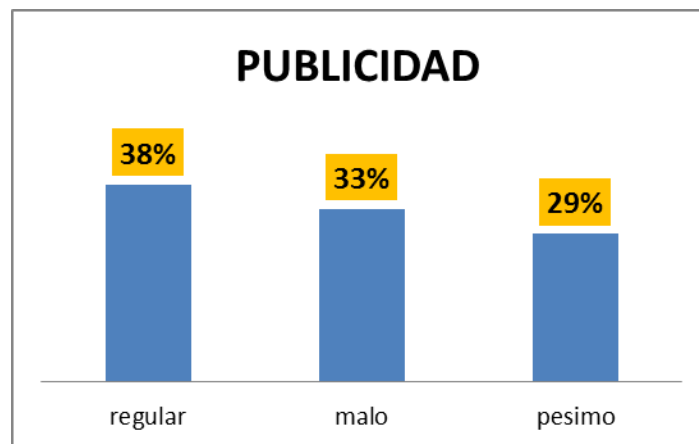


El 43% de las personas encuestadas comentaron que el mercado municipal de Tesistán tiene poca seguridad y ellos la catalogaron como mala, seguido de un 33% predijo que la regular, un 14% que consideró que era buena y en 10% y comentó que era pésima.

## Recomendaciones

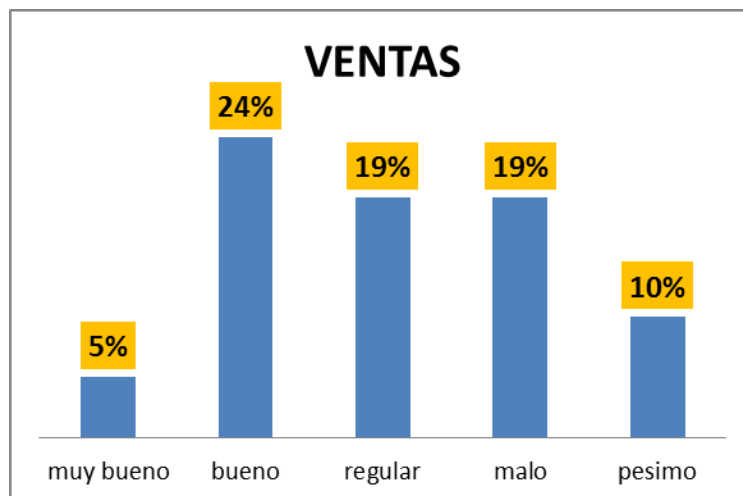
Análisis junto con las autoridades correspondientes acerca de la situación de seguridad que las autoridades consideran que existen en el mercado municipal de Tesistán asimismo junto con esta pregunta numero 4 analizada que tiene que ver con la seguridad del mercado y de esa manera ver lo que realmente está sucediendo fuera del mercado y aprovechando que ya se tiene la percepción interna del mercado hacia la situación planteada.

### 5. Publicidad



38% de los encuestados comentaron que la policía del mercado al Tesistán era regular seguido de un 33% comentó que era malo y un 29% restante que era pésima.

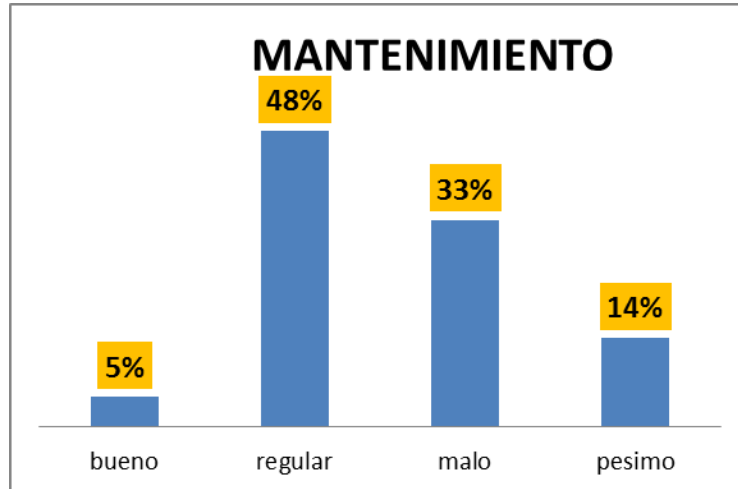
### 6. Ventas



El 24% de los locatarios del mercado municipal de Tesistán consideraron que las ventas son buenas contra un 19% que contestó que eran regulares y otro 19% que eran malas, sólo el 10% contestó que las ventas eran pésimas y también sólo el 5% que eran muy buenas.

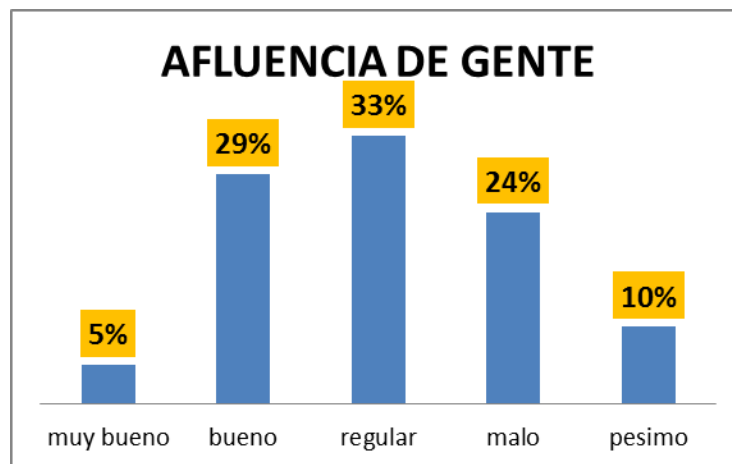


## 7. Mantenimiento



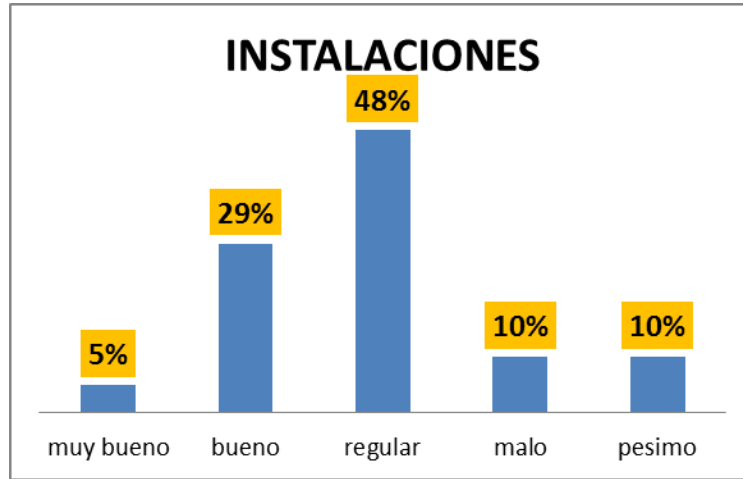
El 48% de los encuestados nos comentaron que creen que el mantenimiento del mercado es regular seguido de un 33% como segunda mención comentándonos que es malo.

## 8. Afluencia de gente



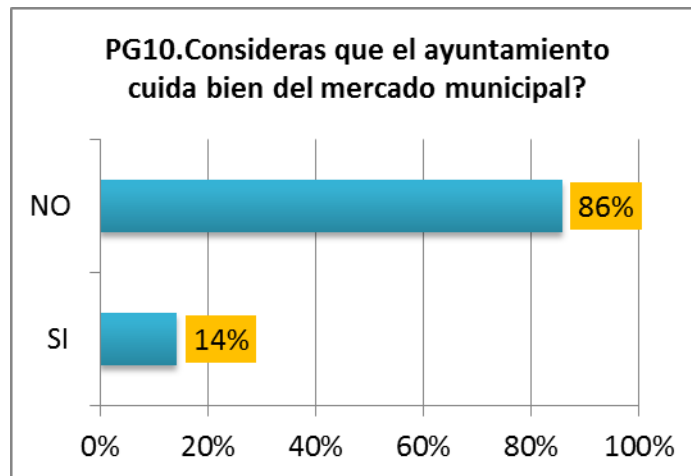
33% de los locatarios respondió que la afluencia de gente la regular seguido de 29% que contestó que era buena y 24% que respondió que era mala seguido los de un 10% y comentó que era pésima y tan sólo un 5% comentó que la afluencia de gente era muy Buena.

## 9. Instalaciones



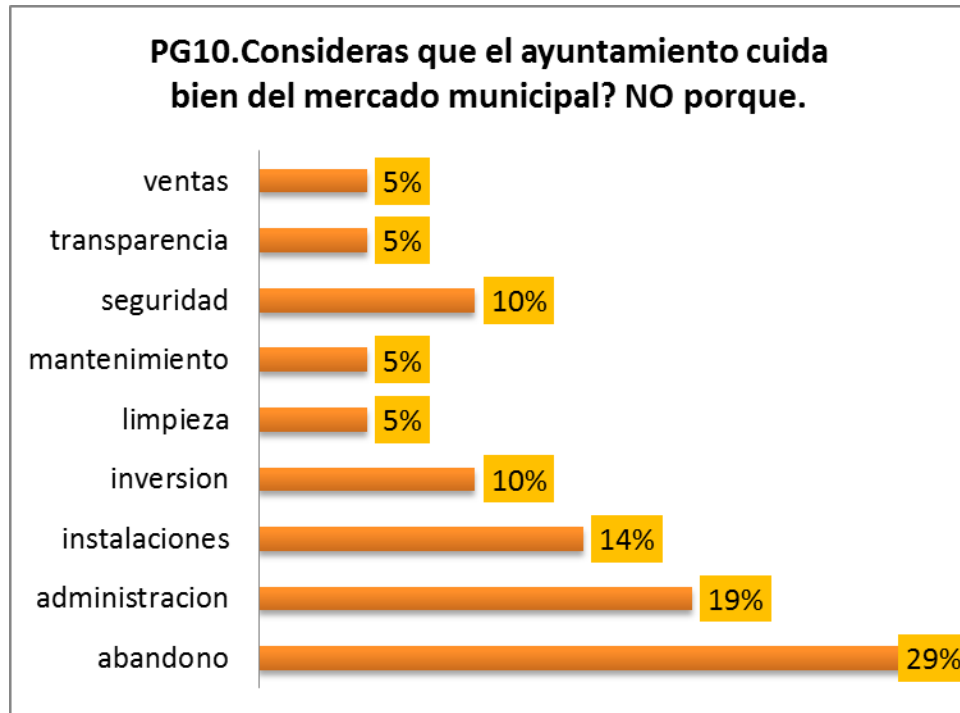
48% de los encuestados comentaron que las instalaciones eran regulares seguidos de un 29% que comentó que eran buenas 10% de las personas comentaron que eran malas con otro 10% que comentó que eran pésimas tan sólo un 5% de las personas comentó que eran muy buenas.

## 10. ¿Consideras que el Ayuntamiento cuida bien del Mercado Municipal? a. Si b. No



El 86% de los encuestados consideraron que el ayuntamiento no cuida bien del mercado municipal contra sólo 14% de los encuestados que consideraban que si cuidan bien del Mercado.

## 10.1 ¿Porque?

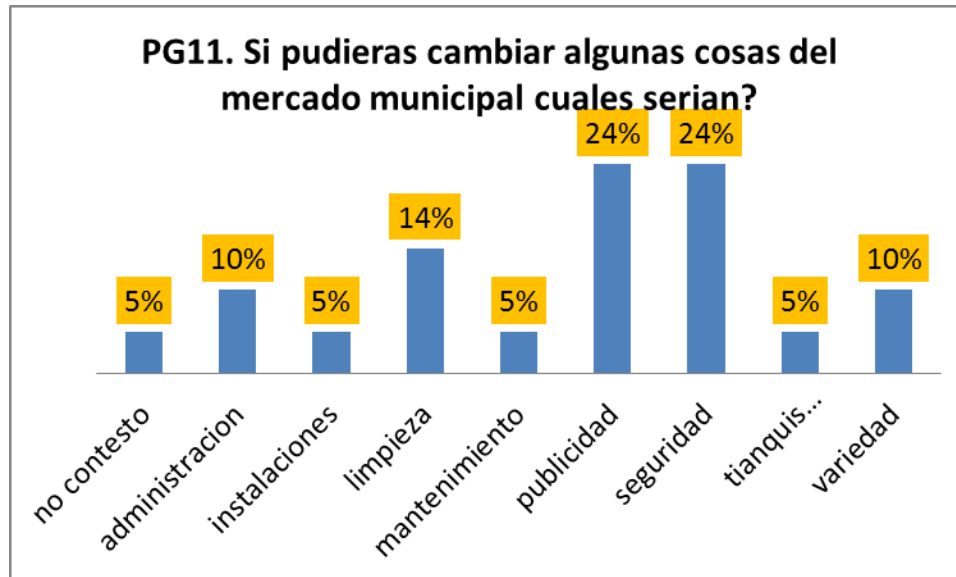


El 21% de las personas comentó que el mercado ha sido abandonado por las autoridades, seguido de un 19% comentó que el problema de la administración, 14% atribuido a las instalaciones y un 10% que considera que requieren de inversión en el Mercado, 5% de limpieza, 5% en mantenimiento seguido de otro 5% en necesidad transparencia en cuanto a logros presupuestos, para finalizar con un 5% de ventas donde la gente considera que el ayuntamiento no los ayuda a mejorar sus ventas.

Del 81% de personas que consideraron que el mercado municipal no está bien cuidado a continuación se presentan las cuatro razones más importantes y a tomar en consideración para los involucrados en el mercado municipal.

- Abandono
- Administración
- Instalaciones
- Seguridad.
- Inversión

## 11. Si pudieras cambiar algunas cosas en el Mercado Municipal ¿cuáles serían?



24% de los encuestados comentaron que cambiar en la publicidad asimismo otro 24% comentó que la seguridad era mala, seguido del 14% en limpieza y 10% que cambiar el administración también comentaron con 10% que era necesaria más variedad locales dentro del mercado, otros comentaron que cambiar en el tianquis encuentra cerca del mercado, y para terminar las instalaciones con un 5% donde solamente 5% de todos los encuestados no contestó.

### Recomendaciones

Los locatarios nos comentaron que cambiarían la publicidad sin embargo nosotros desconocemos qué tipo de publicidad se haga en el mercado municipal de Tesistán por ello quizá quisieron decir que se aumente la cantidad de publicidad o se mejore la que ya existe. También comentaron acerca del tema de seguridad que ha sido reincidente en este análisis del mercado municipal de Tesistán y por ello queremos poner mucho énfasis ya que ha sido algo muy mencionado y creemos que es necesario revisar más a fondo.

## 12. ¿Qué situaciones a tu consideración afectan más a tu negocio dentro del Mercado?



El 33% de los encuestados comentó que las situaciones que nos sacamos un negocio son la competencia formal e informal, seguido de 24% que consideró que la limpieza mala y un 14% que consideró que la fluencia de gente en una situación importante, seguido de 10% que comentó que el estacionamiento era necesario y en ese por ciento que comentó que era necesaria mayor seguridad asimismo y con igual importancia comentaron con un 5% que la publicidad era mala y las ventas eran bajas también con un 5%.

### Recomendaciones

- La situación es que los locatarios creen que afectan más a su negocio son la competencia informal a sí mismo como la competencia duplicada en su propio mercado, y al cliente le afecta la limpieza ya que percibe que los locatarios no cuidan bien su producto y eso es un error.
- Con índices un poco más bajos pero no menos importantes ratificamos la seguridad como un tema importante.
- Los locatarios que me mencionaron el estacionamiento como algo que hace que el mercado venda menos ya que hacen falta lugares sin embargo esta información se debe de chica con la autoridad o experto en el área y re evaluar la situación del estacionamiento.

## Introducción

A continuación se presentan los análisis después del vaciado de las encuestas que se aplicaron a los locatarios de los consumidores que son residentes o compradores de los mercados seleccionados de Zapopan. Donde se determinó encuestar a los residentes de los mercados de Tesistan, Francisco Sarabia y San Isidro Ejidal.

En el presente análisis se mostrarán resultados cuantitativos ya que la encuesta a los consumidores fue diseñada de una manera cuantitativa y cualitativa. Sin embargo, de las menciones cualitativas se tomaron distintos aspectos a consideración dependiendo la variedad de respuestas y la repetición de las mismas generando esta manera un sistema de repeticiones cuantitativo/cualitativo teniendo los datos duros y datos de profundidad.

## Nota

Es importante mencionar que este estudio es un estudio de **percepciones** de los consumidores de productos de los diferentes mercados municipales de Zapopan, por ello mucha de la información que se obtendrá deberá ser reevaluada por un experto en la materia dependiendo del área de la información que se recabe, tales son como las ubicación, costumbre, precio, variedad, servicio, calidad y seguridad. Y otros aspectos que intervienen entre el locatario, cliente y entorno del mercado municipal interno y externo y cómo estos factores mejoran o debilitan la percepción de los consumidores finales.

## Distribución de la muestra

Distribución de la muestra

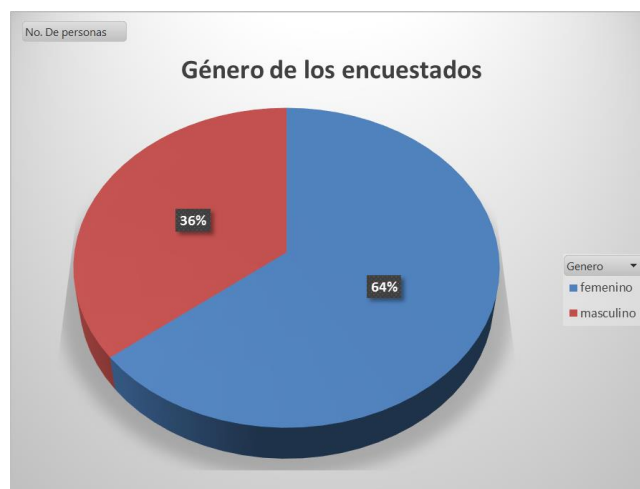
No. Total de encuestas 210

No. De encuestas por mercado 70

Nivel de confianza del estudio 95%

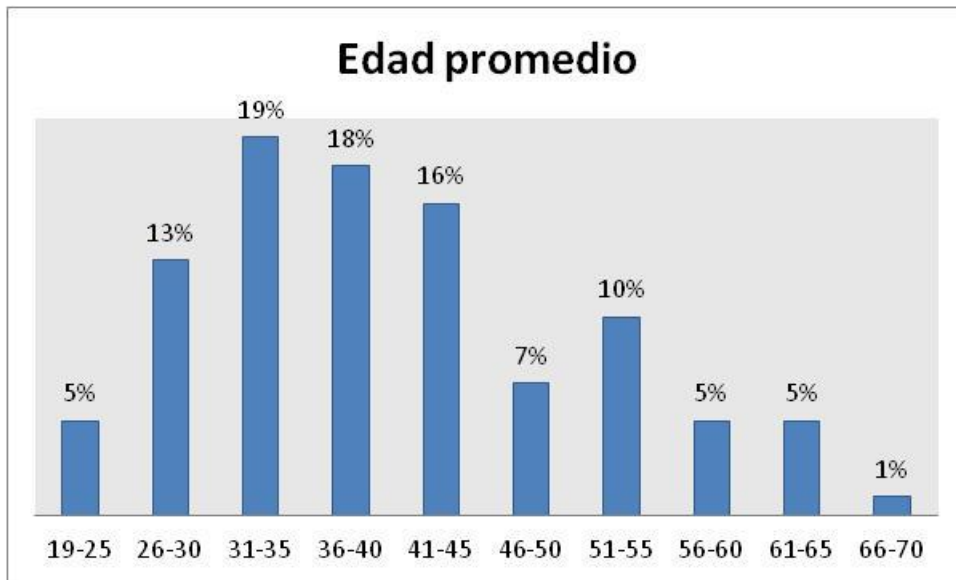
Índice de error del estudio 6.5%

## Género



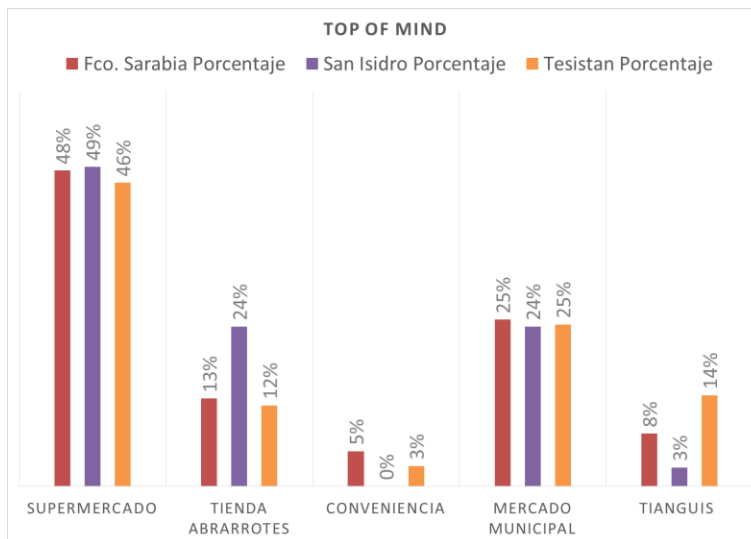
Se decidió encuestar en su mayoría a las mujeres por tener mayor presencia en la zona y en el proceso de compra de productos para el hogar.

### Edades de los encuestados



Se entrevistó a personas de distintas edades, en su mayoría adultos jóvenes. Ya que es el sesgo de edad con mayor número de amas de casa debido a sus hijos con edad temprana.

### Top of mind



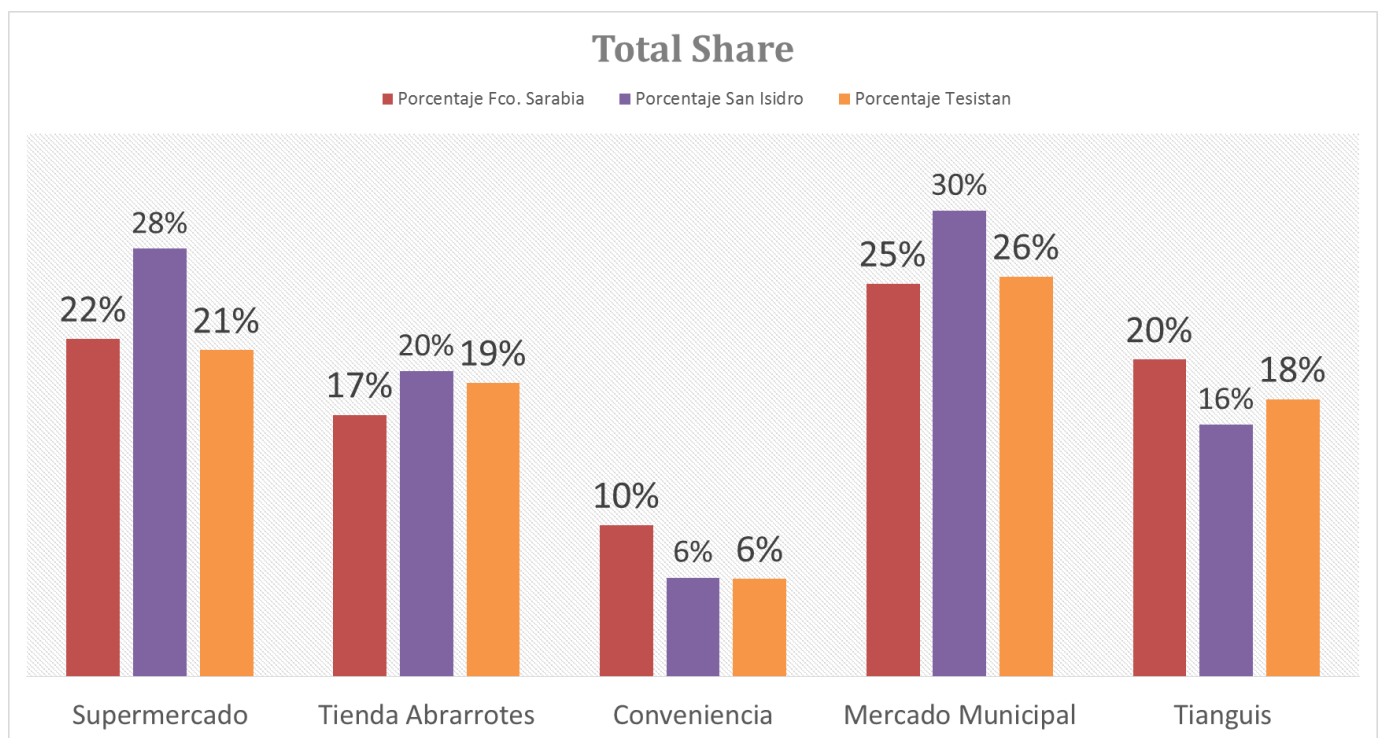
### Top of mind

El Top of Mind es el indicador que revela cuál es el resultado que, cuando le hacen una pregunta específica, se le viene a la mente en primer lugar al mayor porcentaje de personas.

El supermercado resulta ser la primera opción de las personas para realizar las compras del hogar en las tres zonas encuestadas.

Se decidió encuestar en su mayoría a las mujeres por tener mayor presencia en la zona y en el proceso de compra de productos para el hogar.

### Total Share

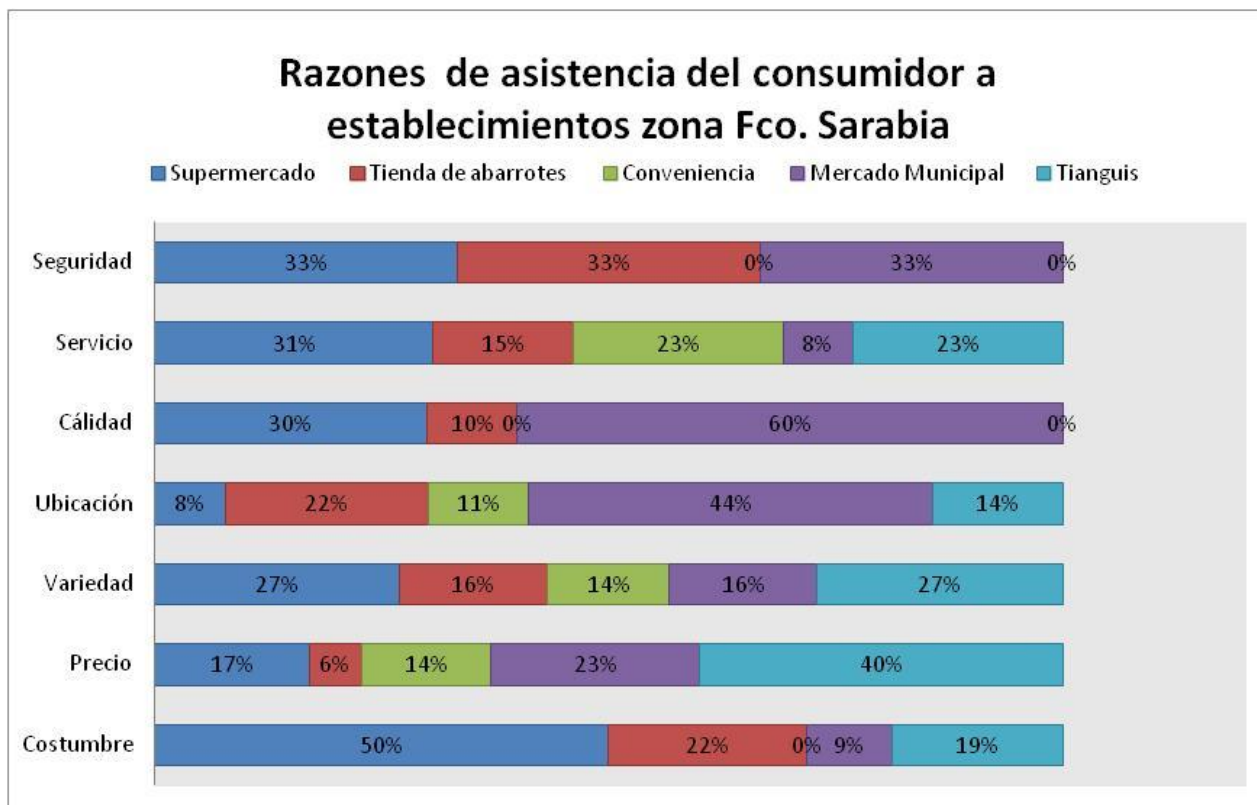


Total share: es el top of mind y share of mind juntos.

Se preguntó cuáles son las 3 principales opciones de establecimientos más visitados para realizar las compras del hogar y se sumaron las respuestas para graficarse como Total Share. El establecimiento más visitado en las tres zonas son los Mercados Municipales a pesar de que no sea lo primero que se les viene a la mente como opción. El consumidor por marca tiende a asistir al supermercado sin embargo para la realización de sus compras diarias asisten al "Mercado Municipal" y esto confirma su importancia dentro de la despensa semanal y mensual para los habitantes de la zona de los mismos.

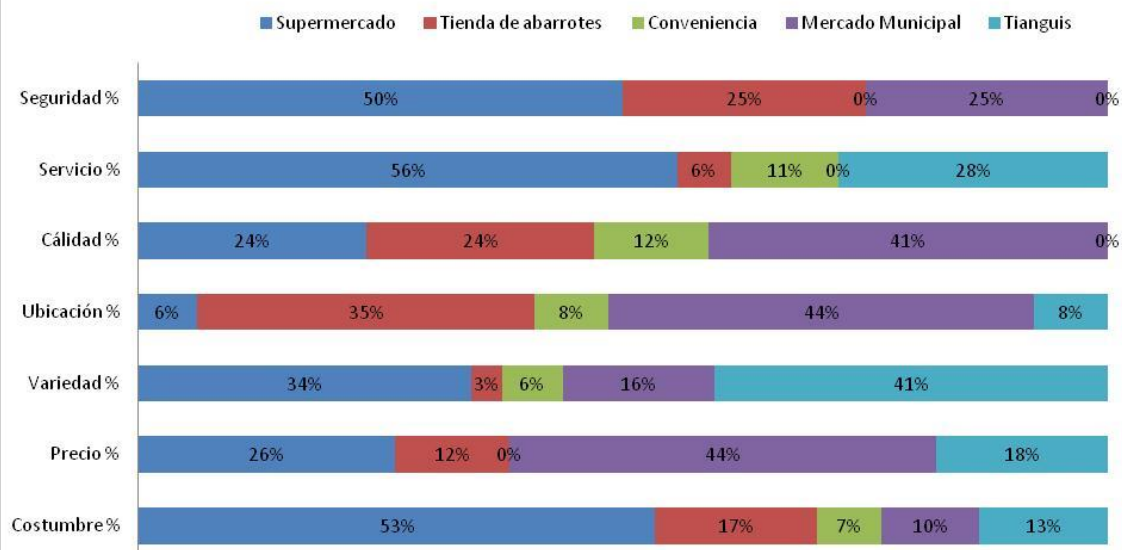


## Razón por la que van a los establecimientos

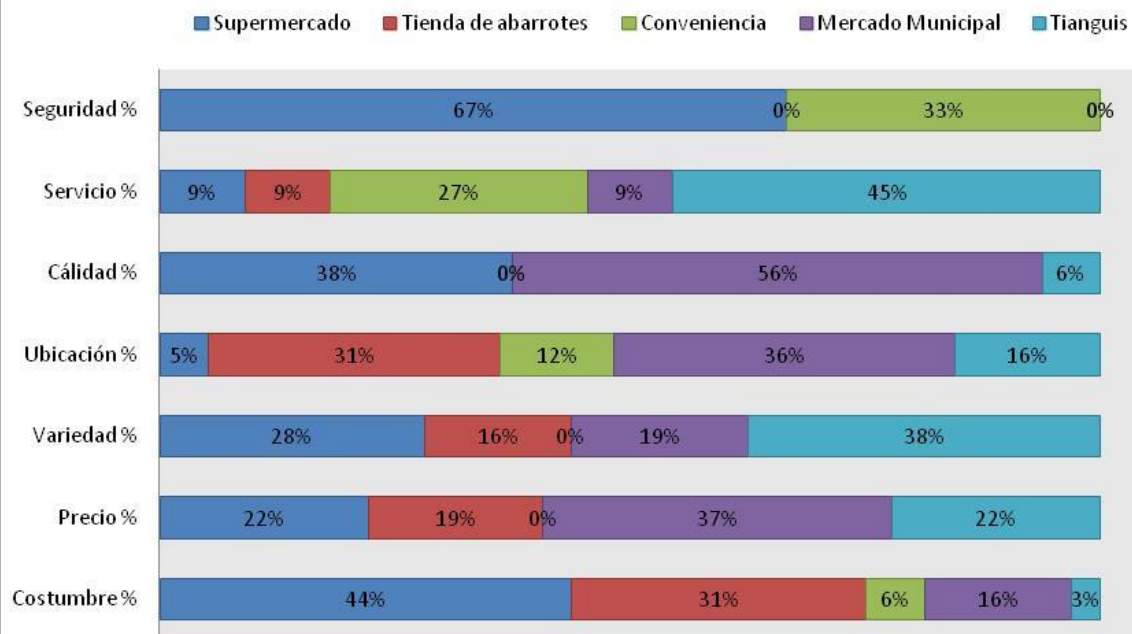


Se analizaron 8 variables para determinar que motiva más a los clientes a ir a cierto establecimiento. Dependiendo del establecimiento cambia el porcentaje de la razón.

### Razones de asistencia del consumidor a establecimientos zona San Isidro



### Razones de asistencia del consumidor a establecimientos zona de Tesistan

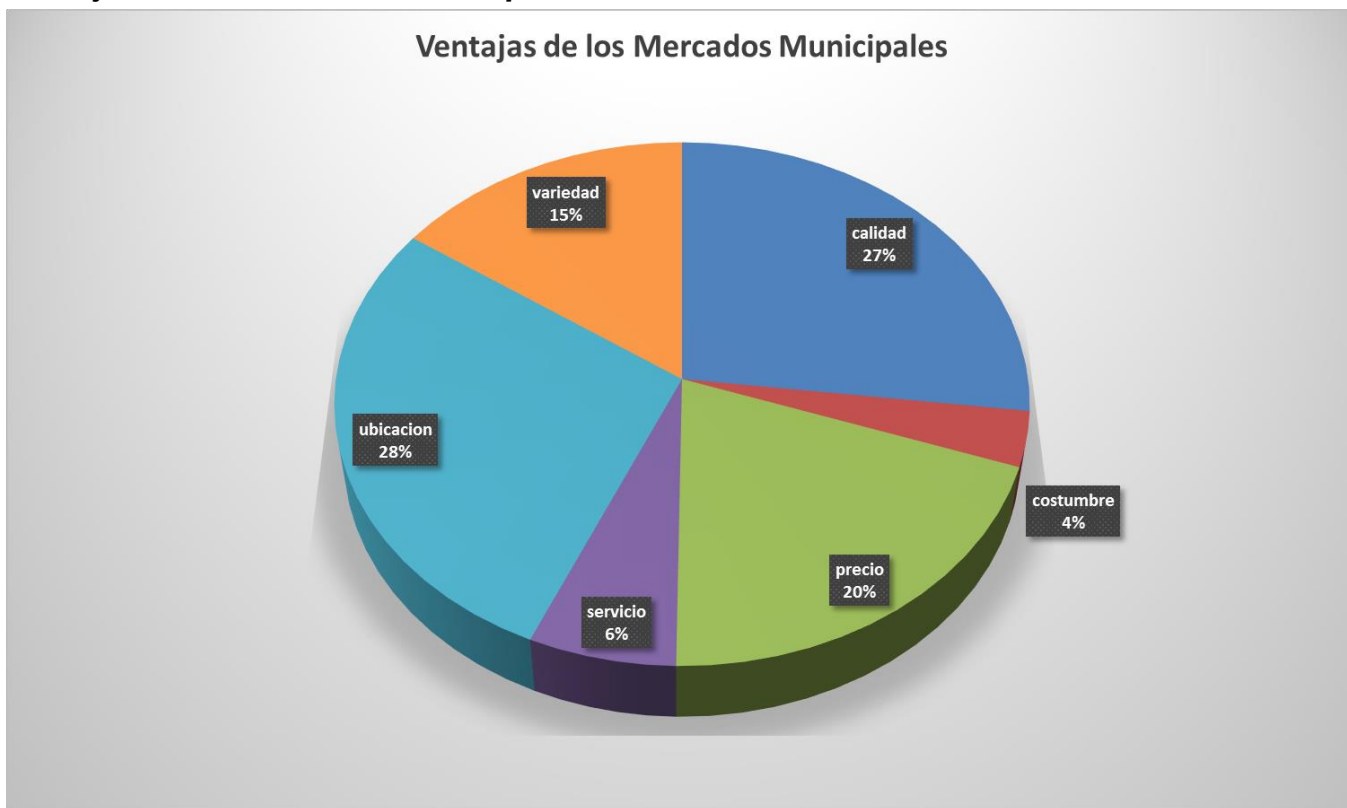


### ***Gasto promedio por zona***



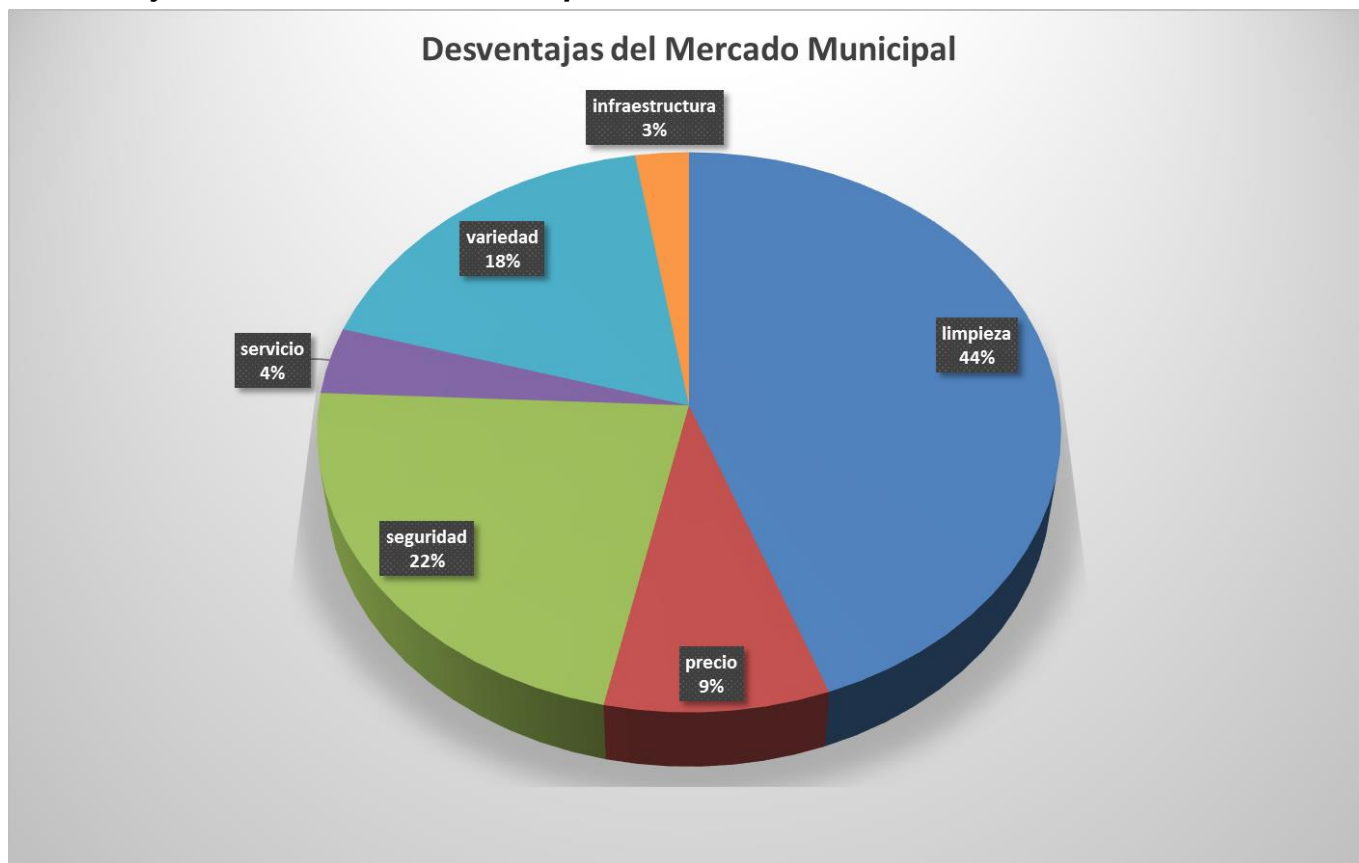
Se promedió el gasto realizado en las visitas a los 5 establecimientos donde se realizan las compras del hogar. Podemos concluir que la zona con mayor poder adquisitivo es la de Tesistán, en segundo lugar, Francisco Sarabia y muy por debajo el mercado de San Isidro.

## Ventajas de los Mercados Municipales



Los puntos fuertes de los mercados municipales son la calidad (frescura y sabor) de sus productos y la ubicación estratégica para atender a los residentes de la zona. La variedad es un punto clave para atraer a más consumidores al mercado.

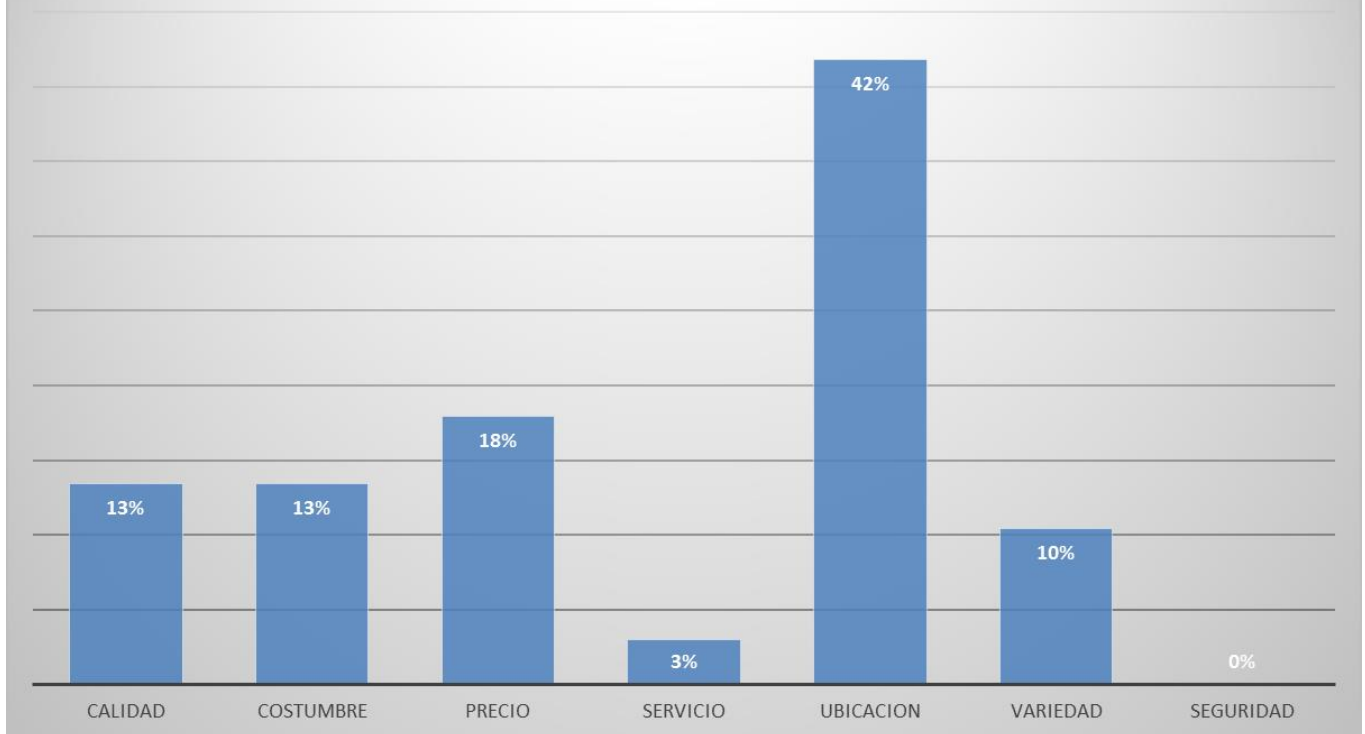
## Desventajas de los Mercados Municipales



Después de analizar todas las encuestas, las desventajas más mencionadas y que tienen peso para asistir al mercado fueron por la limpieza e higiene de los lugares. Con esto se pueden definir las prioridades en arreglar de los mercados municipales.

### **Tabla resumen usuario-razón**

## Razón por la que son clientes del Mercado Municipal



De los residentes que frecuentan constantemente el mercado municipal el valor primario por la que los encuestados asisten a los mercados es por la ubicación del mismo. Y el secundario es por el precio de los productos que tienen en venta. Variables más importantes a considerar para abrir nuevos mercados municipales o mejorar los ya existentes.

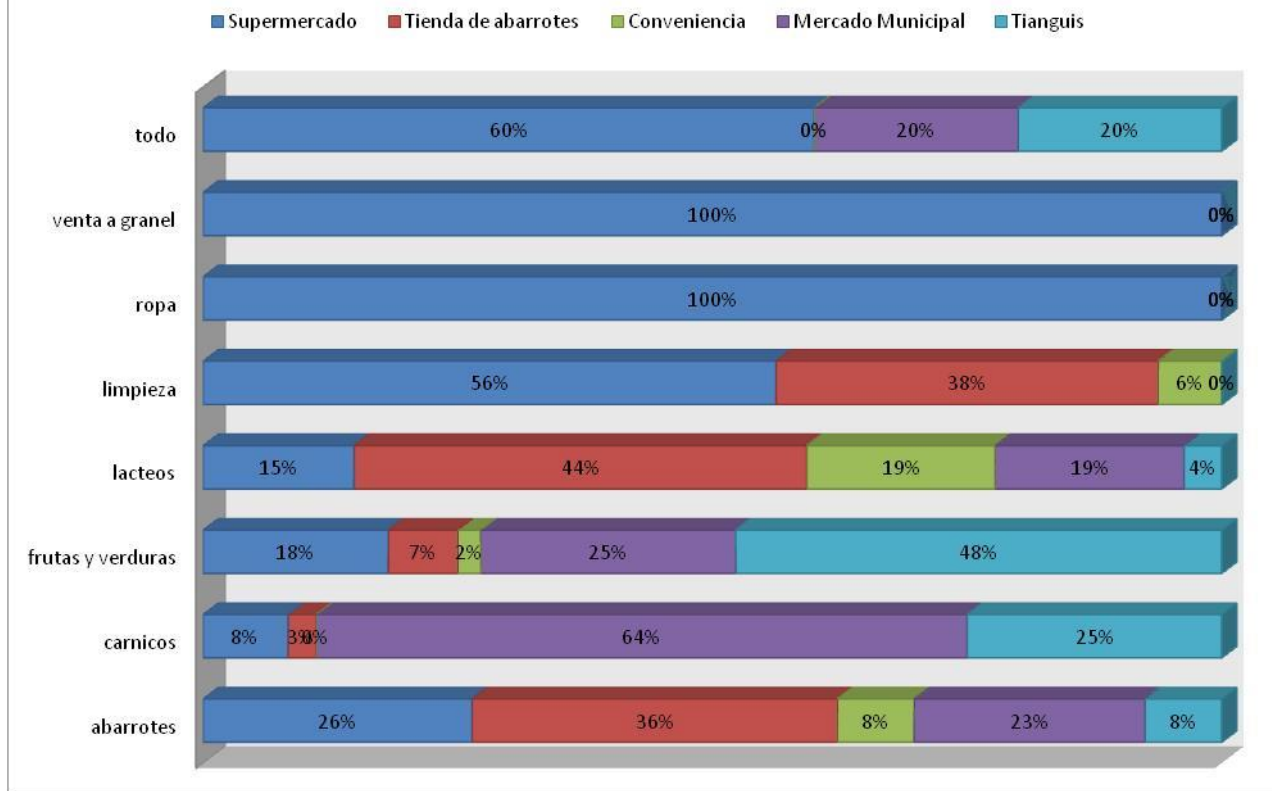
### ***Gasto promedio por género***



Las mujeres gastan más en promedio por cada visita que realizan a los establecimientos para realizar las compras del hogar

### ***Productos comprados por establecimiento***

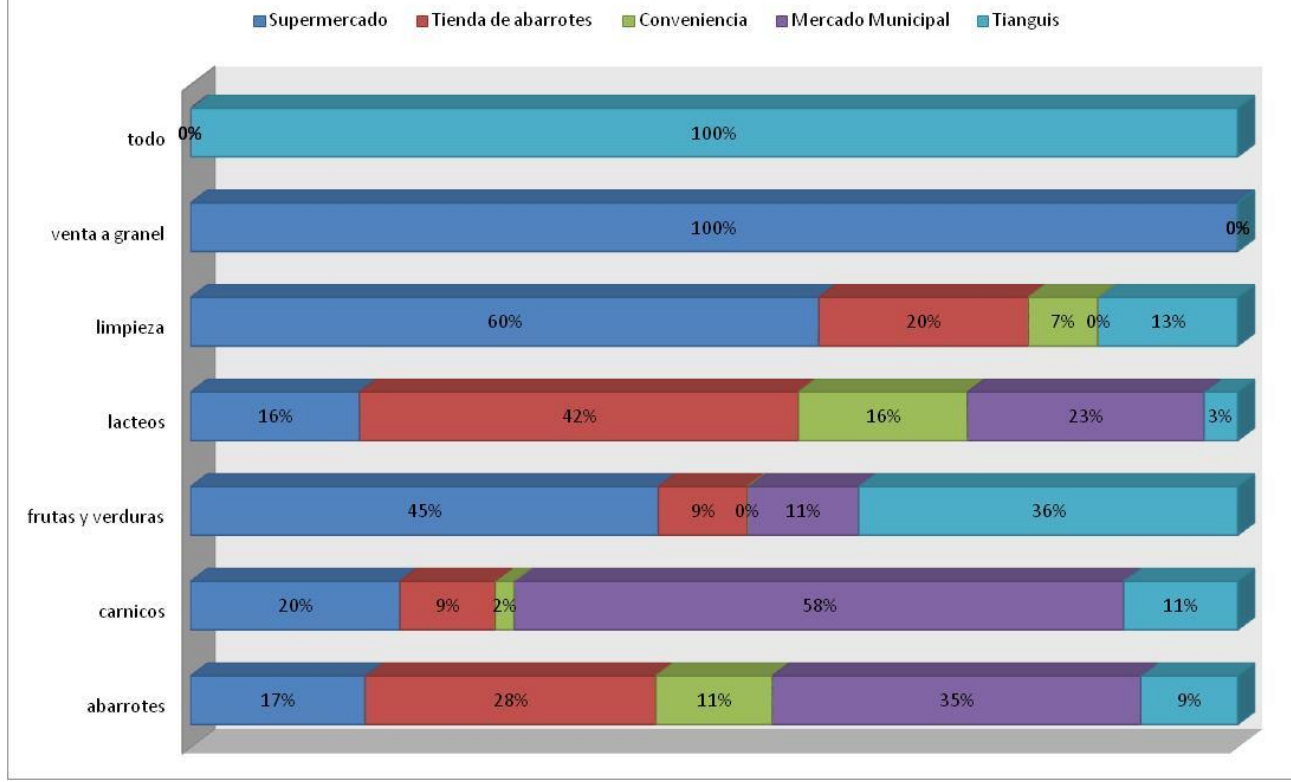
## Productos comprados por establecimiento Tesistan



Después de analizar la gráfica podemos concluir que promocionar el giro de **limpieza, venta a granel, y ropa** como giro complementario para aumentar la variedad del mercado municipal atraerá mayor flujo de clientes y mayor gasto per cápita en el mercado. Ya que como muestra la gráfica la tienda ancla es la carnicería dentro del mercado municipal de Tesistán.

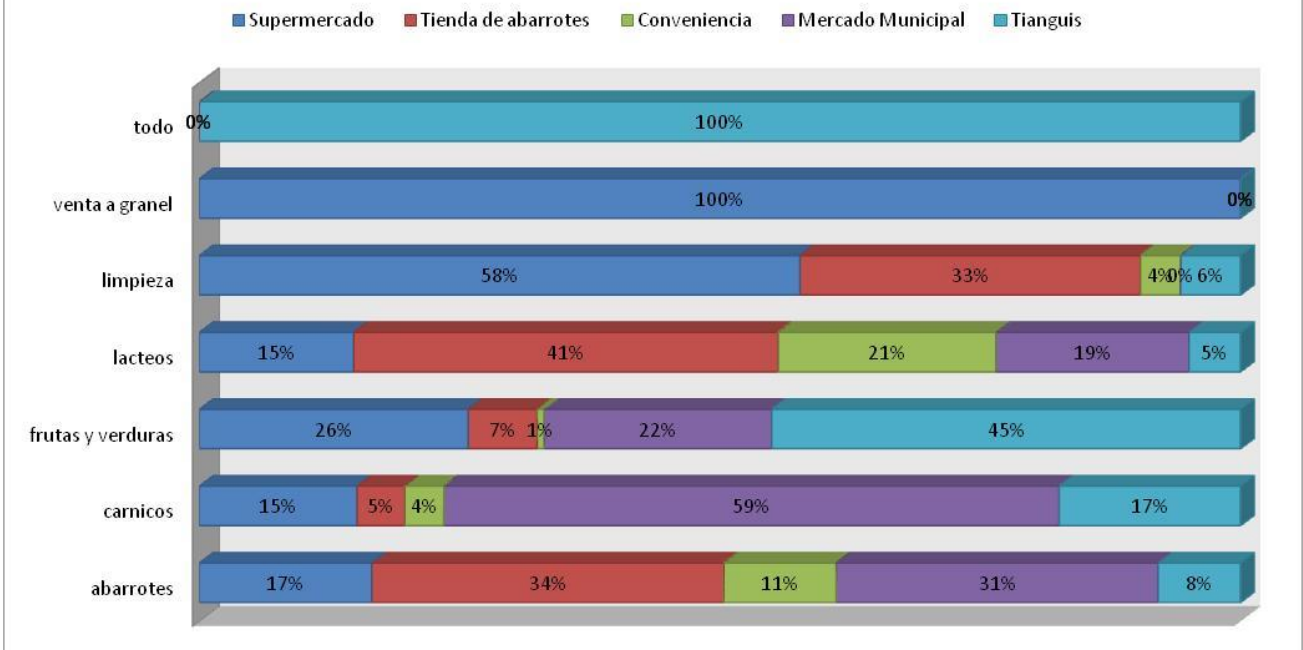


### Productos comprados por establecimiento zona San Isidro



Como se muestra en la gráfica la mayoría del producto es comprado en el tianguis y supermercado, solamente los cárnicos y algunos abarrotes son consumidos del mercado municipal de San Isidro por ello se recomienda el giro de limpieza, así como mejorar la venta y calidad de frutas y verduras así como en lácteos asimismo la variedad para que el gasto sea mayor en el mercado.

### Productos comprados por establecimiento Fco. Sarabia



Después de analizar la gráfica de productos comprados por establecimiento en el mercado de Francisco Sarabia podemos observar que la venta a granel se efectúa al 100% en supermercado seguido de la limpieza asimismo en la tienda de abarrotes donde se efectuó el 33% de las compras de limpieza de los habitantes cercanos a Francisco Sarabia se cree que pudiera mejorar en las áreas de **lácteos ofreciendo productos de mayor calidad** así mismo de las **verduras y las frutas** también ofreciendo una **variedad más amplia en abarrotes** y por supuesto agregar **venta a granel al mercado municipal** para que de esa manera el gasto per cápita se divida con una mayoría para el mercado municipal.

## **Capítulo VI. Aprendizajes alcanzados por alumno y por el grupo de trabajo.**

### **6.1 Aprendizajes profesionales.**

#### **Astrid Álvarez Vázquez**

Cuando se determinó que iba a entrar a este proyecto de mercados municipales, sentí una gran responsabilidad ya que de nuestro trabajo y desempeño de todo el semestre, debían dar como resultado propuestas y soluciones que pueden generar grandes cambios para las comunidades que rodean los mercados seleccionados.

Mi experiencia y aprendizajes como alumna casi por egresar han sido varios, el compromiso que tuve al poner todo mi empeño, la responsabilidad que implicó trabajar detrás de la computadora así como en las calles encuestando a todas esas personas dentro y fuera de los mercados así como la paciencia que se debe tener para realizar este tipo de actividades ya que honestamente te tomas con personas muy diferentes que algunas veces te ayudan y otras no.

Los aspectos personales que me ha dejado este han sido, por mencionar algunos, la satisfacción de que si los cambios son realizados, muchas personas saldrán beneficiadas, para mí eso es lo mejor, porque conocí las condiciones de los mercados y escuché las necesidades de los habitantes y los locatarios.

Mi experiencia con otros trabajos escolares similares a este ha sido que los resultados y propuestas que ofrecen los alumnos no son consideradas ya que implican cambios, esfuerzos o inversión de recursos, mi petición para el ayuntamiento de Zapopan es que no hagan caso omiso de este proyecto, que tomen cartas en el asunto y ayuden a mejorar las condiciones de los mercados, que escuchen a sus locatarios y no los desatiendan.

#### **Carlos Rene Cabrera**

Al terminar esta investigación es muy notable que los mercados municipales requieren mayor atención por parte del Ayuntamiento, debido principalmente que las instalaciones se encuentran en mal estado, es poca la higiene que hay, los locales están muy descuidados, unos están graffiteados y eso hace dar mala imagen a los mercados en general. Otro aspecto que me di cuenta es que no toman en cuenta la opinión de los locatarios, muchos de ellos nos comentaron que es muy incómodo que las instalaciones se encuentren en ese estado, ya que en ocasiones el mal olor que hay y la falta de higiene hace que los consumidores prefieran ir a otro lugares. Al realizar las encuestas, se pudo ver que las personas aún van a los mercados municipales hacer las compras del hogar pero el motivo es debido a la ubicación o al precio, en cambio otras preferían el supermercado por el hecho que hay mejor servicio, la calidad es mejor, como consumidor eso factores tienen mucha importancia a la hora de escoger un lugar para hacer las compras de la casa. Para terminar es importante que el Ayuntamiento tome medidas acerca de esta situación que viven actualmente los mercados, es necesario que gestionen bien los recursos financieros, que inviertan principalmente en el mantenimiento y limpieza, remodelación de algunos mercados, darles mayor publicidad, hay más estrategias que se pueden ejecutar y de esta manera impulsar a que los mercados tengan mejores ventas

y asistencia por parte de los consumidores. Aprendizajes: Estas prácticas me sirvieron para aplicar muchos de los conocimientos que he adquirido, el hecho de diseñar estrategias para solucionar este tipo de situaciones, para mi carrera, Administración de Empresas, me va ser muy útil por si llego a tener un negocio, saber qué tipo de condiciones debe tener, los principales puntos que los clientes toman en consideración

### **Jorge Enrique Flores**

En cuanto a los aprendizajes de la carrera, no fue tanto en cuanto a cuestiones técnicas ni cuantitativas, sino que fue aprender el trato con las personas, escuchar sus necesidades, buscar una solución en conjunto a la problemática, trabajar con personas de diferentes ángulos de opinión y en conjunto llegar a conclusiones que ayuden a superar las problemática encontradas.

### **Andrea Flores**

En cuanto a mi aprendizaje personal, fue muy bueno elaborar este trabajo ya que tuve que implementar todos mis conocimientos que eh obtenido durante la carrera, como recolección de información cuantitativa como cualitativa, observación, mystery shopper, entre otras. El trabajo en equipo con otros estudiantes de diferentes carreras fue bueno ya que cada quien tuvo que poner de su experiencia para poder completar el trabajo correctamente. Uno de mis aprendizajes más importantes es que las personas pueden tener diferente manera de ver una situación, por ejemplo: los locatarios del mercado de Francisco Sarabia no están tan de acuerdo con el techo del mercado, sin embargo, los consumidores están muy contentos porque está más fresco y limpio. La problemática es que son pequeños detalles que se pueden arreglar que puede causar gran impacto en las ventas de los locatarios de los tres mercados.

### **Fernando Gaspar**

Como aprendizaje me sirvió mucho realizar este estudio ya que estoy a punto de egresar y es de suma importancia conocer que es lo que quiere el cliente porque con ello se trata de mantenerlo siempre conforme y es lo que se realizó en esté estudio analizar profundamente lo que el cliente quiere que se encuentre en un mercado y también que es lo que los locatarios quieren para poder laborar eficazmente, es por eso que me ayudó mucho este PAP de Mercados Municipales porque es un tema muy amplio y a su vez a mí en mi carrera de Administración de Empresas me apoyo mucho para obtener distintos puntos de vista de los negocios.

## **Daniela Maldonado**

Al hacer la investigación acerca de los mercados municipales, me pude dar cuenta de que el gobierno no les pone la atención suficiente en cuanto a limpieza, seguridad e infraestructura y esto trae consigo problemas con los locatarios debido a que la gente no va o no compra.

También me pude dar cuenta que en la mayoría de los mercados, no están todos los locales ocupados, y que no llevan una administración adecuadas. El gobierno tiene que darle más importancia y hacer algo al respecto para que los locatarios como los clientes se sientan satisfechos. Al aplicar las encuestas a locatarios también nos dimos cuenta que se sentían contentos de ver que alguien estaba interesado en los mercados y de hacer algo al respecto.

Aprendizaje aprendí que no es fácil hacer un estudio de mercado, debido a que se requiere tiempo, esfuerzo y compromiso y a la vez fue muy interesante porque aprendes muchas cosas que nunca te hubieras imaginado acerca de los mercados. Nos dejamos llevar por lo de afuera, sin saber qué es lo que realmente está pasando adentro. Fue una experiencia padre, en la cual obtuve conocimientos, relaciones con otras personas y aprendí a hacer una investigación más afondo.

## **Eloy Medina**

En todas las investigaciones de mercado se aprende mucho ya que son temas que no siempre se conoce por experiencia propia anterior o por conocimientos académicos y esa es una de las razones por las que aprendí mucho porque nos tuvimos que empapar del tema "MERCADOS MUNICIPALES DE ZAPOPAN" para poder generar una investigación de mercados al respecto que incluye, encuesta, guía de observación, mystery shoppers solo por mencionar algunos elementos agregados a la investigación que se tuvieron que pilotear y observar previamente para generar en conjunto con todo el equipo, así como las reflexiones y observaciones personales de cada uno de los compañeros, siempre es interesante para un Mercadologo lo que aprende dentro y fuera del aula, en conclusión creo que fue una grata experiencia y más porque fue con el gobierno, de esa manera esperamos que estos resultados se lleven a la práctica de una manera sana y pulcra.

Durante todas las etapas de la investigación, desde la selección de los mercados hasta el diagnóstico de la problemáticas y las posibles soluciones que podríamos ofrecer, se fueron obteniendo varias conclusiones: • Al hacer las visitas a los mercados municipales, nos dimos cuenta del estado en declive en el que se encuentran (locales abandonados, poca limpieza, malos olores, baja afluencia de clientes), pero a su vez de que con acciones que se podrían calificar de simples se daría un gran impulso y mejora a los mercados de Zapopan. • Al hablar con los locatarios del mercado observamos la gran disposición a mejorar su situación y abiertos a soluciones y nuevas propuestas. • Pudimos conocer lo que los clientes esperan al ir hacer sus compras y que productos en específico son los que están buscando y con esto

conectar las soluciones para impulsar a los mercados. • Por último la disposición de las autoridades para encontrar soluciones conjuntas en el problema del declive de los mercados. En cuanto a los aprendizajes de la carrera, no fue tanto en cuanto a cuestiones técnicas ni cuantitativas, sino que fue aprender el trato con las personas, escuchar sus necesidades, buscar una solución en conjunto a la problemática, trabajar con personas de diferentes ángulos de opinión y en conjunto llegar a conclusiones que ayuden a superar las problemática encontradas.

### **Mario Ortiz**

Este trabajo me ha parecido muy interesante por el hecho de que mediante los resultados que hemos obtenido podemos hacer cambios sustanciales en ciertos mercados municipales que pueden favorecer tanto a locatarios como a consumidores en obtener más beneficios a la hora de compra, y ofrecer más y mejores alternativas en los productos que se comercializan en los mercados. Fue un trabajo dinámico por el hecho de que la gente involucrada en los mercados fueron los que nos dieron sus impresiones y como se podría mejorar por el beneficio de todos, además de que nos dimos cuenta que la gente tiene mucho entusiasmo por el hecho de que los mercados vuelvan a ser los lugares donde la gente compra sus víveres como fue hace tiempo y que dejó de ser debido a factores como higiene, precio, seguridad entre otros. En lo personal tuve aprendizajes en cuanto a trabajar con un equipo de trabajo de mejor forma, hacer encuestas efectivas, analizar datos entre otros.

### **Luis Fernando Sandoval Ornelas**

El PAP me ayudo bastante para poner a prueba y aterrizar todos los conocimientos adquiridos durante la carrera, de una u otra manera tuve que hacer memoria de clases pasadas y aplicarlas al proyecto, la diferencia principal entre este proyecto y mi vida laboral es que los PAPs al ser puramente con necesidad de tu carrera puedes hacer como un resumen practico de todos tus conocimientos previamente adquiridos y en la vida laboral no es así.

Además sirvió que se tratara en su mayoría de una investigación de mercados y un análisis a profundidad lo cual es el arma principal de todo mercadologo, una última oportunidad de reforzar estas habilidades.

Definitivamente reforcé algo que quiero para mi vida, lo cual es emprender un nuevo negocio y al ejercitar habilidades de análisis e investigación me ayudo a mí mismo y reduce la incertidumbre de fracaso en proyectos futuros de mi vida

### **Gustavo Antonio Zermeño**

He aprendido que al conjuntarse el conocimiento de varias carreras se pueden lograr cambios importantes, en esta etapa del PAP no se requirió que aportara conocimientos pero todo lo que he aprendido en mi carrera de alguna manera lo pude aplicar en este pap.

## **6.2 Aprendizajes sociales.**

Esta investigación tuvo un impacto social bastante fuerte ya que tratamos directamente con los locatarios obteniendo información, nos expresaban sus deseos por los cambios en su mercado para poder incrementar las ventas sin embargo, se les comento muy a leguas que era una investigación para poder realizar una propuesta de mejora en cada mercado. De esta manera los locatarios se alegraban y nos expresaron lo que ellos esperan del Ayuntamiento de Mercados de Zapopan para poder tener un mercado con mejor calidad y presentación. De la misma manera nos teníamos que dirigir con profesionalismo y empatía. Porque para ellos no era simplemente un trabajo de la escuela, es su empresa y su futuro.

Nosotros pensamos que la forma que podemos tener iniciativa de transformación de la realidad es realizar una propuesta viable para el Ayuntamiento y que se pueda convertir en realidad.

Los grupos sociales que directamente beneficio este proyecto son los locatarios, ya que con pequeñas modificaciones pueden ser el resultado que están buscando. También creemos que el Ayuntamiento es afectado en cierta manera, es decir, si la administración está al pendiente de las necesidades de los locatarios es como si el Ayuntamiento también lo estuviera. Ya que van de la mano uno con el otro. Y por último, los consumidores también van a tener beneficio de este proyecto, ya que se les ofrece un producto o servicio con una calidad de sus estándares, como lo es la limpieza e higiene del lugar y de cada establecimiento.

Nuestros servicios ayudaron a los locatarios y consumidores porque ellos no tienen la manera de comunicarse con el Ayuntamiento y sobre todo esto no es posible porque la administración no está pendiente o no existe.

## **6.3 Aprendizajes éticos.**

Las principales decisiones que tomamos durante el semestre y la duración del trabajo, fue realmente tratar de ayudar a mejorar la calidad del mercado ya que haciendo esto, ayuda directamente a los locatarios. La consecuencia que va a tener esta decisión, es que el Ayuntamiento de Zapopan puede aprovechar las recomendaciones e información obtenida para la mejora de los 3 mercados que investigamos. Y puedan usar como referencia estos datos para la investigación de los demás mercados.

Lo que nos invitó a participar en esto y esforzarnos como equipo, fue el poder ser el intermediario entre los mercados y el Ayuntamiento.

Lo que pudimos absorber de esta práctica profesional es que, con un investigación con los objetivos específicos, como poder proporcionar información bastante útil a la persona adecuada para poder ver los resultados esperados.

Más que una materia a cursar, nos dio la oportunidad para poner en práctica nuestra empatía. Que las preocupaciones de los locatarios fueran tomadas en cuenta y que trataremos de pasar el mensaje. También la manera de saber trabajar en equipo a pesar de las diferentes carreras y edades.



## Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones.

### 7.1 Conclusiones.

Al hacer este PAP nos pudimos dar cuenta de la importante que es la comunicación, ya que gracias a la falta de comunicación entre locatarios y gobierno, es que hay tantos problemas. Esperamos que con la información que logramos recabar se logre un trabajo en conjunto entre el gobierno, los locatarios y el ITESO que impulse las mejoras necesarias para que tanto los mercados como el municipio logren sacar el mejor provecho posible a los mercados.

Durante todas las etapas de la investigación, desde la selección de los mercados hasta el diagnóstico de la problemáticas y las posibles soluciones que podríamos ofrecer nos dimos cuenta que al hacer las visitas a los mercados municipales, el declive en el que se encuentran (locales abandonados, poca limpieza, malos olores, baja afluencia de clientes), pero a su vez de que con acciones que se podrían calificar de simples se daría un gran impulso y mejora a los mercados de Zapopan. Al hablar con los locatarios del mercado observamos la gran disposición a mejorar su situación y abiertos a soluciones y nuevas propuestas. Pudimos conocer lo que los clientes esperan al ir hacer sus compras y que productos en específico son los que están buscando y con esto conectar las soluciones para impulsar a los mercados. Por último la disposición de las autoridades para encontrar soluciones conjuntas en el problema del declive de los mercados.

Después de aprender de los mercados municipales y conocer las necesidades así como problemáticas de las personas involucradas, creemos que es importante señalar que los mercados en general requieren de mucha mayor supervisión por parte del gobierno del estado así como del municipal. También que se visitaron a los administradores del mercado nunca se los encontró en sus oficinas por lo que notamos falta de interés de los involucrados.

Es importante señalar que no les hicimos cita a los administradores, cuando esto se contrasta con lo que los inquilinos y clientes contestan nos damos cuenta de que es la misma percepción que la del equipo de investigación, falta limpieza, tiendas ancla, una mejor administración del mercado que realmente se meta de fondo en los problemas del mercado y no de soluciones a medias. Creo en lo personal que el problema no es en todos los mercados una situación de recursos económicos sino de actitud de todos los involucrados incluyendo inquilinos en algunos casos para dar un cambio de fondo a los mercados municipales por consecuencia se ve reflejado en los clientes, pues la mayoría de ellos no quieren realizar sus compras dentro de estos establecimientos y a causa de esto, se ha perdido la costumbre de visitar un mercado municipal pues estos lugares han estado por años laborando y la mayoría de las personas realizaban sus compras por este medio. Ahora en la actualidad vemos que existen muchos supermercados y que la gente prefiere ir a adquirir sus productos a ellos, solo por una imagen y una seguridad al realizar su compra y con esto están acabando con los

mercados por eso es de suma importancia que se haga conciencia de esto y se trate de recuperar a todos estos mercados mediante estrategias.

## **7.2 Recomendaciones.**

### **FRANCISCO ARABIA**

Creemos que es necesario generar un estudio de datos demográficos de la seguridad en la zona, asaltos, robos a mano armada, robo de vehículos, secuestros y todo lo que tenga que ver con la seguridad de un ciudadano evaluando de esta manera si es realmente segura la zona o no lo es y puede generarse una campaña publicitaria para culturizar a los ciudadanos respecto a el veredicto de este estudio demográfico y la necesidad inmediata para apoyar al Mercado municipal y ciudadanos de esta zona.

Así como aportar recursos para fomentar el movimiento económico y la apertura de más locales con distintos giros comerciales, detectamos que este mercado tiene mucho potencial por la zona tan poblada que hay a los alrededores y por la falta de supermercados y cadenas de autoservicio que puedan afectar como competencia, que tiene buenas instalaciones y en general no padece problemas de higiene, pero lamentablemente el 70% de los locales están cerrados. Observamos que sólo hay 1 local por giro y estos son los más básicos como frutas, verduras, lácteos y carne, así que consideramos oportuna una oferta de más tipos de productos y servicios que puedan motivar a que la gente asista y consuma dentro del mercado.

### **SAN ISIDRO**

Recomendamos hacer una evaluación física con un experto en el área y evaluar el presupuesto de las instalaciones actuales contra lo óptimo que debería tener el mercado y así generar una estrategia de actualización para el mercado municipal. Observar la realidad contra la percepción de la realidad del consumidor asimismo de los locatarios.

### **TESISTAN**

Análisis junto con las autoridades correspondientes acerca de la situación de seguridad que las autoridades consideran que existen en el mercado municipal de Tesistán asimismo ver lo que realmente está sucediendo fuera del mercado y aprovechando que ya se tiene la percepción interna del mercado hacia la situación planteada.

Los locatarios y consumidores hacen mucho énfasis en la higiene del mercado, así como también en las condiciones que tiene la infraestructura como problemas de drenaje. Consideran tener acciones sobre el recolectado de la basura más apropiado ya que esto genera problemas de malos olores y moscas a los alrededores, también la ventilación de algunos establecimientos.

Recomendamos también la distribución de comerciantes ambulantes como los tianguis, ya que los locatarios consideran que les afecta mucho este tipo de comercio informal porque son “más baratos” los productos que ahí ofrecen.

### **Referencias bibliográficas**

Noticia de Omar García publicada por periódico El Informador.  
<http://www.informador.com.mx/jalisco/2013/456317/6/mercados-de-zapopan-lucen-abandonados.htm>

Noticia publicada por el periódico El Informador  
<http://www.informador.com.mx/jalisco/2013/458561/6/mercado-municipales-subsisten-con-siete-mil-pesos-mensuales.htm>

Noticia de Enrique Esparza publicada por el periódico El Informador  
<http://www.informador.com.mx/jalisco/2013/456414/6/relatan-problematika-del-mercado-obreros-de-cananea.htm>

### **Anexos**

70 encuestas realizadas a los consumidores y personas aledañas a los mercados municipales.

Encuestas realizadas a los locatarios de los mercados seleccionados para la investigación.