



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD: IZTAPALAPA

DIVISIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES (CSH)

CARRERA: ADMINISTRACIÓN

MATERIA: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO: DESARROLLO DEL DIAGNÓSTICO EN EL SISTEMA: MERCADO PÚBLICO "CORPUS CRISTY"

FECHA: ABRIL DE 1999

ALUMNOS: HERNÁNDEZ LEYVA ALBERTO
KIMACHANG RIVERA MIGUEL ÁNGEL

MATRÍCULAS: 92227122
94325636

ASESOR: ESCOBAR ITURBE CRISTINA

Cristina Escobar

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA	4
ANTECEDENTES	5
OBJETIVOS	7
UBICACIÓN	10
COMPONENTES DEL SISTEMA	11
A) FÍSICOS	11
B) TECNOLÓGICOS – NORMATIVOS	17
C) ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	19
DESEMPEÑO ACTUAL DEL SISTEMA	24
SISTEMA DE AUTO – ADMINISTRACIÓN	26
LA MESA DIRECTIVA	28
FUNCIONAMIENTO DE LOS LOCALES	29
DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA	38
ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA	39
INVESTIGACIÓN DE LA REALIDAD	41
FORMULACIÓN DE LO DESEADO	41
EVALUACIÓN Y ANÁLISIS CASUAL	43
CADENAS LINEALES	44
ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	46
ANÁLISIS CASUAL	47
CADENAS CAUSA - EFECTO	48

INTRODUCCIÓN

“SISTEMA: combinación de partes reunidas para obtener un resultado o formar un conjunto; sistema nervioso sistema planetario. Modo de organización: sistema de Taylor ¹.

El Sistema es la manera como un conjunto de elementos lleva a cabo una función con un objetivo determinado.

Las organizaciones de diferente tipo, pueden enfocarse como un sistema, ya que todas son capaces de orientar en forma común todos sus componentes y recursos a fin de alcanzar sus objetivos.

El enfoque sistémico nos proporciona elementos conceptuales y metodológicos para revisar el funcionamiento de las organizaciones, detectar los problemas, elaborar diagnósticos y sugerir alternativas de solución. También este enfoque sirve de gran utilidad para abordar cualquier tipo de problemas en los que implique un mejoramiento y/o corrección de los mismos.

Este trabajo se aboca a la aplicación de una metodología que nos permite realizar el DIAGNOSTICO de un sistema específico.

Diagnosticar es determinar el estado del sistema actual, es planear causas por las cuales se encuentra así y definir las relaciones que guardan las partes del mismo.

En particular el sistema de un Mercado público es materia del presente trabajo.

Los mercados públicos, creados para servir a las clases populares, al igual que en otras épocas representan una parte importante en las relaciones humanas de nuestra sociedad; estos organismos creados con el fin de hacer llegar los diferentes artículos a la población a precios bajos. La mayoría de estos centros se ubican en colonias populares donde las tiendas departamentales y de autoservicio no llegan, estos sistemas a pesar de ser tradicionalistas han ido adaptándose con el tiempo; con normas que buscan el fin común de la sociedad siendo los locatarios parte de ella, también como consumidores. La forma en que estos sistemas se organizan y su funcionamiento, son el motivo de interés de todo administrador.

El Administrador hoy en día a olvidado este tipo de espacios, encerrándose solo en empresas públicas o privadas; por lo cual es necesario acercarlo a este tipo de lugares, para poder pulir las técnicas tradicionalistas y aprovechar el inmenso campo que brinda este tipo de lugares para el desarrollo de sus técnicas; además, son estos lugares en donde los estudiantes de universidades públicas se interrelacionan más: ¿quién no a ido nunca a un mercado?, es ahí donde se dan la mayoría de las relaciones sociales, donde interviene mucho la relación vendedor-cliente. Es importante acercarse a estos lugares para enseñar a la gente no a vender, sino como poder vender más y ofrecer un mejor servicio para poder obtener más clientes que les darían más ventas.

¹ RAMON GARCIA PELAYO Y GROSS Pequeño larousse ilustrato, De. Larousse, México, 1990, p. 948.

Es difícil adaptar la técnica a la práctica, pero no es imposible, sí podemos hacer que un administrador se adapte y esto solo mediante la elaboración de un Diagnóstico que le permita conocer el sistema, y lograr así una mayor y mejor integración al mismo sistema.

En el presente trabajo se elaboró el diagnóstico del Mercado Público “Corpus Cristy”, para ello debemos entender que la finalidad de un diagnóstico es la de poder explicar y entender la problemática que enfrentan las organizaciones, y lo que hace que se desvíen de sus fines o metas, y a partir de esto proponer soluciones de cambio.

Así en la primera parte se explica como es el sistema, haciendo una descripción física y de los reglamentos con que se rige, indicando como funciona la estructura y las partes que la componen.

En la segunda parte se describe a través de la observación como funciona realmente el sistema, si cada parte cumple su cometido.

En la tercera parte indicamos problemas de fondo, que es lo que se cumple y que no, si realmente se están logrando los objetivos o es necesario proponer nuevas alternativas para alcanzarlos, se intenta conocer el problema y combatirlo; y de acuerdo a esto proponer el cambio. Esta tercera etapa es un reflejo de como la persona puede interpretar y descubrir la problemática que lo rodea.

Consideramos que el presente trabajo es de gran utilidad para los futuros administradores, ya que en él se busca reflejar la necesidad de que estos regresen un poco a los lugares de sus orígenes, con la gente que a veces necesita una asesoría, aquellos microempresarios de la tienda de las esquinas, el changarrito; ¿será que el administrador debe poseer sus conocimientos para aplicarlos a empresas grandes?.

DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA

ANTECEDENTES

Mercado Público y concentración, el lugar y local, sea o no sea propiedad del Distrito Federal, donde concurra una diversidad de comerciantes y consumidores en libre competencia, cuya oferta y demanda se refieren principalmente a artículos de primera necesidad.

En México había varias plazas de mercados, pero la mayor era la de Tlatelolco, siguiéndole en importancia la de Tecoyohualco, en donde está ahora el mercado de San Juan; en el barrio de Ayauhcutitlan estaba un tianguillo o tianguis pequeño.

El enorme mercado de Tlatelolco se hallaba al lado norte del Teocali y era tan grande, que se comparaba como dos veces el de la ciudad de Salamanca, uno de los más hermosos de España.

Cuadrado y rodeado de pórticos para comodidad de los traficantes, su distribución era tan ordenada, que cada artículo tenía lugar señalado. A diario concurría tanta gente se calcula unas 25,000 las que asistían regularmente y cerca de 50,000 para los días de mercado, que se realizaba cada 5 días. Cada mercancía se vendía en un sitio señalado por los jefes de comercio: en uno estaban las pedrerías y las alhajas de oro y plata, en otro los tejidos de algodón, en otro las labores de pluma y así las demás, no siendo lícito vender unos géneros en los puestos destinados a otros.

En fin, que nada faltaba en aquel mercado de lo que la naturaleza, la agricultura, el arte y la industria producían, inclusive, bajo uno de los principales pórticos, se dedicaban a la venta de esclavos de ambos sexos.

Respecto al orden no podía exigirse más cumplido. Celosos agentes de policía velaban de la legalidad de los contratos, de impedir abusos, de inspeccionar si los artículos no estaban descompuestos y de conducir presos a los contraventores del reglamento del mercado. En uno de los ángulos de la misma plaza había un tribunal, compuesto de 12 jueces, revestidos de amplias facultades, para resolver las cuestiones y castigar a los que cometiesen alguna falta. Las cuestiones y diferencias se resolvían en el acto y los castigos se aplicaban a los pocos momentos de salir del mercado.

Todo se vendía por cuenta y media. El peso y la balanza eran desconocidos. Muchos contratos se hacían por medio de cambios, pero generalmente se verificaban las compras con la moneda usada en el país. Consistía esta en saquitos de cacao, cuyo valor se regulaba por su calidad y tamaño; en canutillos llenos de polvo de oro y en pedacitos de estaño.

El Distrito Federal cuenta actualmente con 296 mercados públicos que representan canales de comercialización importantes para hacer llegar a la población, principalmente de escasos recursos, productos básicos en calidad y cantidad oportuna y suficiente.

La mayoría de los mercados públicos fueron construidos en la década de los cincuenta y a través de los años, por diversas circunstancias no contaron con el mantenimiento adecuado de las instalaciones y equipo por lo que se fueron deteriorando paulatinamente hasta convertirse en instalaciones carentes de higiene, funcionalidad, iluminación suficiente, etc. y por lo tanto poco atractivos para el público consumidor. La Delegación Alvaro Obregon tiene a su administración 14 mercados públicos fijos y 5 sobreruedas o concentraciones semifijas. Un mercado nace a través de la solicitud de la gente, de acuerdo a las necesidades y al tipo de colonia de la que se trate.

El mercado “Corpus Cristy” nace el 20 de octubre de 1974 primero como una concentración de comerciantes establecidos ubicados sobre la calle de Santo Tomas durando ahí tres años hasta que existe un primer acercamiento con la delegación que le otorga la cesión de un terreno al parecer sin dueño, (con un arrea total de 2,178 m²) entre las calles; San Luis, San Francisco, La Paz y Santo Tomas, el mercado adquiere la propiedad, que después que se supo tenía dueño, participando con un porcentaje grande a su costo, los mismos locatarios solventan la compra. Se encuentra en sus orígenes afiliado a la CNOP, no es sino hasta el 6 de agosto de 1986 y apoyados en el acuerdo del C. Jefe del Departamento del Distrito Federal, publicados el 11 de marzo de 1986 en el Distrito Federal en el Diario Oficial de la Federación, en el que se establecen normas y lineamientos para que las de comerciantes y los locatarios de los Mercados públicos adopten voluntariamente el Sistema de Autoadministración. Así los locatarios se responsabilizan en la aplicación del mantenimiento de un mercado, reparándolo, coadyuvando a su limpieza y vigilancia, prestando el servicio de sanitarios, aportando los pagos que tradicionalmente pagaban a la Tesorería del D.D.F. por concepto de Derechos de Uso de Suelo, así como las demás cuotas necesarias que determinen en Asamblea General.

Así, la Autoadministración en los Mercados Públicos representa un avance para los locatarios ya que significa trabajar coordinadamente para un objetivo común: contar con un marco físico de instalaciones seguras, limpias y funcionales.

OBJETIVOS

Se entiende por Mercado Publico, al lugar que con tal carácter autorice el Departamento, con infraestructura o instalaciones para la realización de la actividad de abastecimiento y comercialización al menudeo principalmente de artículos de primera necesidad y de consumo generalizado, prestación de servicios personales y aquellos que demande la población consumidora del área de influencia.

El funcionamiento de los mercados públicos y concentraciones en el Distrito Federal, Constituye un Servicio Publico cuya prestación será realizada por el Departamento del D.F. por conducto del Departamento de Mercados del mismo distrito.

Sin embargo dicho servicio podrá ser prestado por particulares cuando el Departamento del D.F. otorgue la concesión correspondiente.

Cuando sea necesario por la población que carezca de mercados públicos y concentraciones en el Distrito Federal se sujetaran a los ordenamientos de planificación Urbana y Reserva Ecológica.

Los principios de la asociación de locatarios son los siguientes:

I.- Que la asociación es un instrumento para mejorar las condiciones de trabajo de los locatarios y para reivindicar constantemente los intereses y derechos de sus agremiados fomentando mejores condiciones sociales, económicas y políticas de los mismos.

II.- Hacemos nuestro el principio de justicia que proclama el movimiento social de México, de llevar a los sectores mayoritarios de la población, los bienes y servicios fundamentales a que tienen derecho, de acuerdo con nuestras experiencias y recursos.

III.- Que la asociación establece un compromiso leal con el público consumidor, ofreciendo a este productos de buena calidad y a precios accesibles en su propio beneficio y con el objeto de acrecentar la imagen y actividad comercial del mercado público.

IV.- Pugnara por preservar y reforzar la unidad del pequeño comerciante, como parte fundamental para la protección del salario.

V.- Lucharemos por alcanzar la seguridad económica y social de los miembros de la Asociación, siendo depositaria de sus legítimos anhelos y aspiraciones.

VI.- La asociación se compromete en la búsqueda constante para actualizar permanentemente los métodos comerciales, que permitan alcanzar mejores y más productivos niveles de vida.

VII.- Consecuentemente con sus deberes la Asociación promoverá la educación, capacitación y asesoramiento de sus miembros y de sus hijos, sin limitaciones, privilegios o diferencias que afecten los intereses mayoritarios de los locatarios.

VIII.- Nuestra Asociación se solidariza y ofrece su colaboración y respaldo permanente con las autoridades del D.D.F., orientados a alcanzar objetivos comunes en beneficio de sus agremiados y del público consumidor.

Los fines de la Asociación son:

I.- La Unión de comerciantes en Pequeño del Mercado “Corpus Cristy” de manera no enteramente transitoria para la realización de un fin común en pro y beneficio de todos los Asociados y nunca con el carácter preponderadamente económico.

II.- Representar y defender los intereses de los asociados, realizar gestiones a nombre de los mismos cuando estos se lo soliciten y procurar, a través del establecimiento de programas específicos acordados por la Asamblea General de Locatarios, el mejoramiento económico, social y cultural de sus miembros.

III.- Operar permanentemente como órgano consultivo de sus agremiados.

IV.- Procurar la ejecución de acciones que posibiliten el mejoramiento de la actividad comercial que realizan sus miembros, para cuyo efecto realizara todas aquellas gestiones que sean necesarias ante las autoridades del D.D.F. o cualesquiera autoridad, cuando así se requiera.

V.- Instrumentar Programas de Trabajo que sean necesarios y convenientes para lograr los fines de la Asociación.

VI.- Fomentar el patrimonio de la Asociación con los ingresos que se obtengan por las cuotas sociales y donativos de los asociados.

VII.- Velar por que se mantenga y eleve la eficiencia comercial de los asociados en beneficio del consumidor y de los propios comerciantes.

VIII.- Colaborar con las autoridades o dependencias oficiales y privadas que persigan total o parcialmente los fines de la asociación.

IX.- Fomentar la participación autogestiva de sus agremiados en el mantenimiento y conservación del Inmueble así como en la Administración y operación del mercado, en los términos y bajo las condiciones que establecen las disposiciones legales aplicables.

X.- Velar por el buen mantenimiento y conservación de las instalaciones del mercado, así como su utilización óptima.

XI.- Integrar y fomentar la aplicación de sistemas y métodos que permitan fomentar modernizar y eficientar la operación comercial del mercado.

XII.- Fomentar la creación de esquemas de compras en común, tendientes a disminuir los costos de adquisición y venta de productos básicos.

XIII.- Fomentar y apoyar el cumplimiento de los estatutos, así como respetar las disposiciones legales en lo referente al ejercicio del comercio, colaborando con las autoridades competentes en el cumplimiento de sus funciones y atribuciones.

UBICACIÓN

El funcionamiento de los mercados públicos y concentraciones en el Distrito Federal, constituye un Servicio Público (por lo cual lo encontramos en nivel terciario) cuya prestación será realizada por el Departamento del Distrito Federal por conducto del Departamento de Mercados del mismo Distrito.

Podemos ubicar físicamente el Mercado “Corpus Cristy” dentro del territorio correspondiente a la Delegación Alvaro Obregon y cuyas calles que rodean al mercado son: San Luis, Prolongación San Francisco, La Paz y Santo Tomas.

COMPONENTES DEL SISTEMA:

A) FÍSICOS

Locales o puestos. A los lugares de carácter permanente, destinados dentro de los mercados públicos, para que los locatarios ejerzan la actividad de abastecimiento y comercialización, así como para la prestación de servicios personales.

Locatarios, a las personas que tengan el permiso correspondiente para ejercer el comercio o para prestar servicios personales en los locales o puestos de los mercados públicos.

Asociación de comerciantes, El órgano de representación de los locatarios de un mercado público o concentración legalmente constituidos y que cumplan con lo dispuesto en el reglamento.

Departamento, al Departamento del Distrito Federal.

Delegación, al órgano desconcentrado por territorio del Departamento.

Coabasto, a la Coordinación General de Abasto y Distribución del Departamento.

Permiso, a la autorización escrita que expida la delegación a los particulares para ejercer la actividad de abastecimiento y comercialización y para la prestación de servicios personales en los locales o puestos de los mercados públicos.

Registro, al padrón que lleven la delegación y coabasto, de los locatarios, giros mercantiles y mesas directivas existentes en cada mercado público.

Asamblea general, al órgano supremo de representación y deliberación de los locatarios de un mercado público.

Mesa directiva, al órgano de representación y de los locatarios de un mercado público.

Consejo técnico, al órgano colegiado responsable de la administración y organización del mercado público.

Secretario técnico, a la persona designada por la delegación, previo acuerdo de coabasto, para ejecutar las disposiciones emanadas del consejo técnico.

Coabastos será la autoridad normativa en materia de mercados públicos y tendrá las siguientes atribuciones:

- I. Llevar el registro.
- II. Nombrar a un representante ante el consejo técnico de cada mercado.
- III. Aprobar los proyectos de construcción, ampliación, remodelación y mantenimiento de los mercados públicos.
- IV. Dictaminar las normas, lineamientos y políticas para mejorar la organización y operación comercial de los mercados públicos, y vigilar su cumplimiento.

Cada delegación tendrá en materia de mercados públicos, las siguientes atribuciones:

- I. Nombrar al secretario técnico, previo acuerdo de coabasto.
- II. Nombrar a un representante ante el consejo técnico de cada mercado.
- III. Expedir los permisos, cesiones de permisos, cambios y ampliaciones de giros.
- IV. Vigilar el funcionamiento de los mercados públicos.
- V. Proveer los servicios públicos necesarios para el funcionamiento de los mercados públicos.
- VI. Instrumentar la señalización necesaria para la localización de los mercados públicos.

La administración, funcionamiento y organización del mercado publico recaerá en un consejo técnico, el cual estará integrado por dos miembros de la mesa directiva, un representante de la delegación, un representante de coabasto y el secretario técnico.

El consejo técnico tendrá las siguientes facultades:

- I. Proponer las ampliaciones, remodelaciones y obras para el mantenimiento del mercado público.
- II. Elaborar el programa anual de trabajo para la administración, mantenimiento y conservación del mercado público.
- III. Elaborar el proyecto de programa de desarrollo comercial del mercado público.

El secretario técnico (Administrador) tendrá las siguientes facultades:

- I. Llevar a cabo los actos relativos a la administración del mercado público de acuerdo con las disposiciones.
- II. Ejecutar los programas aprobados por el consejo técnico.
- III. Convocar y presidir las reuniones del consejo técnico.

El secretario técnico (Administrador) tendrá las siguientes obligaciones:

- I. Cumplir con las disposiciones que le encomienden las autoridades del departamento.
- II. Entregar mensualmente al consejo técnico un informe del estado que guarde la administración del mercado público.
- III. Conservar en estado de limpieza y funcionalidad las áreas comunes.
- IV. Llevar por lo menos, los siguientes controles y registros;
 - a) Del número de locales, tipo de giros comerciales y el del registro del propietario.
 - b) Del inventario actualizado de todos los equipos, útiles, herramientas, enseres, refacciones y, en general los bienes del mercado público.
 - c) De los ingresos que se obtengan y los egresos.

Los ingresos que se generen por el aprovechamiento de las áreas de servicios comunes en los usos que le son propios serán manejados por el consejo técnico, y se deberán aplicar en las obras y acciones de conservación, mantenimiento y mejoras de los mercados públicos.

El mercado de “Corpus Cristy” cuenta con 87 locales todos ellos se dividen de la siguiente manera:²

Locales n° 49, 50, 51 y 70 Poseen el giro de Pollería, desglosado; Pollo partido, gallina, guajolote, pavo, y algunas de sus vísceras.

Loc. n° 10, 11, 12, y 13 Con giro de Carnicería y tocinería; Carne de res, carnero y ternera en canal; para expender en sus distintos cortes. Además, carne de puerco en canal; para su venta en distintos cortes, manteca, chicharrón, longaniza y moronga.

Loc. n° 7, 8 y 87 Con giro sobre Cremería y salchichonería donde se expenden productos lácteos y sus derivados, huevo, jugos industrializados en lata y tetrapack, tostadas, maíz preparado para pozole, grasas vegetales, productos en conserva, así como, embutidos de carne, carnes preparadas y curadas, salmuera, latería, pan de caja, salsas, aderezos alcaparras, aceitunas chiles largos, chiles curados a granel, en frasco y lata, chorizo y carnes frías.

Loc. n° 3 y 5 Con el giro de Chiles secos donde se expende; Chiles secos e industrializados en gral. moles preparados en pasta y molidos, y frutas secas, pescado seco, camarón seco, materias primas para elaborar moles, canela, clavo, anís, comino, pasas, chocolates, almendras, pimientas, orégano, concentrados para aguas frescas, condimentos molidos.

Loc. n° 1, 6 y 29 Con el giro de Jarciería donde se realiza la venta de todo tipo de artículos de plástico, escobas, jergas, lazos, fibra, burros para planchar, charolas de lamina, etc.

Loc. n° 2 y 36 Dedicados a la Mercería donde se hallan, hilos, estambres, botones, alfileres agujas, resorte, sierras, art. confeccionados en seda.

Loc. n° 4 Mueblería, línea blanca y artículos electrodomésticos; Venta de toda clase de muebles, artículos electrodomésticos y línea blanca.

Loc. n° 9 Rosticería; Rostizado de aves en gral.

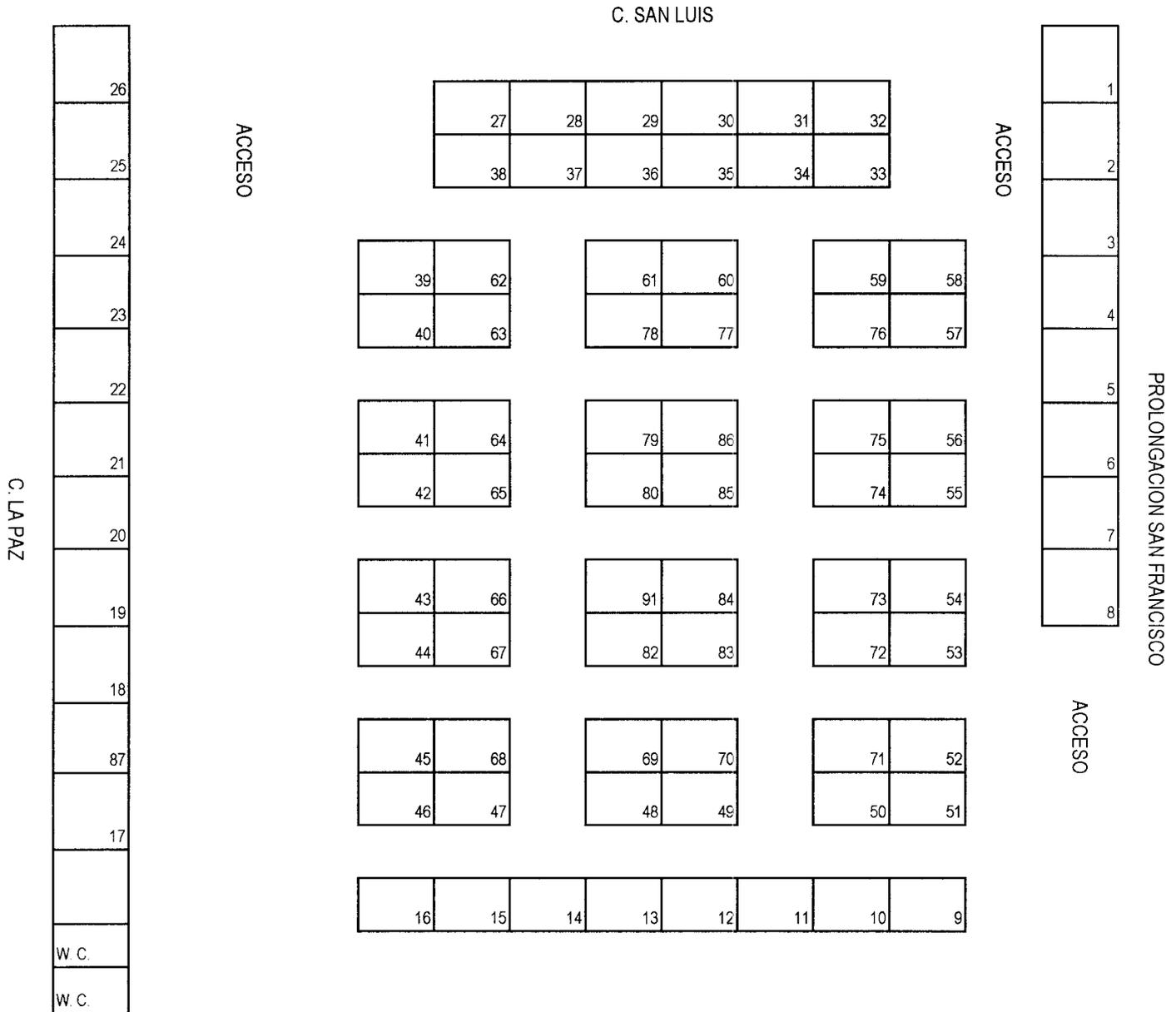
Loc. n° 14, 15, 16, 17, 18, 19 y 69 Abarrotes; Aceitunas, mostazas, jabones, huevo, sal, mermeladas, chiles curtidos, velas, veladoras, cerillos, harinas y leche en polvo, salsas, aceites, chiles largos enlatados y a granel, mayonesas, cajetas, frijol, arroz, habas, lenteja, garbanzo, empacadas; cafés, aderezos, latería de conserva, cereales, chocolates, especias, frutas en conserva, vinagres, moles en frasco, néctares, frijoles en caja e industrializados, chongos, mieles, botanas, pan molido y empaquetado, levaduras, productos para limpieza, jugos embotellados, almidón, avena en caja, gelatinas, flanes para preparar, budines, cocoa, palillos, servilletas y papel higiénico.

² VER DISTRIBUCION FISICA DEL MERCADO

DISTRIBUCION FISICA DEL MERCADO :

DELEGACION ALVARO OBREGON

MERCADO PUBLICO "CORPUS CRISTY"



Loc. n° 22 Zapatería; Calzado en general.

Loc. n° 21, 80 y 85 Perfumería y artículos de belleza; Esencias aromáticas, perfumes, cremas, aceites para dama y caballero y venta de todo lo relacionado con artículos de belleza.

Loc. n° 24, 34, 35 y 60, Artículos para regalo y ornato; Cerámica, porcelana, cristal, madera, peluche, joyería, flores artificiales, tarjetas de felicitación, llaveros, cuadros, todos estos artículos los deberán expendirse en envoltura para regalos.

Loc. n° 23 Imprenta; Impresos en general.

Loc. n° 25 y 26 Tortillería; Elaboración y venta de tortillas.

Loc. n° 27, 32 y 59 Ropa; Ropa en general y confeccionada en varios materiales.

Loc. n° 28 y 76 Tabaquería y dulcería; Venta de cigarros, puros, cerillos, encendedores, pipas, dulces en sus diferentes presentaciones en mayoreo a granel. Así como botanas, frituras de harina.

Loc. n° 30 Juguetería; Venta de toda clase de juguetes.

Loc. n° 31 Ferretería, tlapalería; Sin venta de solventes.

Loc. n° 33 y 57 Lencería y corcetería.

Loc. n° 37 Materias primas; Artículos para fiestas infantiles, bolsas de polietileno, grenetina, leche en polvo, pastas para fritura, cocoa, coco rayado, galletas, etc.

Loc. n° 38 Papelería, artículos para escritorio.

Loc. n° 61 Libros y revistas.

Loc. n° 58 Telas y blancos; Telas de todo tipo para su venta.

Loc. n° 73 Cerrajería; Venta y reparación de chapas, candados y llaves.

Loc. n° 48 Pescadería; Pescados y mariscos para su venta; no preparados.

Loc. n° 82 y 83 Palettería y nevería; Paletas, helados y nieves en todas sus presentaciones.

Loc. n° 81 Jugos y licuados; Venta de jugos y licuados en toda la variedad de frutas y leches, agua de sabores naturales y artificiales.

Loc. n° 84 Esquimos, raspados y malteadas.

Loc. n° 86 Torteria.

Loc. n° 46 y 47 Visceras; Panza y vísceras de res, puerco y carnero crudas y cocidas para su venta, cabeza de res y ternera de vientre.

Loc. n° 39, 40, 41, 64, 79, 78, 77 y 63 Comidas; Elaboración y venta de comida en general para llevar o consumir en el mismo local.

Loc. n° 42, 43, 44, 45, 52, 53, 54, 55,56, 71, 72, 74, 75, 65, 66, 67 y 68 Frutas, legumbres y verduras; Venta de toda clase de frutas y verduras en su estado natural.

Loc. n° 20 Reparación de aparatos electrodomésticos y venta de refacciones.

B) TECNOLÓGICOS; NORMATIVOS

Comerciantes permanentes, quienes hubiesen obtenido del Departamento de Mercados del D.F., el empadronamiento necesario para ejercer el comercio por tiempo indeterminado en un lugar fijo que pueda considerarse como permanente.

Los comerciantes que obtengan el empadronamiento necesario para ejercer el comercio en puestos permanentes o temporales, están obligados a realizar dicho comercio en forma personal o por conducto de sus familiares, y solamente en casos justificados se les podrá autorizar para que, durante un periodo hasta de noventa días, tal actividad mercantil la realice otra persona, quien deberá actuar por cuenta del empadronado.

Los comerciantes permanentes y temporales deberán empadronarse para ejercicio de sus actividades, en el Departamento de Mercados del D.F.

De los derechos, obligaciones y prohibiciones de los locatarios:

- * Ausentarse de su local hasta por treinta días, para lo cual deberá dar aviso al secretario técnico y designar por escrito a la persona que temporalmente atienda el local.
- * Remodelar su local previa aprobación del consejo técnico, de acuerdo a las necesidades de su giro, sin afectar a terceros, especificando las modificaciones pretendidas, detallando los materiales que va a utilizar y sometiéndose a lo establecido por la directiva.

Los locatarios de los mercados públicos tendrán las siguientes obligaciones:

- * Hacer uso adecuado de las instalaciones del mercado público, absteniéndose de alterar la estructura del inmueble sin previo estudio técnico y autorización correspondiente.
- * Utilizar las áreas de carga y descarga exclusivamente en el horario autorizado por el consejo técnico.
- * Cumplir con las disposiciones que emita el consejo técnico y el secretario técnico para el buen funcionamiento del mercado público.
- * Corresponsabilizarse con las personas que atiendan su local, por el incumplimiento a las disposiciones de este reglamento.
- * Respetar las áreas comunes.
- * Mantener limpios su local, pasillo contiguo e inmediaciones.
- * Tomar las medidas oportunas para evitar la presencia de insectos, roedores y cualquier clase de fauna nociva en su local, asimismo, donde se expendan productos alimenticios sin envasar, será obligatorio además, la instalación de dispositivos para combatir la fauna nociva que no utilicen productos químicos.
- * Apoyar y cooperar con las medidas higiénicas sanitarias que adopten el consejo técnico.
- * Atender con amabilidad y buenos modelos al público consumidor.

- * Respetar los horarios autorizados de apertura y cierre de su local.
- * Avisar al consejo técnico por conducto de la mesa directiva, cuando pretenda ceder su permiso.
- * Informar al consumidor de la calidad y exhibir el precio de sus productos y mercancías, así como pesar y empaquetar estos en presencia del comprador, utilizando material de empaque higiénico para los productos alimenticios.
- * Asistir a los cursos de capacitación que organice el departamento en materia de mercados públicos.
- * Tener surtidas y ordenadas las mercancías de su local.
- * Evitar en la venta de animales vivos, su maltrato.
- * Estar al corriente en el pago de sus obligaciones y derechos.

Los locatarios tendrán prohibido:

- * Contar con mas de un permiso.
- * Permanecer en el interior del mercado público después de la hora del cierre.
- * Colocar marquesinas, toldos, rótulos, cajones, canastas, huacales, jaulas y similares, que en cualquier forma obstaculicen el transito de los consumidores y locatarios en interior y exterior del mercado público o modifique la estructura del mismo.
- * Vender bebidas alcohólicas en envase abierto en los locales de los mercados públicos, salvo en el caso de la cerveza que podrá expendirse, previa autorización correspondiente, con el consumo de alimentos en las zonas autorizadas, y siempre que se cumpla con las disposiciones aplicables.
- * Ingerir bebidas alcohólicas en el interior del mercado público.
- * Almacenar y vender sustancias inflamables o explosivos en cualesquiera de las áreas de los mercados públicos.
- * Vender mercancías o productos en mal estado.
- * Ceder su permiso o cambiar su giro comercial sin la autorización correspondiente.
- * Usar cualquier aparato que produzca molestia a los demás locatarios y al público en general.
- * Arrojar cualquier tipo de producto o mercancías en estado sólido, así como sustancias tóxicas o peligrosas a la red de drenaje del mercado público.

C) ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El Departamento de mercados del D.F. agrupara los puestos dentro de cada mercado público, de acuerdo con las diferentes actividades mercantiles que se desarrollen en ellos.

Los comerciantes podrán organizarse en asociaciones:

- a) Estas asociaciones deberán tener personalidad jurídica.
- b) Deberán estar registradas ante el Departamento del D.F.
- c) Autoridades y/o asociaciones no conculcaran derechos individuales o de representación minoritaria.
- d) La Asamblea General de Comerciantes Locatarios deberá integrarse con un mínimo de dos terceras partes de los titulares y es el órgano autónomo máximo de decisión interna, en los asuntos trascendentales del mercado o concentración.

La asamblea general se constituye con todos los locatarios titulares registrados y tendrá las siguientes facultades:

- I. Aprobar el programa anual de trabajo de la mesa directiva.
- II. Aprobar el programa de desarrollo comercial del mercado publico.
- III. Vigilar que la mesa directiva cumpla sus resoluciones.

La mesa directiva, es el órgano de representación de los locatarios, y durara en su ejercicio tres años. La mesa directiva se integrara con un presidente, un secretario, un tesorero y los vocales. Al termino de su ejercicio, la mesa directiva en funciones deberá convocar a los locatarios para la elección de la nueva mesa directiva.

La mesa directiva tendrá las siguientes facultades y obligaciones:

- I. Representar legalmente a los locatarios.
- II. Informar a la asamblea general, el resultado del programa de trabajo del año anterior.
- III. Proponer ante el consejo técnico las prioridades en la realización de obras de conservación, mantenimiento y mejoras del mercado público.
- IV. Recibir y firmar de conformidad las obras que se realicen en el mercado público.

De los miembros de la asociación; Solo podrán ser miembros de la asociación, quienes acrediten en forma documental su calidad de comerciantes del mercado. La calidad de asociado será intransferible. Asimismo es requisito indispensable firmar solicitud de ingreso a la Asociación y ser de nacionalidad mexicana.

La Asamblea General de Locatarios es el órgano supremo de la asociación por lo que sus acuerdos serán válidos y obligatorios para los asociados aun ausentes o disidentes, se deberán cumplir y no serán revocados ni modificados por los otros órganos de la asociación, ni individualmente por sus miembros o por terceras personas. La Asamblea general de locatarios se constituye por los miembros de la asociación que se reúnen con el fin de sesionar, sus acuerdos obligan a todos sus miembros, presentes y ausentes. Las asambleas generales son ordinarias y extraordinarias.

Las asambleas Ordinarias, deberán celebrarse cuando menos una vez al mes y tendrán por objeto:

- Conocer los informes de actividades de la mesa directiva y otros órganos de la asociación.
- Conocer los estados financieros de la asociación.
- Aprobar, modificar o rechazar los informes, planes y programas.
- Resolver los demás asuntos generales que se presenten.

Las Asambleas Extraordinarias deberán celebrarse solo para tratar asuntos no presentados expresamente en las ordinarias para la resolución de asuntos urgentes que a juicio de la mesa directiva así lo ameriten y para el cambio y elección de los miembros de la mesa directiva y demás órganos de la asociación.

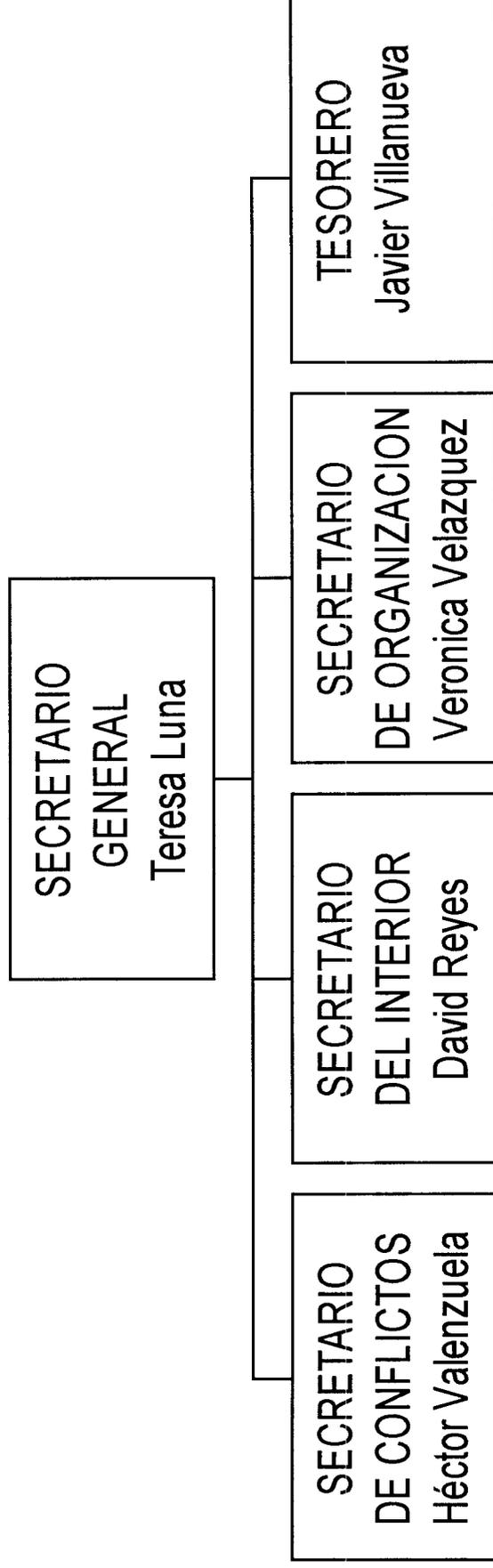
Las asambleas serán presididas por el Secretario General de la mesa directiva y en ausencia de este por el secretario del interior y a falta de este por cualquier otro miembro de la mesa directiva.

Para la ejecución de los acuerdos de la asamblea general de locatarios, cumplimiento de los fines de la asociación y en general para el gobierno, administración y dirección de la asociación, se designará un órgano ejecutivo y de representación de la misma. Dicho órgano será **la mesa directiva**, que estará integrada exclusivamente por miembros de la asociación de la forma siguiente: (VER ORGANIGRAMA)

- a) Un Secretario General
- b) Un Secretario de Conflictos
- c) Un Secretario del Interior
- d) Un Secretario de Organización
- e) Un tesorero

Los miembros de la mesa directiva serán elegidos cada 2 años en asamblea general, dichos cargos no serán renunciables salvo por causa de fuerza mayor debidamente comprobada.

ORGANIGRAMA



Son requisitos indispensables para formar parte de la mesa directiva:

- I. Ser mexicano de nacimiento.
- II. Ser mayor de edad.
- III. Ser locatario y estar registrado ante las autoridades correspondientes.
- IV. No haber sido expulsado ni estar sufriendo sanción alguna.

Son facultades y obligaciones de la Mesa Directiva:

- a) Representar a los miembros de la asociación ante el departamento del D.F. y todo tipo de autoridades y ante cualesquiera personas físicas o morales o dependencias e instituciones involucradas en la actividad comercial efectuada por los miembros de la asociación.
- b) Cumplir y hacer cumplir los estatutos de la asociación y los acuerdos que emanen de la asamblea general.
- c) Convocar, celebrar y dirigir las asambleas generales de los locatarios, responsabilizándola de vigilar el cumplimiento de los acuerdos que se tomen.
- d) Mantener permanentemente informada a la asamblea general de locatarios, respecto al desarrollo de sus actividades y cumplimiento de acuerdos.
- e) Gestionar ante el departamento del distrito federal, cualesquiera otras autoridades y entidades de los sectores público y privado, los apoyos y recursos financieros necesarios con el fin de mejorar los sistemas de comercialización del mercado, así como la capacidad económica y nivel social de todos los miembros de la asociación.
- f) Intervenir en la solución de los conflictos internos que se susciten en el mercado ante autoridades, particulares y entre los miembros de la asociación.

Facultades y obligaciones del Secretario General, tendrá en adición a otras que en su caso le confiera la asamblea general de locatarios, las siguientes facultades y obligaciones:

- a) Cumplir y hacer cumplir los estatutos y las resoluciones que tome la asamblea general de locatarios.
- b) Ser representante de la asociación ante el departamento del D.F., cualesquiera autoridad, personas físicas y morales y ante sus miembros, así como portar la firma social de la asociación.
- c) Contribuir a que el orden y funcionamiento del mercado no sufra alteraciones.
- d) Cuidar el correcto manejo de los fondos conjuntamente con el tesorero y comisiones involucradas en dicho manejo.
- e) Presentar el informe anual que la mesa directiva debe rendir a la asamblea general.

Facultades y obligaciones del Secretario del Interior. Tendrá en adición a otros que en su caso le confiera la asamblea general de locatarios las siguientes facultades y obligaciones:

- a) Convocar a la celebración de asambleas generales de locatarios extraordinarias, cuando para ello cuente, por lo menos, con la petición firmada del veinte por ciento de los miembros de la asociación.
- b) Convocar y celebrar reuniones de la mesa directiva de la asociación.
- c) Preparar los reportes que el secretario general le indique, con el objeto de informar a la asamblea general de locatarios.
- d) Fomentar, apoyar y participar en las labores de acción social que se efectúen en el mercado.

Facultades y obligaciones del Secretario de Organización. Tendrás las siguientes facultades y atribuciones:

- a) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de los estatutos, así como las resoluciones que tomen las asambleas generales de locatarios y la propia mesa directiva, en especial las relativas a labores de organización del mercado y la asociación.
- b) Fomentar, apoyar y participar específicamente en la organización de los miembros de la asociación, con el objeto de realizar compras y transporte en común, mantenimiento del mercado, higiene y salubridad, promoción y propaganda y uso de las instalaciones y equipo.
- c) Planear, organizar y participar en todos los actos relacionados con la celebración de asambleas generales de locatarios.
- d) Organizar y llevar la estadística y registro de los miembros de la asociación

Facultades y obligaciones del secretario de conflictos, serán las siguientes:

- a) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de los presentes estatutos y las resoluciones que tomen la asamblea general de locatarios y la mesa directiva.
- b) En coordinación con el secretario general, será el representante de la mesa directiva ante los miembros de la asociación, el departamento del D.F. cuando se planteen problemas y controversias relacionadas con la operación y funcionamiento del mercado, que afecten los derechos y los intereses de la asociación o de sus miembros.
- c) Fomentar, apoyar y participar en los planes y programas sociales del mercado, así como en la capacitación y adiestramiento de los miembros de la asociación y sus familiares.

Facultades y obligaciones del Tesorero, serán las siguientes:

- a) Cuidar el patrimonio de la asociación, asegurándose y vigilando que todos los gastos que se realicen sean destinados preferentemente para los fines que están autorizados.
- b) Llevar la contabilidad de la asociación, conservando todos los libros, documentos y comprobantes necesarios para acreditar sus ingresos y egresos, dando cumplimiento a las disposiciones legales, mercantiles, fiscales y de otro tipo, aplicables a los actos que se realicen.
- c) Participar en la elaboración del presupuesto anual y/o mensual de la asociación, asegurándose de sus cumplimientos, informando a la asamblea general de locatarios y a la mesa directiva en las fechas en que se señalen el estado financiero de la misma.

***DESEMPEÑO
ACTUAL DEL
SISTEMA***

El análisis de observación, se llevo a cabo durante tres semanas, se analizo puesto por puesto, resaltando número de clientes promedio, rotación de mercancías, personal que atendía, así como se lograron algunas entrevistas con los dueños. También se observo como funciona la mesa directiva, así como también de como funciona el mercado en cuanto a su auto-administración.

SISTEMA DE AUTO-ADMINISTRACION

El mercado funciona con un horario no fijo, cada locatario establece su horario de entrada, a partir de las 7:00 A.M., siendo a veces abierto un local a las 12:00 del día, algunos llegan a cerrar a la 1:00 P.M., siendo los miércoles los días mas inestables en cuanto al horario.

El mercado funciona de forma normal todos los días excepto miércoles y domingos, ya que se ponen cerca del lugar tianguis; uno a tres cuadras y otro a doscientos metros del mercado, algunos locatarios no abren esos días. El mayor movimiento dentro del mercado se realiza de 12:30 a 2:30 P.M., al existir cerca del lugar dos primarias, una secundaria y dos jardines de niños, lo cual obliga a las madres a aprovechar el viaje de dejar al niño y pasar a comprar lo que necesiten. Así como también se cuenta con tres fabricas cerca, donde los obreros acostumbran a ir a comer a los puestos de comida del mercado así como a comprar víveres para preparar ellos mismos su comida.

La competencia entre los locatarios se da de un forma sana, muchas veces al no poseer ellos un producto, lo consiguen con algún compañero o sugieren al cliente donde puede encontrarlo.

No todos los locatarios cuentan con un transporte para sus mercancías o a diferencia de otros no les traen directamente un proveedor, por eso, una forma practica que han encontrado algunos locatarios, es que ellos mismos contratan un camión para el transporte de sus mercancías de la central de abastos a la plaza, cada uno adquiere las mercancía donde mejor le convenga y la manda a un anden también establecido por ellos para cargar todo al camión, entre los propios locatarios se establece un horario de compra para evitar perdida de tiempo, siempre consideran apto un horario de 7:00 A.M. a 8:00 A.M., para comprar, tratando de que el camión salga a las 8:30 A.M. para llegar entre 10:00 A.M. y 11:00 A.M., las compras en la central las realizan de contado, pagando solo al camión el número de bultos a un precio de 4 pesos por cada uno, estas compras se llegan a realizar hasta tres veces por semana y en las temporadas hasta cinco veces, este servicio por lo regular lo utilizan las verduras y tiendas de chiles secos.

Los abarrotes así como las cremerias cuentan con un transporte propio para sus compras, y en función a la constante rotación de productos llegan a ir dos veces en un día a realizar sus compras, los demás locales hacen compras mínimas y ellos mismos las transportan.

El sistema de autoadministración del mercado hace que los locatarios sean responsables en el mantenimiento del mismo, para lo cual cada local realiza la limpieza de su pasillo, como también mantenimiento de su local, debe cooperar la cantidad de seis pesos por local para el pago de velador, el cual labora de las 7:00 P.M. a las 7:00 A.M., y tiene como función cerrar las entradas y no permitir el paso de personas ajenas después del cierre, así como también abrirlas para permitir el paso de los locatarios que realizan funciones matutinas, como las cocinas del preparado de desayunos, así como del camión de la basura, el cual realiza las acciones de limpia tres veces por semana, teniendo el mercado a su disposición un depósito de basura, para esto el tesorero pasa de puesto en puesto para cobrar, lo sobrante pasa la fondo de fideicomiso de ahorro del mercado y mes a mes se entrega a los miembros de la asociación un estado de cuenta. Esto, nos dijo el tesorero, sirve para cubrir los gastos del sistema de autoadministración, como el mantenimiento y las reparaciones que se necesiten en el mercado. En este mismo fideicomiso se integra también el pago por derecho de uso de suelo (art. 106 de la ley de hacienda del D. D. F.).

LA MESA DIRECTIVA

El administrador se presenta solo de lunes a viernes y su función consiste en ver que se apliquen los estatutos, realiza su recorrido todos los días verificando la limpieza de los pasillos así como que estén libres de estorbos para el libre tránsito así como también debe checar que los locales abran diario. Todos los días elabora un reporte de los locales que no abren, y antes de dirigirlo a la dirección de mercados consulta al secretario general sobre la sanción o acción a seguir.

La secretaria del mercado informa a la junta de los acuerdos con la delegación ya que se realiza una junta mes a mes con el jefe de mercados de como serán los nuevos acuerdos de trabajo, realiza también asesorías a los compañeros como ampliación o cambio de giro y es intermediadora entre la delegación y los locatarios, la secretaria se encarga también de realizar y organizar preparativos para fiestas conmemorativas dentro del mercado, ahora en estos días se encuentra organizando una rifa de despensas para este 10 de mayo, por lo cual cada local debe cooperar ya sea con 30 pesos o la misma cantidad en mercancía para las despensas, a cada compañero se le otorgan 100 boletos y en caso de requerir más debe aportar la misma cantidad recibiendo igual número de boletos.

EL FUNCIONAMIENTO DE CADA LOCAL DEPENDE DEL DUEÑO Y ES REGULARMENTE DE LA SIGUIENTE MANERA:

Loc. n° 1, con el giro de Jarciería (con un horario de 9:30 a 18:30 horas), atendido por el señor Jorge Castillo, el puesto se encuentra semivacio, debido a, como nos explica el señor Castillo, que posee además de este 5 puestos, por lo cual descuida completamente este, también debido a una mala administración por parte de sus yernos e hijos cuando hace años les cedió el control, lo descuidaron, su interés radica en enseñar a sus hijos y nietos para que un futuro ellos se hagan cargo del negocio, para lo cual considera levantarlos uno a uno. Ahora este local cuenta con poca mercancía y solo lo habré para que no se lo clausuren al parecer lo esta llenando poco a poco, ahora solo vende esporádicamente, solo tiene ventas mínimas y solventan los gastos de el señor sus otros negocios.

Loc. n° 2 Dedicado a la Mercería (con un horario de 9:30 a 18:30 horas), es atendido por la esposa del señor Castillo de nombre Josefa. Aquí quisiéramos aclarar que solo el señor Castillo y su esposa atienden sus locales, ya que sus hijos algunos están casados y poco les ayudan, otros aun se dedican al estudio, y solo les ayudan bien los fines de semana. Este local atiende regularmente, de 15 a 20 personas diario, teniendo la señora un trato mas directo con la clientela, ya que la mayoría de esta es mujeres, les brinda consejos útiles con respecto a la mercancía que adquieren tratando de satisfacerlas con lo que adquieren. Se surte una vez a la semana de mercancía, por lo regular los lunes y solo en caso de un pedido especial realiza dos viajes, a la señora le gusta su trabajo, lo cual constatamos y espera ayudar aún más a su esposo para salir adelante.

Loc. n° 3 Con el giro de Chiles secos (con un horario de 9:30 a 18:30 horas), es también propiedad del matrimonio Castillo, este local cuenta con la mayor atención por parte de los dueños, su número de clientes es de 25 a 35 al día, registrando un aumento en fechas tradicionales, memorables (24 de dic., 31 de dic., 15 de sept. etc.) así como los fines de semana, este local es atendido por los dos y debido a las ventas es surtido por los señores hasta tres veces por semana cualquier día excepto sábados que es cuando se habré más temprano.

Loc. n° 33 Lencería y corcetería (con un horario de 9:30 a 18:30 horas), también propiedad de los Castillo, cuenta con ventas de 5 a 10 personas por día, por las tardes es atendido por su hijo menor que regresa de la escuela, se surten ellos mismos los lunes.

Loc. n° 59 Ropa (con un horario de 9:30 a 18:30 horas), es el quinto propiedad de los Castillo, debido a no contar para realizar una inversión fuerte en este local; sólo se mantiene abierto, para evitar la clausura, solo se invierte en él en temporada escolar para los uniformes, sus dueños consideran una desventaja con respecto a los otros del mismo giro, la ubicación dentro del mercado.

Loc. n° 23 Imprenta, el último propiedad de los Castillo, debido a la lejanía de este con respecto a los otros, fue descuidado por los dueños, ahora no se realiza ningún servicio y existe en proceso: orden de clausura, sus dueños alegan que su no apertura se debe a la falta de fondos.

Loc. n° 4 Mueblería (con un horario de servicio de 10:00 a 16:00 horas), propiedad de Javier López, cuenta con un empleado, el dueño atiende una mueblería de su propiedad a unas cuadras de la zona. Se dedica a la venta de muebles de contado y a crédito, siendo el empleado el encargado de cobrar los abonos, para lo cual cuenta con una motocicleta para transportarse, los domingos instala muebles afuera del mercado exhibiéndolos con precio, estos los trae de su tienda con la ayuda de su camioneta maneja ahora alrededor de 150 créditos, algunas personas acuden personalmente a realizar su pago, maneja el dueño personalmente con una visita de dos veces por semana la contabilidad de su local.

Loc. n° 5 Con el giro de Chiles (con un horario de servicio de 8:00 a 17:00 horas), la propietaria es Guadalupe Reyes, ella es de las fundadoras, cuenta con un empleado que en este caso es su sobrina, la cual atiende el negocio de su tía de tiempo completo, es ella la encargada de las compras, así como de asignar los precios, acude una vez a la semana a la central de abasto (esto lo lleva a cabo los miércoles) ahí paga el servicio de la camioneta que surte a los mercados lo comprado, pagando 4 pesos por bulto, su clientela es entre unas 60 a 75 personas diario, las cuales, la mayoría son clientes de tradición, algunos aprenden a comprar aquí debido a que la sobrina de la señora tiene como madre a la dueña de la cocina (loc. n° 77, 78 y 79), lo cual le permite tener conocimientos culinarios y aconsejar que pasta o mole es mejor y la manera de prepararlo.

Loc. n° 79, 78 y 77 Comidas (con un horario de servicio de 6:30 a 19:00 horas), atendido por su propietaria María Reyes, su esposo, dos de sus hijas y una empleada, en las mañanas para abrir solo llega la señora y su esposo para prepara el café así como los desayunos, las demás incluyendo a la empleada llegan a las nueve, y solo se encargan de preparar la comida y atender a los que llegan a desayunar, preparan de lunes a sábado alrededor de cuatro guisados, cada uno con alrededor de 10 porciones, cerca de ahí se encuentran dos fabricas así como tres talleres y algunos repartidores que acostumbran a comer ahí, por lo regular siempre esta lleno y es debido a la buena atención de sus hijas por lo cual también la mayoría de los del mercado gusta de pedir con ellas su comida, si a alguna persona no le gusta lo que se preparo, se le hace alguna otra cosa. Los domingos a falta de talleres y fabricas solo se preparan dos guisados; se pone una plaza cerca y la mayoría de clientes de ese día son los del propio mercado, así como señoras que ese día no guisan nada.

Su número de clientes varía según el día por lo regular son más de cincuenta diarios, excepto el domingo, a falta de tiempo para ir a la central a las mercancías, se surte de los propios compañeros, pagando al contado sus mercancías o haciendo cuentas con ellos al terminar el día, el loc. n° 79 solo lo ocupa de bodega de refrescos.

Loc. n° 37 Materias primas (con un horario de servicio de 10:30 a 19:00 horas), este local está también unido con el local Loc. n° 28, siendo su dueña la señora Graciela Reyes, quien atiende el negocio a lado de su hija, su clientela varía de acuerdo al día de lunes a viernes es mayor de 70 y sábado y domingo solo llega alcanzar este número, su vista a la calle permite mantener abierto el local después del horario establecido así como tener vista para captar el mayor público, es el único local que vende bolsas y además cuenta con servicio de teléfono público, expende productos que le traen los vendedores, sabritas, candy max, etc., por lo cual solo una vez al mes acude a surtir de lo indispensable.

Locales n° 50 y 51 Poseen el giro de Pollería (con un horario de servicio de 8:00 a 16:00 horas), su propietario es el señor Ascencio Rojas, Su clientela es de 35 a 40 personas diario, además de que el mismo lo atiende cuenta con un empleado que se encarga también de abrir cuando él se va a surtir, actividad que realiza cada tercer día, descansa un día a la semana que es lunes, tiene poco tiempo con el puesto, no tiene más clientes que los que están ahora.

Loc. n° 9 Rosticería (solo habrá los sábados o días festivos), este es propiedad también de el señor Ascencio, lo atiende su esposa la cual prepara los pollos y los vende, por lo regular acostumbra hacer solo 20, debido a que en la zona hay tres rosticerías más, se venden todos, y si se acaban temprano estos 20 la señora ya no prepara más.

Loc. 70 Posee el giro de Pollería (con un horario de servicio de 7:30 a 16:00 horas), es atendido por su dueño Martín Flores y su hermano, su clientela rebasa los 50 clientes diario, ellos son los más viejos en el negocio del pollo, además de que no hay pollerías afuera del mercado, se surten los lunes y jueves, y debido a que los miércoles se pone un tianguis los miércoles a unas cuerdas del mercado prefiere cerrar, su trato a los clientes no es preferencial, trata a todos igual, y no permite a su hermano hacer privilegios, para los sábados y domingos se surte de gallina, en estos días cierra más temprano, porque acaba rápido su mercancía. Además de esto el señor es poseedor de dos carnicerías (loc. 10 y 11), las cuales no habrá él, por que considera más negocio el pollo y no tiene quien las trabaje, y solo las renta o busca comprador.

Loc. n° 49 Poseen el giro de Pollería (con un horario de servicio de 8:00 a 16:30 horas), Atendido por la hija de la dueña de nombre Itzel, su clientela es mínima, su venta del día no rebasa 10 pollos diarios, también tiene poco tiempo en el negocio; abren 5 días a la semana, ya que poseen otros dos locales, destinan poca inversión para este, se surten poco a la semana, y tienen que consumir ellos mismos el pollo que se les queda. Los otros dos negocios son:

Loc. n° 16 y 17 Abarrotes (con un horario de servicio de 8:00 a 17:30 horas), Atendidos por la señora Francisca y su hija, también aquí su clientela es mínima, de 30 a 50 clientes diario, se surte solo si se requiere, no tiene día específico, y paga a la camioneta los bultos que llegan, el loc. 17 solo lo tienen como bodega, es decir despachan solo en el 16 además de esto se encarga del servicio de baño, realizando la limpieza y cobrando, a veces solo hay una persona para atender los tres locales.

Loc. n° 12, y 13 Con giro de Carnicería y tocinería (con un horario de servicio de 7:00 a 17:00 horas), El cual es propiedad del señor David Reyes, su número de clientes es alrededor de 20 o más personas diarias, la carnicería es atendida por el señor, rara vez, a veces esta atendiendo su yerno, su nieto o su empleado, el local no presenta instalaciones higiénicas adecuadas, también frente al mercado hay otras dos carnicerías que representan a su mayor competidor, cierra a veces el local dos veces a la semana siendo irregulares los días. Su economía se solventa con otros puestos de su propiedad y son atendidos por su esposa e hija, los cuales son:

Loc. n° 40, 41, 64 y 63 Comidas (con un horario de servicio de 7:30 a 17:30 horas), atendido por la señora Carmelita, esposa del señor David, cuenta con una empleada, realiza diario tres guisados con 10 porciones cada uno, además diario vende quesadillas, para lo cual elabora los respectivos guisados, los locales 41 y 64 los acondicionó de tal manera que le sirven de comedor, acomodo tres mesas con capacidad de 5 sillas cada una así como también la barra de la cocina tiene capacidad de 10 gentes, se surte de carne de la carnicería de su esposo y la verdura la adquiere de los compañeros, solo la señora se encarga de los guisados, la muchacha de atender, lavar y llevar alimentos.

Loc. n° 7 y 8 Con giro sobre Cremería y salchichonería (con un horario de servicio de 8:00 a 17:30 horas), atendido por el señor Carlos y su esposa, tienen un empleado, cuentan con una clientela de 40 a 60 personas diario, cuentan con un amplio surtido de mercancía, la mercancía llega a ellos por medio de los proveedores, manejan alrededor de 15, la gente busca el mejor trato y por lo tanto los propios dueños buscan atender personalmente a la clientela para que los conozcan, además surten mercancía a partir de lo que la gente les pide, también dependen de la gente para la introducción de nuevos productos. Rotan frecuentemente las carnes frías y quesos, por lo cual a veces no aumentan sus compras.

Loc. n° 87 Con giro sobre Cremería y salchichonería (con un horario de servicio de 7:00 a 17:00 horas), es atendida por Verónica Vázquez y sus hermanos, su clientela es de más de 70 personas diario, manejan poca mercancía, destacando solo la marca alpura como única opción de crema en envase; así como de suelta, casi no manejan marcas de productos, lo que les permite la mayor atención de clientes son las clases de quesos que manejan, ya que ellos poseen más locales, tienen una camioneta que les sirve para buscar y determinar a sus proveedores y sus productos. La atención es pareja para los clientes. Además la familia Vázquez cuenta con otros cuatro locales los cuales son:

Loc. n° 39 y 62 Comidas (con un horario de servicio de 8:00 a 16:30 horas), atendido por la señora del señor Vázquez, cuenta con una clientela de 20 clientes a 30, debido a que es irregular, existen días en los que no habré, no realiza guisados completos, sino solo lo que la gente le pide, dedica la familia más atención a los otros negocios.

Loc. n° 18 y 19 Abarrotes (con un horario de servicio de 8:00 a 18:30 horas), Es atendido por el propio señor Vázquez y es el que posee más clientela dentro del mercado, debido a el tiempo que tiene el señor en el mercado, es de los fundadores, conoce a la mayoría de la gente del mercado así como a la de la colonia, su clientela asciende a más de 100 personas diario, el señor se surte 4 veces por semana de mercancía, dejando 1 día la camioneta para que sus hijos realicen sus compras y surtan el otro negocio o también el surte a veces la cremería, cuenta con dos empleados, los cuales atienden a la gente, mientras el señor realiza sus compras, lo busca mucho la gente debido a que solo el recibe vales de despensa y también presta mercancías a clientes conocidos. Realiza inventario cada mes y el mismo se encarga de su contabilidad, los domingos le ayuda su hija a atender.

Loc. n° 6 Con el giro de Jarciería (con un horario de servicio de 10:00 a 16:00 horas), atendido por su dueña la señora Sabrina y sus hijas, este negocio presenta pocos movimientos de ventas y de mercancía, no posee una clientela estable es esporádica, casi no hay nuevas mercancías. Además la señora posee otro local el n° 73 Cerrajería, el cual también presenta poco movimiento.

Loc. n° 29 Con el giro de Jarciería (con un horario de servicio de 10:00 a 16:00 horas), este local a pesar de tener dueño único se encuentra semivacio, además vende frascos de todos tamaños, su dueña la señora María no tiene la suficiente solvencia para surtirlo constantemente, es esporádico también aquí la clientela.

Loc. n° 36 Dedicado a la Mercería (con un horario de servicio de 11:00 a 15:00 horas), Es atendido por la señora Martha, la clientela es limitada además de los servicios que presta también da clases de manualidades como también de bordado, se surte una vez a la semana dependiendo de lo que necesita así como de pedidos especiales.

Loc. n° 14, 69 y 15 Abarrotes (con un horario de servicio de 8:00 a 18:30 horas), atendido por su propietario Javier Luna Cruz y su hijo, cuenta con una clientela de aproximadamente 100 clientes, se surte dos veces por semana y cuenta con el loc. n° 69 como bodega, la atención aquí depende de quien lo haga, el hijo casi no atiende o lo hace de una manera que no agrada a la gente, se muestra poco accesible, mientras su padre es lo contrario, busca más que nada quedar bien con la clientela y que esta vuelva pronto.

Loc. n° 22 Zapatería, este local a pesar de tener dueño se encuentra sin trabajar, se le da preferencia a los otros debido a que no hay fondos y el zapato es caro, se prefiere por parte de los dueños atender sus otros dos locales y tomar este como extensión de los mismos. Los otros locales son:

a) Loc. n° 38 Papelería (con un horario de servicio de 10:00 a 18:00 horas), Atendido por la señorita Blanca y su hermana, no posee un número específico de clientes, esto depende de los estudiantes de las escuelas de la zona. Su horario de trabajo no es fijo, cerrando los domingos, la manera de surtirse es dependiendo de sus ventas, lo que le haga falta o la temporada a celebrar.

b) Loc. n° 24 Artículos para regalo y ornato (con un horario de servicio de 10:00 a 18:00 horas), atendido por Mónica, vende regalos sólo en fechas especiales para sus clientes, por lo cual no es una clientela específica, sus mayores inversiones las realiza en días feriados como el 14 de febrero el 10 de mayo etc.

Loc. n° 21 Perfumería y artículos de belleza (con un horario de servicio de 11:00 a 16:00 horas), propiedad de la señora Juana, es atendido por una empleada, la cual tiene conocimientos en belleza solo habrá los fines de semana, la señora posee otro local fuera del mercado y por lo tanto no puede hacerse cargo del negocio, más que nada el local funciona como mayorista para que se surtan las estéticas de la zona.

Loc. n° 80 y 85 Perfumería y artículos de belleza (con un horario de servicio de 11:00 a 16:00 horas), Atendidos por su dueña la señora Estela y su hijo, ella maneja la venta de cosmético de menudeo, su clientela también es variada pero tampoco es poca; se surte una vez a la semana, además vende artículos para muñecas; su hijo también es dueño de la tlapalería y su otro hijo de la juguetería (loc. n° 30 y 31), el primero (tlapalería) es atendido por la esposa no tiene bien surtido debido al tamaño de los locales, y la esposa como él carecen de conocimientos sobre construcción y detalles, por lo cual pierden a veces clientela. El otro negocio (juguetería), carece de ventas fijas, la venta es esporádica y sólo se muestra la misma mercancía, se guarda la mayoría de las ganancias para invertir en temporada de invierno.

Loc. n° 34, 35 y 60, Artículos para regalo y ornato (con un horario de servicio de 11:00 a 16:30 horas, los sábados el servicio es hasta las 19:00 horas). Atendido por el señor Héctor Valenzuela, su esposa y sus hijos, también vende juguetes y maneja el servicio de apartado donde uno puede ir pagando como pueda y al terminar de pagar recibe su mercancía, además de la venta de regalos ahí también los envuelven, se surten los martes de acuerdo a las ventas de fin de semana. El loc. n° 60 solo lo usan como exhibidor, los fines de semana cierran mas tarde debido a que hay una iglesia cerca y cuando hay fiestas muchos invitados compran ahí su regalo de última hora.

Además de estos locales la cuñada del señor Héctor atiende otro local, el n° 58 Telas y blancos (con un horario de servicio de 11:00 a 17:00 horas), donde se venden cortinas como telas, además de que la señora las confecciona, la señora también funge como decoradora de interiores. Y sus compras dependen de acuerdo a la necesidad de sus clientes, destacando que en temporada vende tela para uniformes.

Loc. n° 25 y 26 Tortillería (con un horario de servicio de 6:30 a 17:00 horas), este negocio pertenece al dueño de tortilladoras de la zona, teniendo ahí su molino, cuenta con tres trabajadores los cuales atienden a toda la zona y que es la única tortilladora a 1000 metros a la redonda, llegan a producir hasta 20 bolas (teniendo cada una de estas un peso de 20 kilos), reciben la tarjeta de tortillas y a los que no llevan servilletas les venden el papel.

Loc. n° 27 Ropa (con un horario de servicio de 10:00 a 16:00 horas), este es atendido por su propietaria la señora Estela, el cual carece de nueva mercancía, los modelos son pasados, vende solo por temporada; ella atraviesa según nos comenta por una mala situación y en consecuencia ahora vende su local.

Loc. n° 32 Ropa (con un horario de servicio de 10:00 a 16:00 horas), Es atendido por la señora María y sus hijos, cuentan con un servicio de crédito para la ropa lo que permite ir la pagando como uno pueda, se surten una vez por semana y se asesoran en las tiendas donde compran con respecto a moda.

Loc. n° 76 Tabaquería y dulcería (con un horario de servicio de 11:00 a 18:00 horas), este es atendido por dos personas, siendo su dueño el señor Eduardo Hernández, su clientela es de 35 a 50 personas diario, se surte dos veces por semana y aumenta poco a poco su clientela debido al trato, atención y servicio que se presta.

Loc. n° 61 Libros y revistas (con un horario de servicio de 9:00 a 16:00 horas), Su dueña la señora Micaela es quien atiende este negocio, el cual es de cambio y venta de revistas atrasadas, también se dedica a la venta y reparación de piezas para licuadoras.

Loc. n° 48 Pescadería (con un horario de servicio de 8:00 a 17:00 horas), su dueño es Alfonso, también tiene poco tiempo con el puesto, pero es el único de la zona: lo cual le ha permitido tener una buena clientela, y que ha aumentado debido a la semana santa, se surte diario y esto le permite tener cosas frescas todos los días.

Loc. n° 82 y 83 Paletería y nevería (con un horario de servicio de 8:00 a 17:00 horas), es atendido por su dueño Joel Villanueva el cual despacha, elabora y surte su negocio, es la única paletería de la zona y llega a vender mas de 150 paletas al día.

Loc. n° 81 Jugos y licuados y Loc. n° 84 Esquimos, raspados y malteadas (con un horario de servicio de 10:00 a 17:00 horas), es atendido por su propietaria la señora Carmen Lara y su hija, es también única en su giro en la zona, adquiere sus mercancías en la central a donde va una vez a la semana su clientela varia de acuerdo al clima del día.

Loc. n° 42 y 65 Frutas, legumbres y verduras (con un horario de servicio de 10:00 a 16:00 horas), atendido por el señor Oscar López y su esposa tiene alrededor de 20 clientes al día, se especializa más en la verdura, se surte dos veces a la semana para lo cual alquila los servicios de la camioneta.

Loc. n° 43 y 66 Frutas, legumbres y verduras (con un horario de servicio de 8:00 a 16:00 horas), atendido por el señor José Palma con una clientela de alrededor 20 clientes, este señor solo realiza compras mínimas, si un cliente quiere más mercancía solo puede adquirir la que alcance, se surte él mismo diario, ya que sólo puede transportar poco.

Loc. n° 44 y 67 Frutas, legumbres y verduras (con un horario de servicio de 10:00 a 18:00 horas), siendo su dueño Javier Villanueva, cuenta con alrededor de 40 clientes, cuando en su local no tiene algo lo consigue con su prima la señora Teresa Luna, junto con ella realiza sus compras hasta de tres veces por semana, lo cual hace que tenga que abrir hasta que llegue de la central.

Loc. n° 45 y 68 Frutas, legumbres y verduras (con un horario de servicio de 9:00 a 17:00 horas), su dueño Vicente Medina, cuenta con una clientela aproximada de 35 clientes se surte igual que los demás (tres veces por semana), dependiendo del servicio de la camioneta.

Loc. n° 53, 72 y 54 Frutas, legumbres y verduras (con un horario de servicio de 9:00 a 16:00 horas), atendidos por sus dueñas; la señora Hilda Gutiérrez, y su hermana Rosa, los cuales funcionan de igual manera que los demás, teniendo una clientela de 40 personas diarias, el local 54 solo esta destinado a la venta de fruta los días de compra las dividen entre ellas y las transportan en la camioneta al igual que las demás.

Loc. n° 52 y 71 Frutas, legumbres y verduras, atendido por el señor Mauro y su esposa, su clientela es mínima teniendo poca venta, su local esta vacío como ellos mismos no lo comentan; que esto se debe en parte a gastos médicos que absorben sus ganancias, como consecuencia de su poca inestabilidad saludable.

Loc. n° 55 y 74 Frutas, legumbres y verduras (con un horario de servicio de 10:00 a 16:00 horas), atendido por Alberto Cruz, posee una clientela de más de cuarenta, debido a que da los precios bajos, ya que el señor cuenta con auto propio y no paga peaje sino que el absorbe esos gastos para poder dar un mejor precio; le ayuda a despachar su mujer e hija.

Loc. n° 56 y 75 Frutas, legumbres y verduras (con un horario de servicio de 8:30 a 19:00 horas), su propietaria Teresa Luna, cuenta con la ayuda de sus dos hijas para atender el negocio, se surte tres veces por semana, posee un auto en el que se transporta y realiza sus compras, lo que no puede llevar lo carga a la camioneta, siempre tiene surtido su puesto con una extensa variedad de productos, cuenta con alrededor de 60 clientes o mas diarios. También es dueña de el loc. n° 57 Lencería y corcetería pero no lo trabaja según nos comentó por falta de fondos.

Loc. n° 46 y 47 Visceras (con un horario de servicio de 9:00 a 16:00 horas), su dueño es el señor Manuel, y el mismo lo atiende, tiene un número de clientes aproximadamente mayor a los 30 diarios, es el único de la zona, se surte personalmente los martes, por lo cual ese día no habré su negocio.

Los locales n° 86 Tortería y n° 20 Reparación de aparatos electrodomésticos y venta de refacciones están en peligro de clausura pues ya no los abren. y no aparece su dueño.

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA

ETAPA A ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA

Estado de insatisfacción

Problema:

La mayoría de los locatarios enfrentan el problema de las bajas ventas.

Descripción de la problemática

Origen del problema:

Muchos consideran el problema debido a la cercanía de los tianguis que se colocan cerca, uno a mas de 1000 metros los miércoles, y uno cerca de un radio de 200 metros los domingos, los cuales al tener problemas de bodega, rematan a veces sus mercancías o dan precios mas baratos.

También se considera que al no respetarse el horario de trabajo por parte de otros locatarios, el publico consumidor busca los productos en otro lugar de acuerdo a sus necesidades de horario y adquiriendo sus otras mercancías de paso.

Otro problema que encontramos es el desabasto, debido a que se carece de inversión en algunos locales u otros carecen de productos debido a la falta de surtido de los proveedores.

Se encontró que los locatarios son también origen del problema, ya que les falta una educación técnica-administrativa para determinar sus costes y la utilidad que les permita seguir vendiendo y aumentar su clientela, ya que algunos cometen el error de aumentar a precios altos sus mercancías, alejando a la clientela de los demás negocios, obligando a esta a buscar otros mercados. Así como también existe una mala atención al publico, pues se carece de cursos de relaciones humanas y ventas, y la gente muchas veces resiente el trato y busca donde sea mejor atendida.

A veces en un día normal por lo regular están cerrados un numero no mayor de 6 locales de diferente giro.

Efectos:

Debido a él problema de las ventas, muchos locatarios han buscado ampliar su giro, además de que algunos no pueden mantener surtido el de ellos, algunos han considerado vender su local.

Este tipo de problemas puede traer consigo un abandono total del mercado, tanto de la clientela como de las familias de locatarios, que deberían buscar otra fuente para obtener sustento.

Posibles acciones y resultados esperados:

Las posibles acciones se deben pensar de acuerdo común entre todas las partes se sugiere primero reubicar los tianguis de acuerdo a los lineamientos que especifican que estos se ubicaran a 1500 metros radiales a un mercado publico.

Con esto se espera tener una mejor y más sana competencia con estos.

Con el problema del horario se consideraría restablecer dentro del reglamento el horario y establecerlo como norma de trabajo en el interior del mercado, con el fin de poder captar al público usuario del servicio, del horario matutino. Así como también sancionar a los compañeros que no habrán salvo previo aviso a la junta o a causa de fuerza mayor.

También debe establecerse con Coabastos y la Delegación un convenio mutuo de participación para que por parte de la delegación se creen cursos de capacitación a los locatarios sobre ventas, así como una relación de los mercados públicos cercanos a las zonas para con estos y Coabastos se logren acuerdos para realizar compras a un precio bajo.

También por parte del mercado “Corpus Cristy” debería adquirir una camioneta, con el fin de aminorar costos de transporte, y tiempo de entrega, con el fin de poder ofrecer mercancías a menor costo, al disminuir gastos, y ofrecer productos frescos, no esperando la camioneta que a veces llega después de medio día.

Recursos y restricciones:

Para todo esto se cuenta con el respaldo de la Delegación, la cual a través de la administración funciona vinculada a la problemática del mercado y ofrece todo tipo de asesoría técnica, se puede establecer la instauración de cursos para los locatarios sobre ventas, pero también se carecería de un horario fijo para estas actividades, en cuanto a políticas se carece por parte del secretario general de tiempo completo para cumplir su papel siendo difícil aplicar el reglamento en cuanto a horario de apertura así como descansos, también se nota que el secretario actúa de forma blanda debido al compañerismo que lo une con los demás, se puede hablar de un problema el aspecto de no tener contacto con los de el tianguis para poder negociar con ellos un acuerdo mutuo sobre renunciación, también las cuotas no permiten aspirar a adquirir un vehículo propio del mercado, ya que estas muchas veces son limitadas, muchos locatarios no aportan ya o son irregulares, y solo alcanzan para cubrir lo mínimo en gastos.

ETAPA B INVESTIGACIÓN DE LA REALIDAD

Todo lo concerniente a la fase I y II de el trabajo sobre el sistema del mercado “Corpus Cristy” así como sus antecedentes o marco teórico.

La elaboración del escenario de referencia, son todos aquellos aspectos de tipo normativo que buscan alcanzar la misión para la que fue creada el sistema.

ETAPA C FORMULACION DE LO DESEADO

Elaboración de lo deseado:

Menor precio = Mayor promoción = Mayor clientela = Mayor venta

Objetivos:

- ⇒ Organizar las compras de los locatario en un solo establecimiento de acuerdo al giro para obtener descuentos y poder así vender mas barato.
- ⇒ Concientización de los locatarios para;
 - a) Que habrán todos los días a un horario fijo de acuerdo al giro y la hora de mayor demanda.
 - b) Que tengan higiene y limpieza tanto en sus locales como en su persona, con el fin de causar buena impresión a la clientela.
 - c) Mejor distribución de locales, a fin de permitir al publico conocer y comparar precios no solo en una zona del mercado.
- ⇒ Competir con el tianguis, con productos de calidad, brindando un buen servicio así como precios bajos.
- ⇒ Surtir de lo que necesite la gente.
- ⇒ Adquirir un transporte para minimizar gastos de aquellas personas que gastan en el transporte de mercancías con el fin también de ahorrar tiempo en la entrega y que las mercancías lleguen frescas y temprano.
- ⇒ Organizar conjuntamente con la delegación cursos de ventas y relaciones humanas para aplicarlo a los locatarios.

ETAPA D EVALUACIÓN Y ANÁLISIS CAUSAL

Fuerzas y debilidades del sistema:

FUERZAS

El mercado es un sistema abierto puede adaptarse a los Cambios.

La mesa directiva es fuerte conoce su función

Al ser una autoadministración el mercado se hace cargo de sus gastos.

Todos los miembros cooperan con las actividades del mercado

DEBILIDADES

La mayoría de la gente que labora rebasa la edad de 40 años.

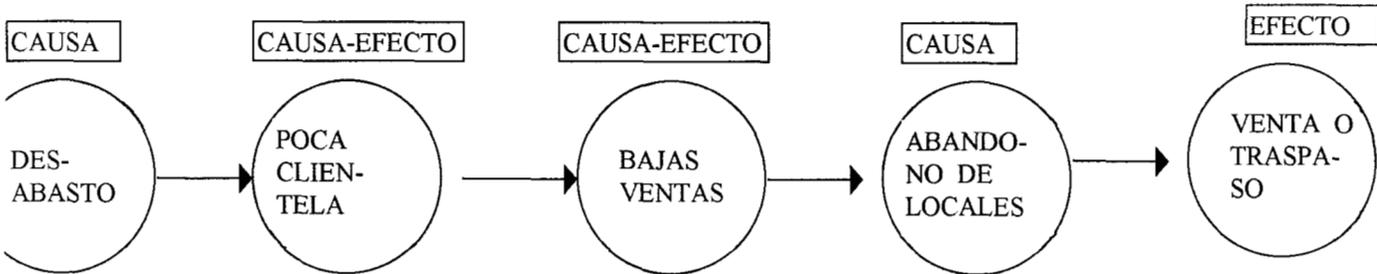
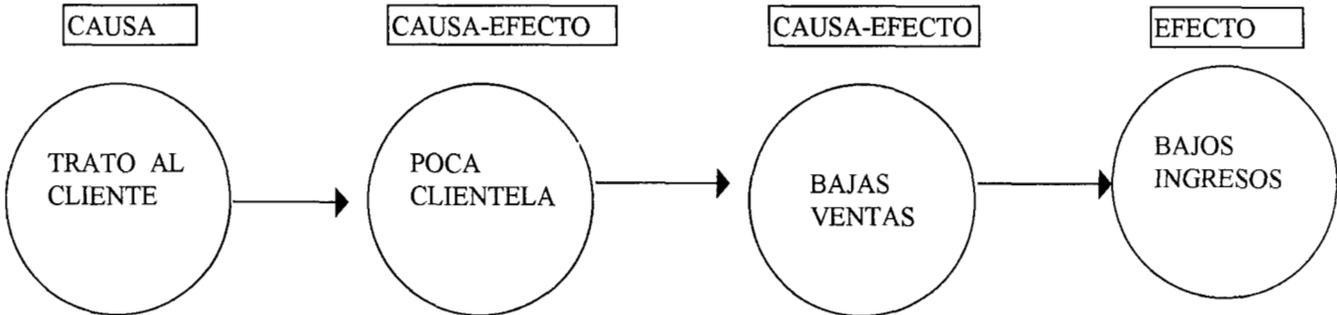
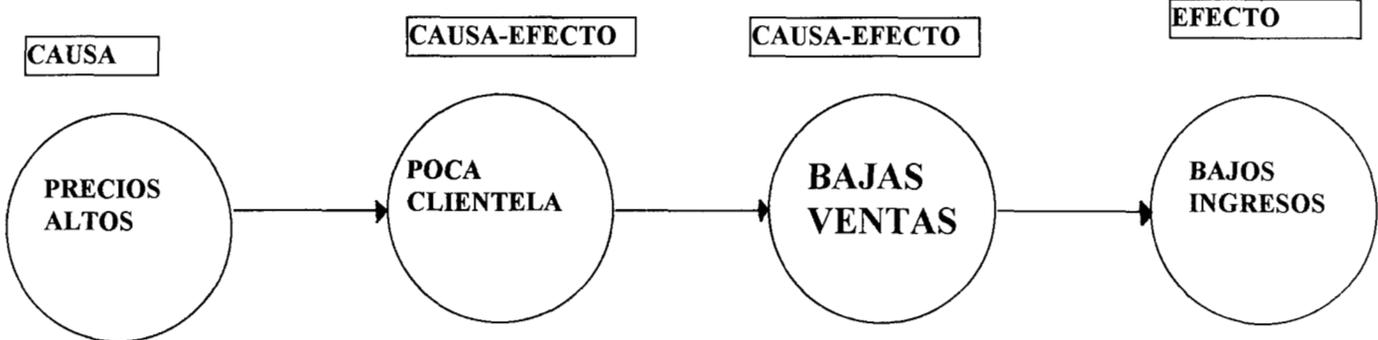
No a habido cambio de dirección en 5 años, la gente joven y nueva no tiene oportunidad.

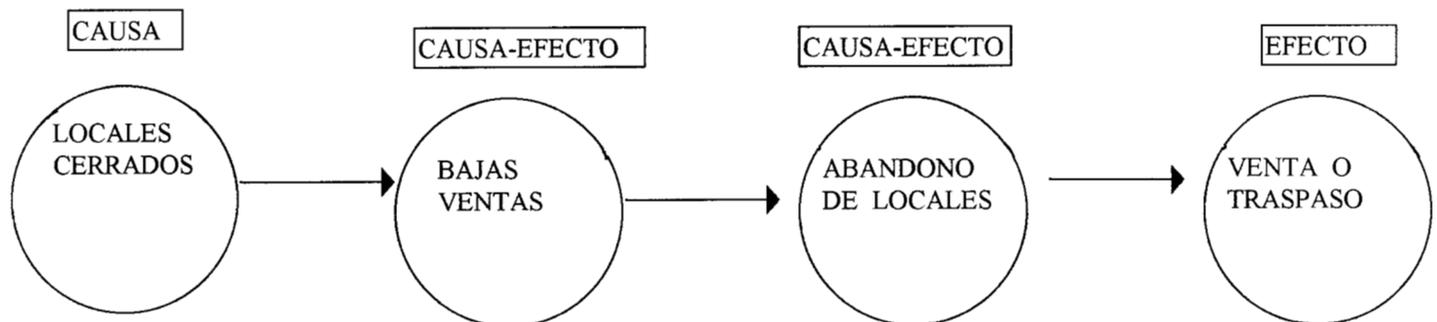
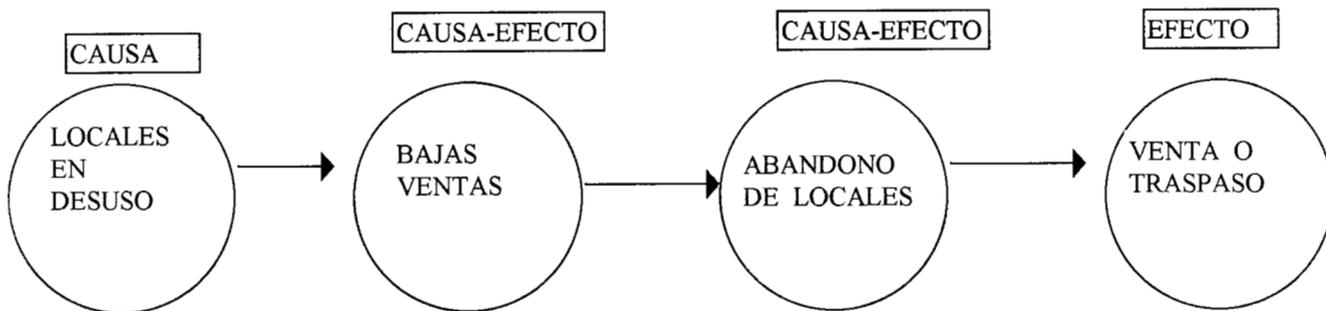
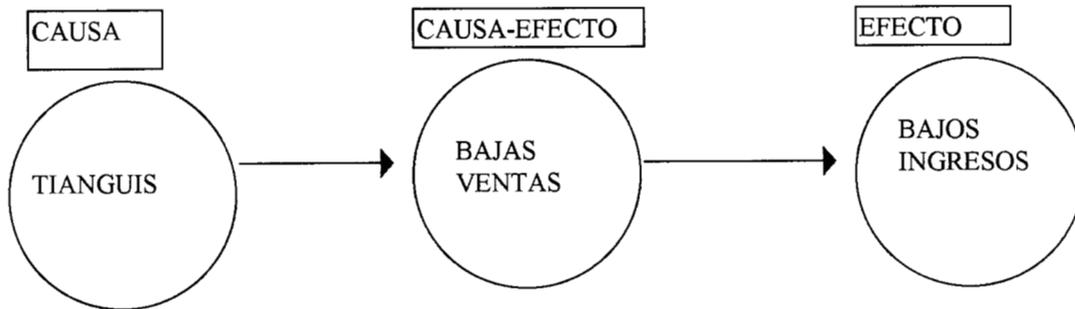
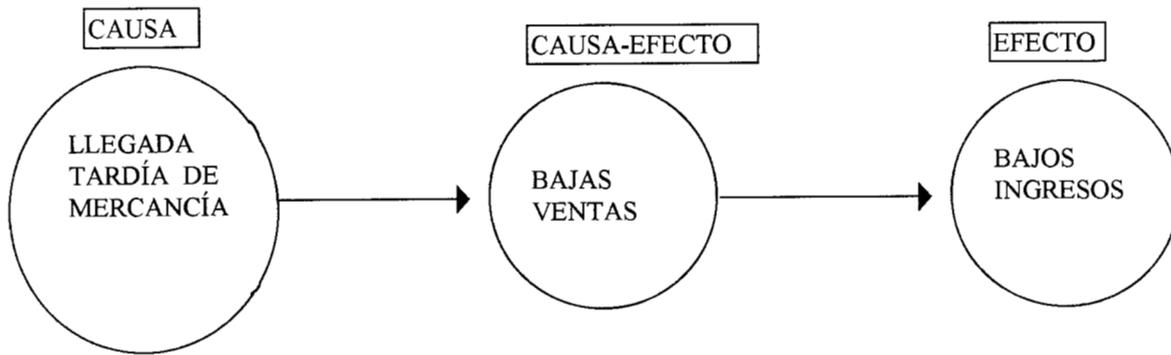
Al existir la autoadministración se pierde una vinculación con los otros mercados y la Delegación.

A veces no se captan los recursos económicos requeridos para las obras, o son mal distribuidos.

No existen los giros suficientes, faltan alguno que requiere la sociedad.

CADENAS LINEALES



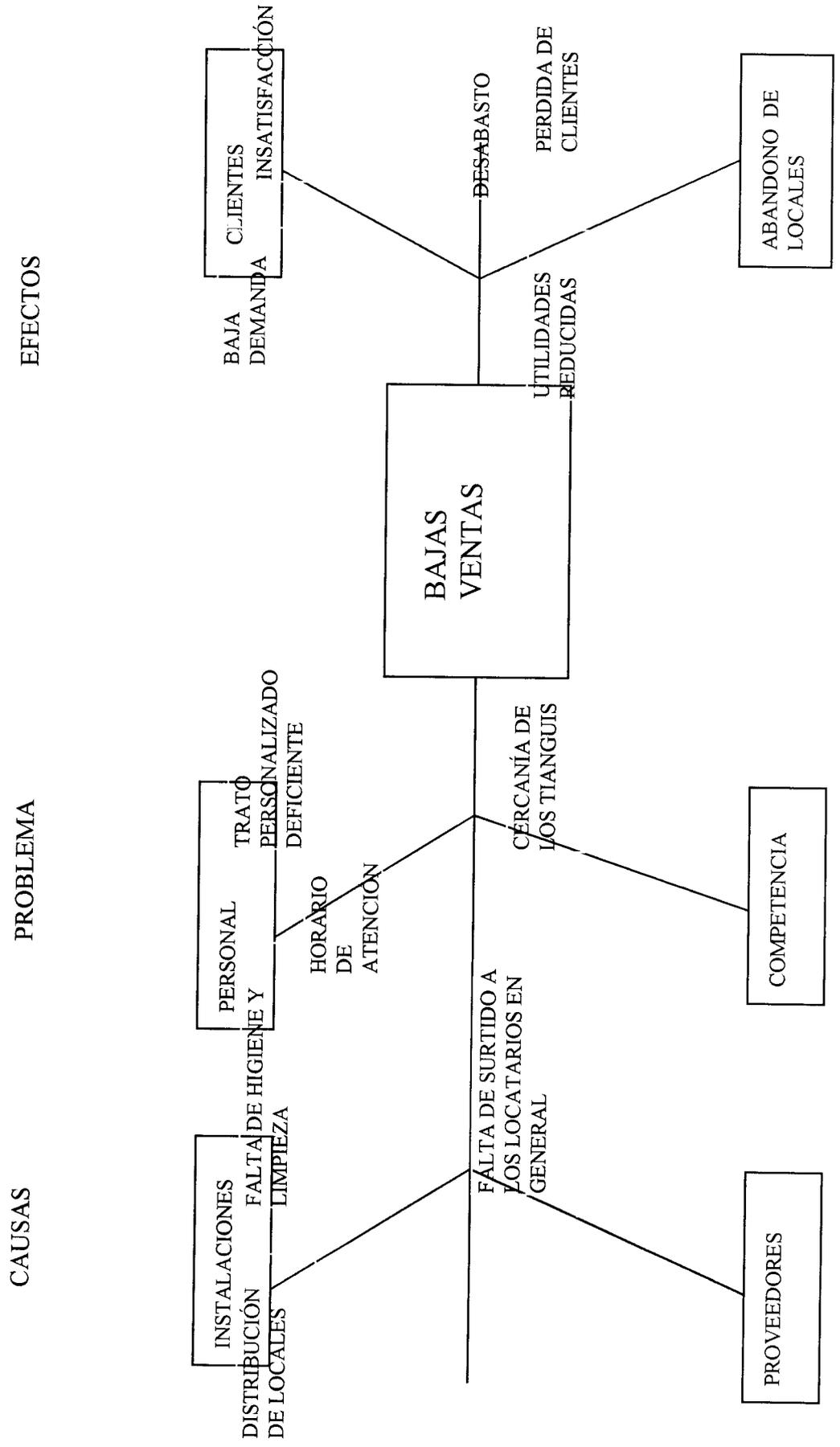


ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

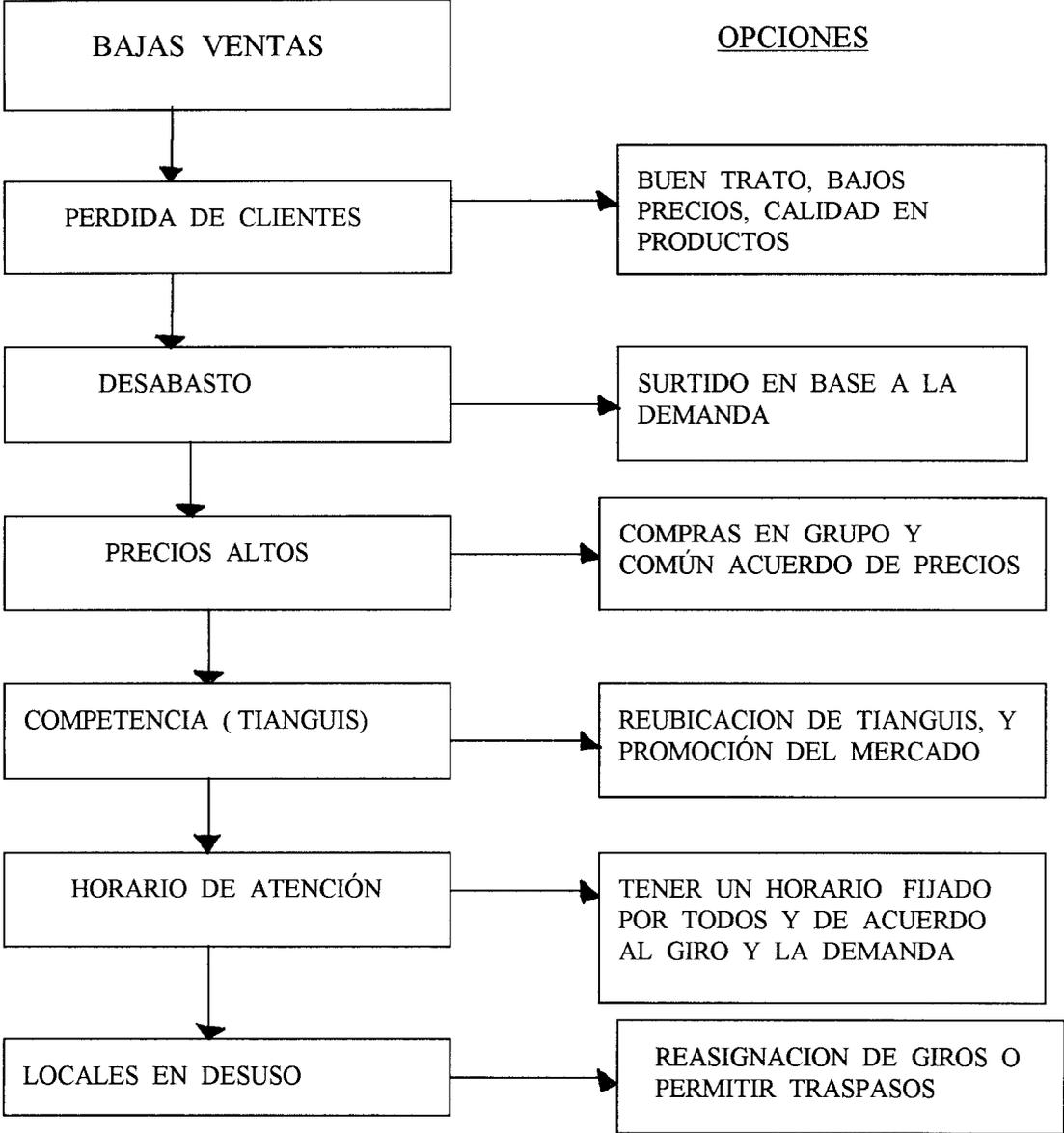
ALTERNATIVAS	RESULTADO ESPERADO
Reubicar los tianguis	Mejor y mas sana competencia
Establecer el horario de trabajo y abrir todos los locales	Captar mas publico y brindar mas servicios
Adquirir una camioneta, para uso del mercado.	Aminorar costos de transporte, y tiempo de entrega, con el fin de poder ofrecer mercancías a menor costo y productos frescos
Autorizar el doble giro de locales	Dar a la gente lo que busca
Establecerse con Coabastos y la Delegación un convenio mutuo de participación para realizar compras y capacitar a los locatarios.	Brindar un mejor servicio, atención y precio bajo.

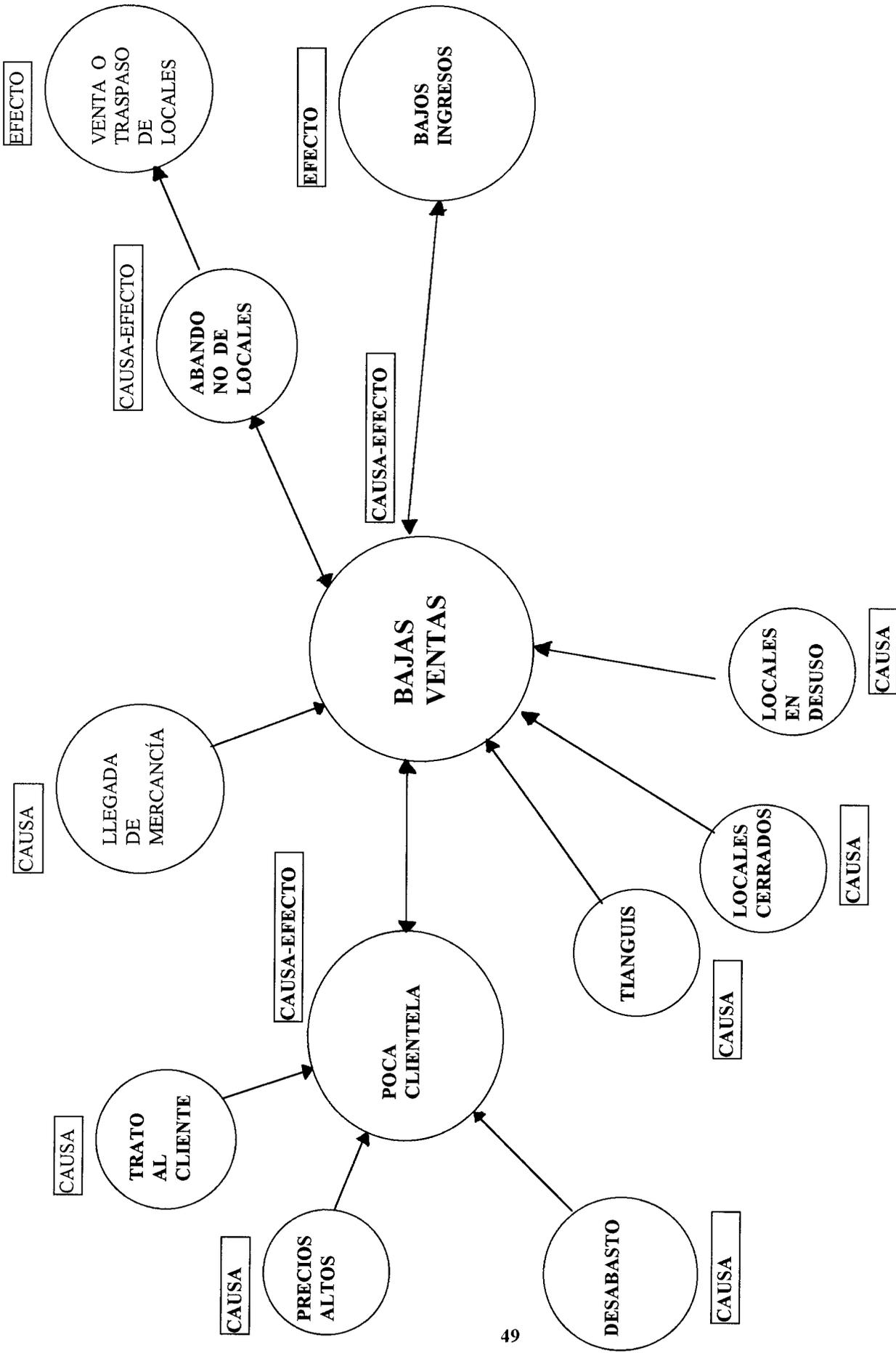
ANÁLISIS CAUSAL:

Diagrama Causa-Efecto



CADENAS CAUSA-EFECTO





CADENAS CAUSA-EFECTO