

## LOS MERCADOS TRADICIONALES COMO ATRACTIVO TURÍSTICO. MERCADO DE SAN JUAN PUGIBET

María del Carmen Navarrete Torres<sup>1</sup>

### **Resumen:**

Los mercados públicos tradicionales han sido un gran impulsor del turismo con un alto valor cultural, es una actividad que atrae al visitante. Desde 1855 El Mercado de San Juan ha fungido como centro de comercio, siendo uno de los más tradicionales y más antiguo de la capital. En sus inicios era llamado Mercado Iturbide, y era el principal distribuidor de víveres y enseres de la ciudad. Ubicado, en el Centro Histórico de la capital, cuenta con una gran variedad de productos exóticos de alta calidad. Este es uno de los pocos lugares donde se puede encontrar productos provenientes de la cocina prehispánica, como escamoles, chinicuiles, acociles, jumiles, rana, caracoles, ahuate, entre otras delicias mexicanas.

El objetivo fue analizar el mercado, con el fin de impulsar y darlo a conocer como parte de una estrategia de mercadotecnia, que podría tener éxito como una opción distinta en los recorridos ya establecidos que se realizan en la ciudad.

Se hizo una investigación documental con un enfoque cualitativo-descriptivo, se consultaron fuentes secundarias. Conclusiones. Las rutas y atractivos turísticos ya establecidos no siempre incluyen una visita al inmueble. El mercado San Juan Ernesto Pugibet, es ampliamente reconocido a nivel nacional e internacional por su venta especializada de productos gastronómicos, además de que es punto de referencia entre los habitantes de la capital. En la actualidad los propietarios de los locales se enfrentan a grandes retos derivados de los efectos de la pandemia y que los ha obligado a modernizar su tradicional forma de vender.

**Palabras Clave:** Mercados tradicionales, turismo, gastronomía

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas, México, mallynav@yahoo.com.mx

## **TRADITIONAL MARKETS AS A TOURIST ATTRACTION. SAN JUAN PUGIBET MARKET**

### **Abstract:**

Traditional public markets have been a great promoter of tourism with a high cultural value, it is an activity that attracts visitors. Since 1855, the Mercado de San Juan has served as a center of commerce, being one of the most traditional and oldest in the capital. In its beginnings it was called Mercado Iturbide, and it was the main distributor of food and equipment in the city. Located in the Historic Center of the capital, it has a wide variety of high-quality exotic products. This is one of the few places where you can find products from pre-Hispanic cuisine, such as escamoles, chinicuiles, acociles, jumiles, frog, snails, ahuate, among other Mexican delicacies.

The objective was to analyze the market, in order to promote and make it known as part of a marketing strategy, which could be successful as a different option in the already established routes that take place in the city.

A documentary research was carried out with a qualitative-descriptive approach, secondary sources were consulted. Conclusions. The routes and tourist attractions already established do not always include a visit to the property. The San Juan Ernesto Pugibet market is widely recognized nationally and internationally for its specialized sale of gastronomic products, in addition to being a point of reference among the inhabitants of the capital. Currently, the owners of the premises face great challenges derived from the effects of the pandemic and that have forced them to modernize their traditional way of selling.

**Keywords:** Traditional markets, tourism, gastronomy

### **1. INTRODUCCION**

Los mercados tradicionales forman parte de la economía e identidad de las ciudades, reflejan la historia y vida de una localidad. En ellos, se mezcla lo popular y el colorido. En estos espacios se descubren las tradiciones culturales. Es también un indicador de la situación social y en él se refleja, a través de la abundancia, escasez o ausencia de productos, la prosperidad, decadencia o crisis de un país, en el lugar se venden: alimentos, bebidas, artesanías, juguetes, y otros artículos más.

De igual manera se puede conocer el origen de los productos. Los estados de la República Mexicana están representados, en mayor o menor escala, en el mercado con granos, frutas, carnes, pescados, golosinas y verduras. El acomodo, es muy peculiar en los puestos en donde se destaca la variedad y el color.

Actualmente, estos asumen un papel importante en la economía de la zona, que contribuye a la sensación de propiedad de la comunidad, pero también sirven para aumentar aspectos de la cultura local como la comida. Cuando ésta juega un papel así, un mercado se convierte en el núcleo económico y social de cada sector de la ciudad.

Los mercados de la Ciudad de México son una oferta más económica y rápida dentro del comercio y la gastronomía, pero además son sitios con vida propia, costumbres y hábitos que son parte de la identidad.

El mercado de San Juan se encuentra ubicado dentro del centro histórico de la capital del país, declarado por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1987. El centro, es el de mayor extensión en América Latina y representa uno de los sitios turísticos más visitados a nivel mundial. Cuenta con un área, de seiscientos sesenta y ocho manzanas que albergan casi mil quinientos edificios y en ella se encuentra el mercado.

El San Juan, oficialmente llamado Ernesto Pugibet, e identificado por ser uno de los mercados públicos más raros de la Ciudad de México, comenzó como un tianguis modesto hace más de 150 años y actualmente es uno de los más populares por ofertar carne de diversas especies de aves, mamíferos, reptiles e insectos de vida silvestre, sin embargo su sello distintivo radica en la carne exótica: león, carne de elefante, búfalo, jirafa, cocodrilo, armadillo, jabalí, tepezcuintle, y además se pueden conseguir escamoles, hormigas chicatanas, chapulines, alacranes, chinicuiles y gusanos de maguey, entre muchos otros.

Hasta el día de hoy, continúan comercializando y ofreciendo al público platillos exóticos, como hamburguesa de carne de león o filete de cocodrilo, sin embargo, los comerciantes desconocen si los criaderos de donde proviene la carne se encuentran autorizados por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales o en su defecto es carne que se obtiene del mercado negro.

Existen “criaderos” llamados “Unidades para la Conservación, Manejo y Aprovechamiento Sustentable de la Vida Silvestre (UMA)”<sup>2</sup> y son estancias de Fauna Silvestre donde se buscan todas las alternativas viables que permitan la conservación de especies y la elaboración de productos y subproductos que puedan ser incorporados al mercado legal.

En la actualidad, se promueven muy poco las visitas a este sitio, comparadas con otros de la zona. El objetivo de la investigación fue analizar el mercado, sus características e historia con el fin de impulsar y darlo a conocer como parte de la oferta turística, que podría tener éxito como una opción distinta en los recorridos ya establecidos que se realizan en la ciudad.

## **2. MARCO TEORICO**

Para Mariaca, los mercados son aquellos espacios en “donde ocurren fenómenos de intercambio de mercancía e información resultante del medio ecológico, las culturas presentes, el desarrollo económico y tecnológico, y las características de las plantas, animales y hongos utilizados por los grupos humanos concurrentes” (Mariaca y López, 2017, p.17).

---

<sup>2</sup> <https://www.conafor.gob.mx/biblioteca/manejo-de-vida-silvestre.pdf>

En nuestro país estos inmuebles se encuentran en todas las entidades e incluyen diversos tipos como son: mercados sobre ruedas, tianguis, central de abastos, mercados urbanos y municipales. Aunque son en esencia de diversos tipos, se puede decir que son espacios de mucho movimiento y ruidos, en el que los aromas y colores de comidas, flores, personas, hierbas y frutas se entremezclan.

Cuando se habla de los mercados, se evoca el folklor, las frutas y las verduras, el colorido de las cosas, olores, sabores que de cierta forma permite adentrarse en la historia, la geografía y la vida popular del pueblo tradicional mexicano. (Anzures y Bolaños, 1991).

Los actuales mercados fueron edificados en las décadas de 1940 y 1950 y respondieron a la necesidad de las autoridades de administrar y organizar a los vendedores, así como de garantizar un espacio salubre para la venta.

Muchos de estos, cuentan con un tianguis, o día de plaza, ocasiones en que se ven más abarrotados de lo normal y los puestos se instalan y desbordan en las calles aledañas afuera del inmueble. El tianguis, aunque ha sufrido modificaciones y adecuaciones, es una tradición de origen mesoamericano. Proviene de tianquiztli, que es el sitio para vender, comprar o permutar y son aquellos que se realizan al aire libre en un día específico cada semana (Montemayor, 2007). En zonas como el centro del país, muchos de ellos, así como, los llamados mercados sobre ruedas se dispersan de manera independiente de un mercado fijo.

En la capital del país se cuenta con aproximadamente 329 mercados públicos, conformados por 69 mil locales comerciales ubicados en un espacio de 600 mil metros cuadrados, que generan empleos directos para más de 70 mil personas y abastecen semanalmente a más de 3 millones de personas a este número de comercios se añaden las 10 Rutas del Programa de Mercados sobre Ruedas, y todos los tianguis, bazares y complementarios que se encuentran en la Ciudad de México; mismos que suman una población objetivo de más de 100,000 personas. Toda esa estructura abastece a buena parte de los cerca de 12 millones de capitalinos, así como de los más de 22 millones de habitantes del área conurbada<sup>3</sup>.

En la actualidad la ciudad cuenta con tres tipos de mercados: los tradicionales, los supermercados y los mercados alternativos. Estos, son una fuente de ingresos para productores del campo; sean campesinos, sea un empresario agrícola, o bien una cooperativa que vende en volumen a un grupo comercial; lo mismo vale para un agroecólogo que tienen un puesto en un mercado alternativo en el que vende directamente las lechugas orgánicas que produjo en un sistema sustentable, Cruz, (2020).

En Tamagni, ( 2003), se menciona que *Los mercados son espacios de resistencia cultural que han protegido al territorio*, y a través de ellos, se pueden revivir ciertas costumbres y tradiciones de los pueblos y etnias mexicanas; por esta razón a los mercados tradicionales se les considera elementos de la propia cultura y por ese mismo hecho, elementos de identidad, pues este recinto no solo es un espacio exclusivo para el comercio sino también de aspectos sociales, económicos, culturales y religiosos. (Anzures y Bolaños, 1991).

---

<sup>3</sup><https://www.sedeco.cdmx.gob.mx/servicios/servicio/conoce-los-329-mercados-publicos-de-la-ciudad-de-mexico>

Un mercado incluye tradiciones culturales e identidad, es un indicador de la situación social, en el cual se refleja la decadencia o crisis de un país a través de la abundancia o la escasez de sus productos.

Los mercados tradicionales presentan variaciones tanto en forma, color, olor, y situación geográfica que permiten conocer; costumbres, tradiciones, los roles sociales que ahí se desarrollan y además agregando el valor comercial que poseen para las regiones indígenas del país. En estos sitios, se ofrecen platillos elaborados de manera rápida y sencilla a la vista del visitante.

Hoy en día, los turistas están dispuestos a pagar una cantidad mayor de dinero por obtener experiencias cautivadoras que motiven sus intereses y expectativas, mismas que el producto turístico de la gastronomía es capaz de satisfacer plenamente (Mehmetoglu y Engen, 2011).

Los mercados de la Ciudad de México, tal como los conocemos son construcciones cuadradas, con techos altos y con muchas entradas y salidas; con locales que se distribuyen por tipo de productos, que se agrupan en filas; en donde se expenden una enorme cantidad de bienes, que muchas veces rebozan entre los pasillos y apenas separan a una fila de puestos de otra; cuentan con órganos de administración propios. En la tabla 1 se presentan los principales tipos de mercados tradicionales.

**Tabla 1.** Mercados Tradicionales

Nombre	Características	Venta
Central de Abasto	En la actualidad es el principal mercado mayorista y minorista de productos de consumo, como abarrotes, víveres, frutas, mariscos, pescados, de la Zona Metropolitana del Valle de México y por su tamaño es el más grande del mundo.	Suministra aproximadamente el 80% de consumo de alimentos de la ciudad y atrae a más de 250 mil personas por día y cuenta con más de 2 mil vendedores.  Se comercializan más de 15 mil productos de todos los estados de la República Mexicana y de más de 10 países del mundo.
Mercado de Sonora	Inaugurado el 23 de septiembre de 1957 y llamado así por su cercanía al Cine Sonora, este espacio cobró su forma actual en la década de los setenta. Se ubica en Fray Servando Teresa de Mier 419, Merced Balbuena, Venustiano Carranza. Lunes a domingo de 9 am a 7 pm.	Venta de hierbas. Es famoso por poner a la venta pociones o remedios. Es el epicentro del misticismo y la cultura ancestral de la Ciudad de México.  Es posible adquirir accesorios y alimentos para mascotas, cerámica y barro, juguetes, disfraces, utensilios de cocina y más

<p>San Juan</p>	<p>Es el mercado más exótico por la variedad de productos que se ofertan.</p> <p>Se ubica en la calle Ernesto Pugibet 21, Centro Histórico.</p> <p>Lunes a domingo de 9 am a 5 pm.</p>	<p>Venta de alimentos gourmet y frutas exóticas como el maracuyá, el pérsimo y la carambola. Sin embargo, su sello distintivo radica en la carne que venden sus locatarios: armadillo, jabalí, tepezcuinte, avestruz o búfalo.</p> <p>La experiencia del paladar se complementa con sus pescaderías y su oferta de mantarraya, cangrejo moro, salmón, cangrejo o anguilas.</p> <p>Y con la zona especializada en gusanos probar escorpiones, ranas, escamoles y el tradicional gusano de maguey.</p>
<p>Jamaica</p>	<p>Abrió sus puertas el 23 septiembre de 1957 para guarecer a comerciantes que se encontraban cerca de la garita de La Viga.</p> <p>El mercado está ubicado en la esquina de Congreso de la Unión y Avenida Morelos.</p>	<p>Es conocido por la oferta de flores y plantas ornamentales nacionales e internacionales. cuenta con alrededor de 5 mil tipos que adornan sus pasillos con diversos colores, formas y tamaños</p> <p>Hay mil 500 locales dedicados a la venta de arreglos y accesorios como macetas, instrumentos de jardinería, tierra y composta</p> <p>Locales prominentes y bastos en mercancía que también incluye frutas, legumbres, carnes nacionales y una basta oferta de locales de comida</p>
<p>Coyoacán</p>	<p>Está ubicado cerca del centro de Coyoacán y su inauguración como mercado oficial data de 1921, sin embargo, fue hasta 1956 que se instaló en la calle de Allende.</p>	<p>La visita a Coyoacán tiene como parada obligatoria este espacio de tradición en donde puedes encontrar desde zapatos nuevos y sandalias de cuero hasta plantas de interior y fruta fresca.</p> <p>Cuenta con tres naves que conforman el mercado y comprar carne, quesos, o visitar la sección de comida con sus reconocidas tostadas acompañadas con guisos como papas en salsa verde, pata o pollo, y una oferta de aguas frescas de horchata, chía con limón y jamaica.</p>

Fuente: Elaborado con datos de Mercado CDM

En el contexto de la normalidad, los mercados populares juegan un rol importante para el intercambio de bienes o servicios, de información, y de cultura. Los mercados públicos en las

ciudades son los espacios del abastecimiento popular; mientras que en las zonas rurales permiten que los campesinos pongan en circulación sus productos a la vez que se abastecen lo que necesitan.

Como definición se podría decir que la experiencia es personal, en la que el elemento principal son las emociones del individuo, que van ligadas a los productos y servicios consumidos los cuales crean los estímulos, como señala Holbrook (1982).

La vivencia que experimentan los visitantes representa uno de los cambios más destacados en la demanda turística. Eso se debe a que los viajeros tienen más elementos para juzgar las visitas.

(Sancho, (1998) comenta que para un turista que viaja a un destino no lleva a cabo únicamente un desplazamiento físico. El viaje realmente reside en el interior de la persona y es representado por las percepciones subjetivas y personales que le producen el lugar visitado (Carballo y Moreno-Gil, 2015).

Dentro de las 18 rutas gastronómicas existentes en México, se encuentre La *Ruta de los Mercados*, que incluye los estados de Morelos, Guerrero y México y cuyo atractivo principal son estos lugares de abasto y tianguis, algunos de ellos con gran tradición y de origen prehispánico. (Sectur, 2015).

En la actualidad la Secretaría de Turismo, está valorizando la riqueza gastronómica, cultural, histórica y patrimonial de los mercados y tianguis del centro de México.

### **3. MATERIALES Y MÉTODO**

El método que se aplicó fue de una investigación documental de tipo descriptivo que de acuerdo con Baena (1985) busca y analiza información por medio del análisis crítico de documentos y materiales de bibliotecas, hemerotecas y bases de datos. Otras fuentes consultadas fueron revistas de divulgación y libros relacionados con el tema.

## **4. RESULTADOS**

### **4.1 Mercado de San Juan Pugibet**

El Mercado de San Juan es un conjunto de tres mercados públicos ubicados en el barrio de San Juan del Centro Histórico de la Ciudad de México. Están ubicados en el emplazamiento histórico de uno de los mercados más antiguos de la ciudad y que en sus inicios, se utilizaba como un punto de venta de esclavos.

La alcaldía Cuauhtémoc es el corazón de la capital, y en ella se encuentra su Centro Histórico. Las construcciones que se encuentran en la colonia son de gran antigüedad, con un tiempo de vida de hasta 500 años o más; se hallan claros ejemplos de las edificaciones llamadas vecindades, aunque muchas de estas ya no son habitadas.

El mercado tiene sus orígenes en un tianguis indígena establecido en el barrio de San Juan Moyotlan, siendo este un lugar estratégico para el transporte de la mercancía, el cual se realizaba en canoas. La historia del mercado se remonta al año 1855, al inicio de la época Colonial, con

el paso del tiempo una gran cantidad de comerciantes se establecieron en las calles y plazuelas de los alrededores, situación que llevó a la construcción de un mercado fijo en la plaza de San Juan en 1850, al que se le dio el nombre de Mercado de Iturbide (Delgado Calderón, 2015).

En este lugar se dedicaban principalmente a la venta de carnes frescas tanto de cerdo como de res y conservó su nombre hasta 1879 cuando recibió el nombre de Mercado de San Juan

**Figura 1.** Mercado de San Juan en 1850



Fuente: Buena comida México

A finales del siglo XIX, Ernesto Pugibet, construyó en el barrio de San Juan una cigarrera llamada El buen Tono demoliendo el convento San Juan de la penitencia ubicado a un lado del mercado y construyendo a su vez la iglesia de Guadalupe.

En 1933 se comenzó una reorganización de los mercados populares y edificios aledaños, se demolió el viejo mercado San Juan y los comerciantes fueron trasladados provisionalmente a una de las bodegas de la cigarrera El Buen Tono, en donde nació el actual mercado San Juan Ernesto Pugibet inaugurado oficialmente el 1 de mayo de 1955.

Con el paso del tiempo el mercado amplió la oferta gastronómica para todos aquellos políticos, ciudadanos, chefs y restauranteros que gustaban de probar nuevos sabores, demandaban productos gourmet y exóticos para sus preparaciones (Delgado Calderón, 2015).

Hoy en día, es punto de referencia para turistas locales y foráneos, y provee de recursos a chefs y estudiantes de la materia.

Está ubicado en el Centro Histórico de la Ciudad de México, junto a la Alameda Central, en lo que fuera la bodega de la antigua fábrica de cigarros El Buen Tono. Ha desarrollado actividades por casi 60 años dentro de un edificio que, en principio, no fue diseñado para operar como mercado.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> <https://www.archdaily.mx/mx/958671/mercado-de-san-juan-ernesto-pugibet-a-911>

**Figura 2.** Mercado San Juan en la actualidad



Fuente: Tomado de Mercados de la ciudad de México

El mercado Pugibet se encuentra especializado en la venta y preparación de comida exótica y cotidianamente es visitado por chefs, restauranteros especializados, artistas, políticos y en general por personas que buscan comprar o probar algo fuera de lo ordinario.

En la tabla 2 se muestra la descripción de las 3 naves.

**Tabla 2.** Naves del Mercado

San Juan Arcos de Belém	Cuenta con 399 locales, se ubica en Arcos de Belém y López, entre Eje Central y López, se fundó el 14 de diciembre de 1955.
San Juan Curiosidades	Alberga 176 locales, se encuentra entre Ayuntamiento, Aranda y Buen Tono, se fundó el 14 de septiembre de 1970
San Juan Pugibet	Cuenta con 361 locales, y se encuentra en Ernesto Pugibet entre Luis Moya y Buen Tono, se fundó el 1 de mayo de 1955

Fuente: Elaboración con base a Secretaría de Desarrollo Económico

Los locales se distribuyen a lo largo de pasillos transversales que atraviesan el mercado de lado a lado. No existe un orden lógico en el acomodo de los establecimientos, las carnes,

verduras e insectos se encuentran esparcidos por todo el lugar, algunos establecimientos cuentan con más de un local y en algunos casos particulares como “El Gran Cazador”, cuentan con su propia parrilla en donde pueden asistir a degustar las preparaciones gourmet de los alimentos exóticos a la venta. La apariencia del mercado de San Juan es muy similar a las de otros mercados de la CDMX, la gran mayoría de los productos se encuentran expuestos en los puestos de los locatarios presumiendo su calidad y variedad.

Así como en otros establecimientos similares, en el mercado se escucha a los locatarios pregonar la gran variedad de los artículos que ofrecen, pero el fraseo y el contenido de los mensajes es muy diferente al que se puede escuchar en otro sitio.

#### 4.2 Venta de insectos

En el mercado se puede observar la gran cantidad de productos exóticos ofertados por los vendedores, dichos artículos buscan ser exhibidos de tal forma que la gente pueda verlos, olerlos y hasta sentirlos. La exhibición de los alimentos a granel dentro del mercado es un acto común, es habitual ver algunos animales tendidos, insectos amontonados y frutas apiladas sobre las barras de los negocios.

Algunos comerciantes del mercado afirman que la mayoría de sus clientes son particulares por encima de las cadenas o establecimientos restauranteros, algunos de ellos compran de forma habitual y otros lo hacen por curiosidad. En la figura 3 se muestran los insectos que más se consumen en México.

**Figura 3.** Insectos comestibles más consumidos en México



Fuente: La entomofagia en México. Algunos aspectos culturales.

Los comerciantes del mercado de San Juan Pugibet han participado en diversos eventos realizados en la Ciudad de México para promocionar la entomofagia, así como dar a conocer sus marcas y productos. (El Bonito Tianguis, 2019).

Gusanos de maguey, escamoles, chapulines, escorpiones, caracoles de tierra, ranas. El comprador puede preguntar con confianza, incluso pedir recetas. En algunos locales se ofrecen degustaciones como la prehispánica —servida con mezcal y seis insectos de las 12 variedades que venden. En la figura 4 se muestran algunas de ellas.

**Figura 4.** Variedad de insectos



Fuente: Tomado de Tecrewiew

### 4.3 Productos exóticos

En el mercado se vende carne de Armadillo, iguana, zorrillo, venado, conejo, lechón, cabrito y carnero. De Honduras llega carne de tepezcuintle y de Texas la de jabalí; también de avestruz, búfalo, cocodrilo de Florida. En la figura 5 se muestra la variedad de carnes exóticas.

**Figura 5.** Variedad de carnes



Fuente: El Financiero

Las pescaderías son los locales más famosos del San Juan. Anguilas, mantarrayas y tenazas de cangrejo moro, el atún y el salmón frescos; menos comunes son el percebe –molusco que crece en las rocas–; esmedregal, pescado para la comida cantonesa; cigala, langostino danés; cangrejo de Alaska; centollo, un cangrejo de América del Sur; vieiras, almejas españolas; hueva de lisa; mejillón de Nueva Zelanda; y dorado, pez con cabeza de hacha y reflejo áureo.

#### **4.4 Pasando de China a España**

En los locales se pueden comprar embutidos artesanales como: morcillas, chistorras, butifarras catalanas, blanca, negra, fuet, sobreasada. En los locales de abarrotes, se venden todos los giros de un mercado normal y además, se encuentra latería de Europa, vinagres de varios tipos, buenas pastas italianas, los mejores aceites de oliva y productos similares

En otra sección del mercado se observan verduras bien acomodadas y muy frescas: tomate de milpa o tomatillo, pepino europeo, ejote francés, zanahoria y elote baby, delgado y pequeño, lechugas coreana e italiana. Yuca, malanga y ñame –tubérculos del Caribe–, echalot, ajo y cebolla a la vez, chinchayote, azafrán de raíz, naranja agria.

También hay jengibre, hoja de crisantemo, chícharo chino, frijol soya y otros ingredientes. En una vitrina se muestran productos orientales envasados, como el vinagre de arroz, la pasta de ajonjolí, el fideo transparente, el alga para sopa, la acelga china, el lirio o el mochigome, especie de arroz dulce.

Las fruterías ofrecen: Cereza, frambuesa, arándano, carambola, maracuyá, lichi, pérsimo y las comunes, pero de la mejor calidad. Asimismo, se encuentra el rambután, yuca y lichis.

Se ofrecen quesos gouda holandeses, que se exhiben en algunas de las cremerías. También se venden españoles, italianos, franceses, holandeses, argentinos. Dentro de los puestos que destacan están La Jersey, Baltasar, La Holandesa y Gastronómica San Juan Cheese Bar. La Jersey tiene quesos importados, carnes frías y foi gras. Baltasar es famoso por sus jamones y La Holandesa y Gastronómica San Juan Cheese Bar tienen los mejores quesos nacionales e importados<sup>5</sup>.

#### **5. CONCLUSIONES**

Los mercados tradicionales cumplen varios roles, en primer lugar, son espacios de socialización de amplios sectores, de intercambio de información, de cultura y de productos; el abasto popular no se reduce al instrumento de la compra y venta.

Los mercados de abastos suponen uno de los recursos turísticos a explotar como oferentes de “experiencias”, para un nicho de mercado cada vez más exigentes en busca de la “experiencia turística”.

Esa búsqueda de sentir lo local, lleva a los turistas a visitar los mercados con el fin de conocer de primera mano la cultura de la gente, su forma de expresarse, de vender, de comprar, sus hábitos alimenticios, el estilo de vida, el disfrute del ocio, los gustos y costumbres gastronómicas

Los mercados han sufrido una transformación convirtiéndose en centros del turismo de experiencia, gracias a su dinamismo y a las mejoras de gestión e inversiones para transformar

---

<sup>5</sup> <https://www.archdaily.mx/mx/958671/mercado-de-san-juan-ernesto-pugibet-a-911>

su actividad tradicional. En México es necesario incrementar la oferta y promocionar la visita a estos lugares.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Anzures, M.C. (1991). El mercado de Sonora. In *Anales de Antropología*, 28(1), 273-290.
- Baena, D. G. (1985). Metodología, técnicas de investigación, titulación, nuevas técnicas de investigación para el análisis del caos, la complejidad y las contradicciones. México.
- Bernard, A., & Tamagni, L. (2003). *El mercado, un espacio de resistencia cultural que protege el territorio: el mercado de Cholula-México* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional del Comahue).
- Buena comida México. (2022). <https://www.goodfoodmexico.com/spanish/what-the-market-will-bear-the-mercado-san-juan-ynwtb>
- Carballo, R. y Moreno-Gil, S. (2015) La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuaderno de turismo*, 35, 71-94
- Cruz, R. A. (2020). Los mercados tradicionales de la Ciudad de México ante la peste de nuestro tiempo. *Deliberativa Revista de Estudios Metropolitanos de Gobernanza*, 2, 1-16.
- Delgado, A. (2015) DF festivo: mercados de la Ciudad de México / Comité de Asuntos Editoriales del PRI, ISBN: 9786077844686
- El bonito Tianguis 2019. <https://www.directopaladar.com.mx/eventos/bonito-tianguis-proyecto-mexicano-que-da-rostro-a-nuestros-alimentos-campo>
- El Mercado de San Juan: - Fideicomiso Centro Histórico de la ... [https://centrohistorico.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Km%20cero/KmCero116\\_Agosto2018.pdf](https://centrohistorico.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Km%20cero/KmCero116_Agosto2018.pdf)
- Holbrook, M.B. y Hirschman, C.E. (1982). Los aspectos experienciales del consumo: fantasías, sentimientos y diversión del consumidor. *Revista de investigación del consumidor*, 9 (2), 132-140.
- Mariaca, R., López, J. (2016). El mercado Tradicional de San Cristóbal de Las Casas: Patrimonio Biocultural de Chiapas. Una experiencia Etnobiología. El colegio de la frontera Sur, (ECOSUR). San Cristóbal de las Casas, Chiapas. México.
- Mercados de la Ciudad de México. (2016). <https://foodandtravel.mx/mercados-la-ciudad-mexico/>
- Mercados CDMX. (2022). <https://www.archivo.cdmx.gob.mx/vive-cdmx/post/mercados-cdmx>
- Mercado San Juan Pugibet de San Juan ErnestoPugibet. (2022). / <https://www.archdaily.mx/mx/958671/mercado-de-san-juan-ernesto-pugibet-a-911>
- El Financiero. (2022). [Http://www.elfinanciero.com](http://www.elfinanciero.com)
- Montemayor, C. (2007). Diccionario del náhuatl en el español de México. México: UNAM.

Mehmetoglu, M. y Engen, M. (2011). El concepto de economía de la experiencia de Pine y Gilmore y sus dimensiones: un examen empírico en el turismo. *Revista de Garantía de Calidad en Hotelería y Turismo*, 12 (4), 237-255.

Romero Contreras, Alejandro Tonatiuh, & Viesca González, Felipe Carlos (2009). La Entomofagia en México. Algunos aspectos culturales. *El Periplo Sustentable*, (16), 57-83. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193414421003>

Sancho, A. (1998). Introducción al Turismo, Organización Mundial del Turismo (OMT).

Sectur (2015). La ruta de los mercados. Disponible <<http://rutasgastronomicas.sectur.gob.mx>>.

Secretaria de Desarrollo Económico. (2020). <https://www.sedeco.cdmx.gob.mx/>

Tecreview (2020). <https://tecreview.tec.mx/2020/10/22/emprendimiento/mercado-san-juanmycashless>