



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.  
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), marzo-abril 2026,  
Volumen 10, Número 2.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v10i2](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i2)

# **LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LOS MERCADOS MUNICIPALES Y EL IMPACTO DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**ADMINISTRATIVE MANAGEMENT IN MUNICIPAL  
MARKETS AND THE IMPACT OF DIGITIZATION ON  
PUBLIC ADMINISTRATION**

**Uriel Hernández Meneses**

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

## La gestión administrativa en los mercados municipales y el impacto de la digitalización en la administración pública

Uriel Hernández Meneses<sup>1</sup>

[Hemeur17p19@redcuc.edu.mx](mailto:Hemeur17p19@redcuc.edu.mx)

<https://orcid.org/0009-0009-5668-3262>

Licenciatura en Administración

Centro Universitario Continental

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

México

### RESUMEN

La administración pública se encuentra en un proceso constante de transformación debido a los cambios sociales, económicos y tecnológicos que caracterizan al mundo contemporáneo. En este contexto, los gobiernos locales enfrentan el desafío de modernizar sus procesos administrativos para ofrecer servicios más eficientes, transparentes y accesibles para la ciudadanía. Uno de los espacios donde estos retos se manifiestan con claridad es en la gestión administrativa de los mercados municipales. Los mercados municipales han sido históricamente centros de actividad económica, social y cultural dentro de las ciudades. No solo representan espacios de comercio tradicional, sino también puntos de encuentro comunitario donde convergen productores, comerciantes y consumidores. Sin embargo, su administración enfrenta múltiples desafíos relacionados con la organización, regulación, supervisión y modernización de sus operaciones. Paralelamente, la digitalización de la administración pública ha surgido como una herramienta fundamental para mejorar la gestión gubernamental. El uso de tecnologías digitales permite optimizar procesos, reducir tiempos de atención, mejorar la transparencia y fortalecer la relación entre gobierno y ciudadanía. El presente artículo analiza la relación entre la gestión administrativa en los mercados municipales y el impacto de la digitalización en la administración pública. A través de un enfoque analítico y reflexivo, se exploran los retos actuales de la administración de mercados, las oportunidades que ofrece la transformación digital y las estrategias que pueden implementarse para fortalecer la eficiencia administrativa en los gobiernos locales.

**Palabras Clave:** Gestión administrativa, Desarrollo económico, Comercio local, Digitalización, Administración pública, Tecnologías digitales, Transparencia, Modernización, Participación de comerciantes, Mercados municipales, Economía local.

---

<sup>1</sup> Autor principal

Correspondencia: [Hemeur17p19@redcuc.edu.mx](mailto:Hemeur17p19@redcuc.edu.mx)

# **Administrative management in municipal markets and the impact of digitization on public administration**

## **ABSTRACT**

Public administration is in a constant process of transformation due to the social, economic, and technological changes that characterize the contemporary world. In this context, local governments face the challenge of modernizing their administrative processes to offer more efficient, transparent, and accessible services to citizens. One of the areas where these challenges are clearly evident is in the administrative management of municipal markets. Municipal markets have historically been centers of economic, social, and cultural activity within cities. They not only represent spaces for traditional commerce but also community meeting points where producers, merchants, and consumers converge. However, their management faces multiple challenges related to the organization, regulation, supervision, and modernization of their operations. At the same time, the digitization of public administration has emerged as a fundamental tool for improving government management. The use of digital technologies allows for the optimization of processes, reduced service times, improved transparency, and a stronger relationship between government and citizens. This article analyzes the relationship between administrative management in municipal markets and the impact of digitization on public administration. Through an analytical and reflective approach, this paper explores the current challenges of market management, the opportunities offered by digital transformation, and the strategies that can be implemented to strengthen administrative efficiency in local governments.

**Keywords:** Administrative management, Economic development, Local commerce, Digitalization, Public administration, Digital technologies, Transparency, Modernization, Trader participation, Municipal markets, Local economy

*Artículo recibido 02 febrero 2026  
Aceptado para publicación: 27 febrero 2026*



## INTRODUCCIÓN

Los mercados municipales representan uno de los elementos más importantes dentro de la estructura económica de muchas ciudades latinoamericanas. Desde hace siglos, estos espacios han permitido el intercambio de bienes y servicios, la generación de empleo y el fortalecimiento de la economía local.

Sin embargo, la evolución de las dinámicas comerciales, el crecimiento urbano y el avance tecnológico han generado nuevos retos para la administración pública. Las autoridades municipales deben garantizar que los mercados funcionen de manera ordenada, segura y eficiente, al mismo tiempo que se adaptan a las demandas de una sociedad cada vez más digitalizada.

En este contexto, la gestión administrativa juega un papel fundamental. A través de procesos de planificación, organización, dirección y control, los gobiernos locales pueden garantizar el adecuado funcionamiento de estos espacios comerciales. No obstante, los métodos tradicionales de administración suelen presentar limitaciones relacionadas con la burocracia, la lentitud de los procesos y la falta de herramientas tecnológicas.

La digitalización, por su parte, ofrece nuevas oportunidades para transformar la administración pública. La incorporación de plataformas digitales, sistemas de información y herramientas tecnológicas permite mejorar la gestión de recursos, optimizar la toma de decisiones y fortalecer la transparencia institucional. Por lo tanto, analizar la relación entre la gestión administrativa de los mercados municipales y la digitalización de la administración pública resulta fundamental para comprender cómo los gobiernos locales pueden modernizar sus prácticas administrativas y responder de manera efectiva a los desafíos del siglo XXI.

## DESARROLLO

### **Los mercados municipales como espacios de desarrollo económico**

Los mercados municipales desempeñan un papel clave en el desarrollo económico local. Estos espacios concentran una gran diversidad de actividades comerciales que contribuyen al abastecimiento de alimentos, productos básicos y servicios para la población.

Además de su importancia económica, los mercados municipales también cumplen funciones sociales y culturales. En muchos casos, representan espacios de identidad comunitaria donde se preservan



tradiciones culinarias, prácticas comerciales y formas de interacción social que forman parte del patrimonio cultural de las ciudades.

Desde la perspectiva de la administración pública, los mercados municipales requieren una gestión eficiente que permita garantizar su funcionamiento adecuado. Esto implica la regulación de actividades comerciales, la asignación de espacios, el mantenimiento de la infraestructura, la supervisión sanitaria y la coordinación con diversas áreas del gobierno municipal.

La complejidad de estas funciones hace necesario contar con estructuras administrativas sólidas y procesos bien definidos. Sin una gestión adecuada, los mercados pueden enfrentar problemas como desorden en la asignación de locales, conflictos entre comerciantes, deficiencias en los servicios públicos o dificultades para cumplir con normas sanitarias.

Por esta razón, la administración de mercados municipales debe ser entendida como un componente estratégico dentro de la gestión urbana, ya que su correcto funcionamiento impacta directamente en la calidad de vida de la población y en el desarrollo económico de las ciudades.

### **La gestión administrativa en los mercados municipales**

La gestión administrativa en los mercados municipales implica la aplicación de principios y herramientas administrativas para garantizar el funcionamiento eficiente de estos espacios comerciales.

Uno de los elementos centrales de la gestión administrativa es la planificación. A través de la planificación, las autoridades municipales pueden establecer objetivos claros, definir estrategias y diseñar programas que permitan mejorar la operación de los mercados. Esto incluye aspectos como la modernización de infraestructura, la organización de los comerciantes y la implementación de normas de funcionamiento.

La organización también constituye un componente fundamental. Este proceso implica la distribución de responsabilidades entre las diferentes áreas administrativas encargadas de la supervisión de los mercados. Asimismo, permite establecer mecanismos de coordinación entre las autoridades municipales y los comerciantes.

Otro aspecto relevante es la dirección, que se refiere a la capacidad de liderazgo de los administradores públicos para orientar las actividades del mercado hacia el cumplimiento de los objetivos establecidos. Esto requiere habilidades de comunicación, negociación y resolución de conflictos.



Finalmente, el control administrativo permite evaluar el desempeño de las actividades realizadas dentro del mercado. A través de mecanismos de supervisión y evaluación, las autoridades pueden identificar áreas de mejora y tomar decisiones para optimizar la gestión.

### **Retos actuales en la administración de mercados municipales**

A pesar de su importancia, los mercados municipales enfrentan diversos retos administrativos que dificultan su funcionamiento eficiente.

Uno de los principales desafíos es la informalidad comercial. En muchas ciudades, una parte significativa de las actividades comerciales se realiza fuera de los marcos regulatorios establecidos, lo que genera problemas de ordenamiento y competencia desleal. Ya que la presencia de comercio informal en calles, plazas y alrededores de mercados suele saturar el espacio público, obstaculizar la movilidad peatonal y vehicular, y en algunos casos generar problemas relacionados con la acumulación de residuos, falta de control sanitario o riesgos para la seguridad. Además, los comerciantes formales que sí cumplen con obligaciones como el pago de impuestos, permisos, renta de locales o servicios, perciben una competencia desleal frente a quienes operan sin asumir estos costos, lo que puede afectar la sostenibilidad económica de los negocios establecidos.

Sin embargo, la informalidad también debe entenderse dentro de un contexto socioeconómico más amplio. En muchos casos surge como una estrategia de subsistencia ante la falta de empleo formal, los bajos ingresos o las barreras burocráticas y económicas que dificultan el acceso a la formalización. Por ello, las políticas públicas enfocadas únicamente en la prohibición o el desalojo suelen ser insuficientes y pueden agravar problemas sociales si no se acompañan de alternativas viables para los comerciantes.

Otro reto importante es la falta de modernización en los procesos administrativos, muchos municipios continúan utilizando sistemas manuales para el registro de comerciantes, el control de pagos y la gestión de permisos, lo que puede generar errores, retrasos y falta de transparencia. Esta situación provoca que gran parte de la información se maneje en documentos físicos o registros poco actualizados, lo que dificulta el acceso rápido a los datos y la verificación de la información. Además, cuando los procesos dependen de registros manuales, aumenta el riesgo de inconsistencias en los padrones de comerciantes, duplicidad de datos o pérdida de documentos importantes.



Asimismo, la ausencia de herramientas tecnológicas limita la capacidad de las autoridades municipales para dar seguimiento adecuado a los trámites y mantener un control eficiente sobre las actividades comerciales. Esto puede ocasionar demoras en la emisión o renovación de permisos, así como dificultades para llevar un registro claro de los pagos realizados por los comerciantes. En algunos casos, la falta de sistemas digitalizados también puede generar desconfianza entre los ciudadanos, ya que resulta más complicado garantizar la transparencia y la rendición de cuentas.

Por otro lado, la falta de modernización administrativa también afecta la coordinación entre las distintas áreas del gobierno municipal, como tesorería, reglamentos o desarrollo económico. Cuando cada dependencia maneja su información de manera independiente y sin un sistema integrado, se vuelve más difícil compartir datos, actualizar registros y tomar decisiones basadas en información precisa.

Asimismo, la infraestructura de los mercados suele presentar problemas relacionados con el mantenimiento, la seguridad y las condiciones sanitarias. Estas deficiencias requieren inversiones constantes y una adecuada planificación administrativa. Porque los presupuestos destinados a los mercados públicos suelen ser muy limitados, las autoridades tienden a priorizar únicamente el mantenimiento de la infraestructura básica como reparaciones, estructurales, techos, drenaje o electricidad, dejando de lado procesos de modernización, innovación tecnológica y digitalización que podrían mejorar significativamente la competitividad de estos espacios. Esta situación provoca que muchos mercados operen con sistemas administrativos obsoletos, poca presencia en plataformas digitales y escasa capacidad para atraer a nuevos consumidores, especialmente a las generaciones más jóvenes.

A esto se suman diversos desafíos estructurales. Por un lado, existe una fuerte presión financiera en los municipios, que deben distribuir recursos entre múltiples necesidades públicas, lo que reduce la inversión disponible para la mejora de los mercados. Por otro lado, problemas como la corrupción o la falta de transparencia en la asignación y gestión de puestos comerciales generan desconfianza entre los comerciantes y dificultan una administración eficiente. Además, el crecimiento urbano y el aumento de la población incrementan la demanda de servicios públicos como saneamiento, seguridad, recolección de residuos y mantenimiento, lo que exige mayores recursos y mejor planificación.



A estos desafíos se suma la necesidad de fortalecer la participación de los comerciantes en los procesos de toma de decisiones. La colaboración entre autoridades y usuarios del mercado resulta esencial para construir modelos de gestión más eficientes y sostenibles.

### **La digitalización en la administración pública**

La digitalización se ha convertido en uno de los procesos más importantes para la modernización de la administración pública. A través del uso de tecnologías digitales, los gobiernos pueden transformar sus procesos internos y mejorar la prestación de servicios a la ciudadanía.

La digitalización implica la incorporación de herramientas tecnológicas como sistemas de gestión electrónica, plataformas de trámites en línea, bases de datos digitales y sistemas de información administrativa.

Uno de los principales beneficios de la digitalización es la mejora en la eficiencia administrativa. Los procesos que anteriormente requerían largos periodos de tiempo pueden realizarse de manera más rápida y precisa mediante sistemas digitales.

Otro beneficio relevante es el fortalecimiento de la transparencia. Los sistemas digitales permiten registrar y monitorear las actividades administrativas, lo que facilita la rendición de cuentas y reduce los riesgos de corrupción.

Además, la digitalización contribuye a mejorar la accesibilidad de los servicios públicos, ya que los ciudadanos pueden realizar trámites desde cualquier lugar mediante plataformas en línea.

### **Impacto de la digitalización en la gestión de mercados municipales**

La incorporación de herramientas digitales en la administración de mercados municipales puede generar importantes beneficios para los gobiernos locales.

Uno de los principales impactos se observa en la gestión de información. Los sistemas digitales permiten mantener registros actualizados de comerciantes, permisos, pagos y contratos, lo que facilita la toma de decisiones administrativas.

Asimismo, la digitalización puede mejorar los procesos de recaudación mediante sistemas de pago electrónico que reducen el manejo de efectivo y aumentan la transparencia financiera.

Otro aspecto relevante es la posibilidad de implementar plataformas digitales para la comunicación entre autoridades y comerciantes. Estas herramientas permiten difundir información, coordinar actividades y resolver problemas de manera más eficiente.

Además, el uso de tecnologías digitales puede contribuir a la promoción de los mercados municipales mediante estrategias de marketing digital, lo que permite atraer nuevos consumidores y fortalecer la economía local.

Estas herramientas permiten optimizar la gestión de la información, facilitar el registro y seguimiento de los comerciantes, y mejorar la organización de los espacios dentro de los mercados. A través de sistemas digitales, los ayuntamientos pueden contar con bases de datos actualizadas que incluyan información sobre los locatarios, los permisos otorgados, los pagos realizados y el estado de cada puesto, lo que permite una administración más ordenada y eficiente.

Asimismo, la digitalización de los procesos administrativos puede agilizar diversos trámites, como la solicitud o renovación de permisos, el registro de nuevos comerciantes y la verificación de pagos. Esto reduce los tiempos de espera, disminuye la carga de trabajo administrativo y facilita que los comerciantes cumplan con sus obligaciones de manera más rápida y sencilla. Además, el uso de plataformas digitales puede permitir que algunos trámites se realicen en línea, evitando traslados innecesarios a las oficinas municipales.

Otro beneficio importante es el fortalecimiento de la transparencia y la rendición de cuentas. Los sistemas digitales permiten llevar un registro más claro y preciso de los ingresos generados por el cobro de derechos, licencias o cuotas dentro de los mercados municipales. Esto facilita las auditorías, reduce el riesgo de errores o irregularidades y permite a las autoridades contar con información confiable para la toma de decisiones.

Finalmente, la incorporación de herramientas tecnológicas también puede contribuir a una mejor planeación y desarrollo de los mercados municipales. Al contar con información sistematizada, los gobiernos locales pueden identificar necesidades de infraestructura, detectar áreas con mayor actividad comercial y diseñar políticas públicas más adecuadas para fortalecer el comercio local. De esta manera, la digitalización no solo mejora la administración interna, sino que también puede impulsar el desarrollo económico y la modernización de los mercados municipales.



## **Estrategias para integrar la digitalización en los mercados municipales**

Para aprovechar los beneficios de la digitalización, los gobiernos municipales deben implementar estrategias que faciliten la incorporación de tecnologías en la gestión de mercados.

Una de las estrategias más importantes es la capacitación del personal administrativo y de los comerciantes en el uso de herramientas digitales. Sin una formación adecuada, la adopción tecnológica puede enfrentar resistencias o dificultades operativas.

También es fundamental invertir en infraestructura tecnológica que permita el funcionamiento de sistemas digitales. Esto incluye redes de internet, equipos informáticos y plataformas de gestión administrativa.

Otra estrategia relevante es el desarrollo de políticas públicas que promuevan la innovación en la administración pública. Estas políticas pueden incluir programas de modernización administrativa y proyectos de gobierno digital.

Finalmente, es importante fomentar la participación de los comerciantes en los procesos de digitalización, ya que su colaboración resulta esencial para garantizar el éxito de estas iniciativas.

## **CONCLUSIÓN**

La gestión administrativa en los mercados municipales representa un componente fundamental para el desarrollo económico y social de las ciudades. Estos espacios comerciales requieren estructuras administrativas eficientes que permitan garantizar su funcionamiento adecuado y responder a las necesidades de comerciantes y consumidores.

Una administración eficiente permite organizar los recursos, mantener el orden en las instalaciones, supervisar el cumplimiento de las normas y asegurar que tanto comerciantes como consumidores puedan desarrollar sus actividades en un ambiente seguro y adecuado.

Asimismo, una buena gestión favorece el fortalecimiento del comercio local, la generación de empleos y la promoción de productos regionales, contribuyendo así al crecimiento económico de la ciudad. La coordinación entre autoridades, administradores y locatarios resulta fundamental para identificar necesidades, resolver problemáticas y mejorar continuamente la operación del mercado.

Por lo tanto, fortalecer los procesos administrativos, fomentar la participación de los comerciantes y promover la modernización de la gestión permitirá que los mercados municipales continúen siendo



espacios importantes de intercambio comercial, convivencia social y preservación de las tradiciones dentro de la comunidad.

La digitalización de la administración pública ofrece una oportunidad valiosa para modernizar la gestión de los mercados municipales. La incorporación de tecnologías digitales permite optimizar procesos administrativos, mejorar la transparencia institucional y fortalecer la relación entre autoridades y ciudadanía, que, a través del uso de plataformas digitales, sistemas de registro y bases de datos electrónicas, es posible llevar un mejor control de los locatarios, los permisos de funcionamiento, los pagos de cuotas y la asignación de espacios dentro del mercado. Esto facilita la organización administrativa y reduce la posibilidad de errores, pérdidas de información o prácticas irregulares.

Asimismo, la digitalización contribuye a agilizar los trámites y servicios que los comerciantes deben realizar ante las autoridades municipales, permitiendo que muchos de ellos puedan efectuarse de manera más rápida y eficiente. Esto no solo ahorra tiempo y recursos, sino que también mejora la calidad del servicio público y la satisfacción de los usuarios.

Por otra parte, el uso de herramientas tecnológicas puede favorecer la comunicación entre los administradores del mercado, los comerciantes y la población. Mediante páginas web, redes sociales o aplicaciones móviles, es posible difundir información relevante, anunciar actividades, informar sobre normas sanitarias o dar a conocer promociones y productos disponibles en el mercado.

De igual manera, la digitalización puede contribuir al fortalecimiento de la transparencia y la rendición de cuentas en la administración pública, ya que facilita el acceso a la información y permite un mayor seguimiento de las acciones y decisiones administrativas. En este sentido, la implementación de tecnologías digitales representa un paso importante hacia una gestión pública más eficiente, moderna y orientada a las necesidades de la ciudadanía.

No obstante, la transformación digital también implica desafíos relacionados con la capacitación del personal, la inversión en infraestructura tecnológica y la adaptación de los marcos normativos existentes. En este sentido, los gobiernos municipales deben adoptar una visión estratégica que combine la gestión administrativa tradicional con herramientas digitales innovadoras. Solo a través de este enfoque integral será posible construir modelos de administración pública más eficientes, transparentes y orientados al desarrollo sostenible de las ciudades.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar Trujillo, R. (2026). Transformación digital en el sector público: eficiencia con riesgos sociales. *Perfiles latinoamericanos: revista de la Sede Académica de México de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 34(67), 37–61. <https://doi.org/10.18504/pl3467-003-2026>
- Alonso Gordón, R., Del Área De Mercados, J., & Mercasa, M. (s/f). *Mercados municipales inteligentes: una respuesta eficiente a las demandas de los consumidores*. Agecu.es. Recuperado el 15 de marzo de 2026, de <https://www.agecu.es/agecu/wp-content/uploads/2016/10/mercados-municipales-inteligentes.pdf>
- ¿Cómo digitalizar un comercio local? (2025, agosto 27). *ENAE Business School*. <https://www.enaes.es/blog/como-digitalizar-un-comercio-local>
- Delgadillo, V. (2021). La dimensión económica y cultural de los Mercados de Abasto. *Andamios Revista de Investigación Social*, 17(44), 351–355. <https://doi.org/10.29092/uacm.v17i44.806>
- (S/f). Gob.mx. Recuperado el 15 de marzo de 2026, de <https://www.gob.mx/sedatu/documentos/transformando-el-territorio-con-mercados?state=published>
- (S/f-b). Gob.mx. Recuperado el 15 de marzo de 2026, de <https://sedeco.hidalgo.gob.mx/img/mercados.pdf>
- Gordón, R. A. (s/f). *Las claves que determinan el futuro de los Mercados Municipales Minoristas*. Mercasa.es. Recuperado el 15 de marzo de 2026, de [https://www.mercasa.es/wp-content/uploads/2022/10/claves\\_mercados.pdf](https://www.mercasa.es/wp-content/uploads/2022/10/claves_mercados.pdf)
- (S/f). Justiciaalimentaria.org. Recuperado el 15 de marzo de 2026, de <https://justiciaalimentaria.org/wp-content/uploads/2024/09/Mercados-Desposicion-WEB.pdf>
- Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa*. (s/f). Uam.mx. Recuperado el 15 de marzo de 2026, de <https://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/article/view/40/336>
- Mercados tradicionales en México, valor actual y retos por enfrentar*. (s/f). Uaem.mx. Recuperado el 15 de marzo de 2026, de <https://inventio.uaem.mx/index.php/inventio/article/view/957/1264>
- (S/f-b). Redalyc.org. Recuperado el 15 de marzo de 2026, de



<https://www.redalyc.org/journal/6378/637869118008/html/>

(S/f). Researchgate.net. Recuperado el 15 de marzo de 2026, de

[https://www.researchgate.net/publication/276211598\\_Mercados\\_municipales\\_y\\_tecnologias\\_digitales\\_entre\\_el\\_e-comercio\\_y\\_nuevas\\_formas\\_de\\_convivialidad](https://www.researchgate.net/publication/276211598_Mercados_municipales_y_tecnologias_digitales_entre_el_e-comercio_y_nuevas_formas_de_convivialidad)

Robles, J. I. (2014). Mercados municipales y tecnologías digitales: entre el e-comercio y nuevas formas de convivencia. *Antropológica*, 32(33), 137–161.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5039583>

Redacci&oacute;, & SocialwiBox, N. (2021, enero 7). Digitalizar mercados municipales, ¿cuáles son los beneficios? *Software Wifi Social*. <https://www.socialwibox.es/digitalizar-mercados-municipales/>

(S/f). Undp.org. Recuperado el 15 de marzo de 2026, de

[https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2026-02/undp-pe-guia\\_digitalizacion\\_innovacion\\_mercados\\_de\\_abastos.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2026-02/undp-pe-guia_digitalizacion_innovacion_mercados_de_abastos.pdf)

*Vista de Mercados municipales y tecnologías digitales: entre el e-comercio y nuevas formas de convivencia*. (s/f). Edu.pe. Recuperado el 15 de marzo de 2026, de

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/antropologica/article/view/11329/11838>

