

**“Voy con las riendas tensas y refrenando el vuelo
porque no es lo que importa llegar solo ni pronto,
sino llegar con todos y a tiempo.”**

— León Felipe

Comisión Edilicia de Mercados y Centrales de Abasto del Municipio de Guadalajara

Plan de Trabajo Anual 2021 – 2022

“Guadalajara, Ciudad de los Mercados”

Regidor Salvador Hernández Navarro.

Presidente.

Regidora Patricia Guadalupe Campos Alfaro

Vocal

Regidora Karla Andrea Leonardo Torres

Vocal

Regidora Sofía Berenice García Mosqueda

Vocal

Regidor Rafael Barrios Dávila

Vocal

Guadalajara, Jalisco; 12 de noviembre de 2021

ÍNDICE

I. Introducción.....	2
II. Marco Normativo.....	2
III. Antecedentes.....	3
IV. Política Pública Transversal.....	5
V. Líneas Estratégicas.....	6
VI. Metas y Objetivos.....	7

I.- Introducción.

Actualmente, el comercio tradicional en Guadalajara es a la vez ágil y frágil. Cuando la pandemia de coronavirus nos obligó a quedarnos en casa y cerrar negocios, muchos mercados y tianguis se mantuvieron funcionando, por un lado, logrando el abasto seguro y saludable de alimentos a la ciudad, y por el otro, activando las cadenas agro-productivas en comunidades rurales. Esta contribución a la resiliencia de Guadalajara a menudo tuvo lugar a pesar del apoyo limitado y descoordinado de todos los niveles de Gobierno.

En este contexto extremo, que aún no podemos definir como Post-COVID19, se presenta el plan de trabajo anual para el periodo 2021 – 2022 denominado **“Guadalajara, Ciudad de los Mercados”** y se estructura a partir de la definición de la misión (por qué existen los mercados), visión (hacia dónde se dirigen) y avanza definiendo líneas estratégicas, objetivos, medidas y acciones.

Esta iniciativa de la Comisión Edilicia de Mercados y Centrales de Abasto del Municipio de Guadalajara busca cooperar con todas las Comisiones Edilicias del H. Ayuntamiento de Guadalajara para impulsar la recuperación y dignificación del patrimonio municipal y espacios públicos para el comercio tradicional dentro del territorio municipal.

Es también una agenda transversal para ampliar la comprensión del impacto positivo que los mercados municipales, tianguis y en general el comercio tradicional aportan a las comunidades en las que sirven, promover políticas de apoyo e inversiones en infraestructura así como mejorar la capacidad de gestión como un servicio público municipal.

En la actual Comisión de Mercados aceptamos la Innovación como Reto: buscamos lograr conjugar la tradición más entrañable y característica del Mercado con todo el poder de atracción ciudadana y la vocación de servicio que ofrecen las nuevas tecnologías, gustos y preferencias del consumidor.

II.- Marco Normativo.

Según el Artículo 109 del Código de Gobierno Municipal de Guadalajara, Fracc. XIV, corresponden a la Comisión Edilicia de Mercados y Centrales de Abasto las siguientes atribuciones:

- a) Promover acciones tendientes mejorar la operación de las centrales de abasto, mercados municipales, tianguis y comercios en la vía pública;

- b) Conocer y dictaminar sobre la aprobación de concesiones y revocaciones de locales, y en general todo acto relacionado con los derechos de concesión de mercados municipales y centrales de abastos;
- c) Impulsar la realización de los estudios pertinentes y con base en estos, proponer la conveniencia de la construcción de mercados municipales o su denominación como centrales de abastos; así como el acondicionamiento, conservación y rehabilitación de los existentes;
- d) Proponer políticas tendientes a la creación, mantenimiento y mejoramiento de una red de mercados municipales y centrales de abastos que incentiven la actividad económica de las colonias y los barrios del Municipio; y
- e) Proponer y dictaminar los horarios para el ejercicio del comercio en la vía pública.

De forma concurrente, la Comisión Edilicia de Mercados y Centrales de Abasto coadyuvará en lo relacionado al Capítulo Quinto, Planeación Municipal del Desarrollo, de la Ley de Planeación Participativa para el Estado de Jalisco y sus Municipios.

Adicionalmente, buscará alinear su actuar bajo los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

III.- Antecedentes.

A la fecha de la elaboración de este plan de trabajo, se logró la siguiente información histórica que deberá ser actualizada al cierre del ejercicio 2021. De forma inicial permite identificar un contexto general sobre los Mercados Municipales de Guadalajara:

- El municipio cuenta con 95 mercados.
- Es el municipio con más mercados en México, seguido por la Delegación Gustavo A. Madero con 50, en la Ciudad de México.
- Se estima que existen 7,200 concesiones vigentes al interior de los mercados del municipio.
- Se estima que los mercados cuentan con un total de 13, 200 locales en una superficie concesionable de más de 160,000 mt², sin incluir áreas comunes ni estacionamientos.

- Se estima que el 54% de la población del municipio se abastece diariamente de frutas, verduras, cárnicos y abarrotes en estos mercados.
- Se estima que el 75% de los mercados fueron construidos entre 1962 y 1975.
- Se estima que los ingresos anuales al Ayuntamiento por derechos, es decir, por concesión, son de más de \$50 mdp. El 70% proviene de cinco mercados: Abastos, con más de \$22 mdp, San Juan de Dios, con más de \$8 mdp, Felipe Ángeles, Corona y Alcalde con más de \$1.5 millones cada uno. El 30% restante lo generan 90 mercados. Sin embargo, actualmente, no existe un presupuesto específico y etiquetado para la aplicación del Reglamento de Mercados y Centrales de Abasto del Municipio de Guadalajara, específicamente en lo relacionado a los Art. 6, Frac. I; Art. 7, Frac. I; Art. 9, Frac. I, II, III y IV.

En la revisión del Reglamento de Mercados y Centrales de Abasto del Municipio de Guadalajara no se logra identificar una política de separación de funciones, la Dirección de Mercados es un contenedor de funciones de varios roles que pueden presentar un conflicto de intereses.

Desde la Comisión de Mercados y Centrales de Abasto debemos decidir lo que nos significa la “modernidad” en la comercialización de alimentos. No consideramos que las tiendas de conveniencia, el autoservicio o las grandes superficies comerciales sean la mejor solución a los problemas de desarrollo económico y social en decremento de la tienda de “la esquina” o los mercados municipales.

Importantes ciudades capitales, algunas fundadas hace más de 2,000 años, cuentan con políticas públicas a favor de sus mercados municipales, de otra forma cómo explicar, por ejemplo, que la Ciudad de Londres tiene 250 mercados públicos, Guadalajara 38 mercados, París 80 mercados; y, en cuanto a centrales de abasto, la ciudad de Tokyo cuenta con 11 mercados mayoristas.

Sabemos que enfrentamos una continua falta de Voluntad Política, pobres consensos y acuerdos entre actores políticos, y lo más preocupante, carecer de un marco legal institucional especializado: NO EXISTE UNA POLÍTICA PÚBLICA.

Sin mercados se van cerrando oportunidades al desarrollo comunitario de los tapatíos y extinguiendo a la vez tradiciones en las que se vive el sabor de Guadalajara, deteriorando un importante segmento del patrimonio cultural y social del municipio.

Sin mercados se va perdiendo un símbolo cultural, identidad y de cohesión social: el barrio.

Ante lo ya expuesto debemos preguntarnos: ¿Cuál es el futuro que han pretendido las anteriores administraciones municipales para sus mercados? ¿Habrá llegado el momento de crear otro modelo de gestión municipal para el comercio tradicional?

IV.- Políticas Públicas Transversales.

Al ser un Plan de Trabajo con espíritu transversal, de conformidad con el Art. 4 del Reglamento de Mercados y Centrales de Abasto del Municipio de Guadalajara, promueve que toda la administración municipal –desde cada una de las dependencias y entidades que la conforman–, construya un gobierno abierto, orientado a dar resultados.

El plan de trabajo anual para el periodo 2021 – 2022 denominado “**Guadalajara, Ciudad de los Mercados**” busca incrementar la eficacia gubernamental y estrechar su relación con el ciudadano.

De esta forma, el Plan de Trabajo busca dar forma a una administración pública moderna, donde concepto de mercado y comercio de proximidad evolucione acorde a las necesidades de los ciudadanos.

De acuerdo con Capítulo III, Art. 11 del Reglamento de Mercados y Centrales de Abasto del Municipio de Guadalajara, un mercado es:

“Para los efectos de este ordenamiento, se entiende por mercados y centrales de abasto los edificios propiedad municipal cuyo uso es susceptible de ser otorgado en concesión a los particulares a fin de que la población ocurra a realizar la compraventa de los artículos y servicios que en ellos expenden, satisfaciendo necesidades sociales.”

Adicionalmente a lo expuesto, consideramos que los mercados municipales de Guadalajara tienen **la misión** de proveer a los ciudadanos de productos de calidad, promueven un estilo de vida saludable, la cohesión social y la articulación de los barrios, fomentan la economía y el empleo en el marco del comercio de proximidad. Todo esto contribuye al modelo de ciudad de bienestar que requiere Guadalajara.

Coincidimos que los mercados municipales de Guadalajara son personas, que viven la ciudad y habitan los barrios, son agentes locales de desarrollo y líderes del comercio de proximidad, referentes de salud y sostenibilidad.

Para el presente Plan de Trabajo un mercado municipal es:

- Un factor relevante en la conformación de un nuevo tejido social de la ciudad y actor clave del desarrollo económico y social del barrio.
- Son espacios cívicos de convivencia donde se conjugan la actividad comercial y el desarrollo comunitario.
- Y lo más importante, son ejes fundamentales de centralidad social, cívica y cultural de nuestra ciudad.
- En suma, son el impulsor del desarrollo urbano sostenible, ayudan a construir ciudades para personas, dan vida al barrio, reconstruyen el tejido social, mejoran la calidad de vida y generan desarrollo económico y saludable.

Nos interesa que Guadalajara cuente mercados con perspectiva de género e incluyentes que propicien un futuro digno para todos nuestros visitantes y las próximas generaciones de tapatíos.

V.- Líneas Estratégicas.

La visión del Plan de Trabajo considera a los mercados municipales de Guadalajara como el alma de la ciudad y de los barrios, el motor y los líderes del comercio de proximidad y referentes de salud y sostenibilidad.

Cada mercado municipal presenta un contexto único y diferente, sin embargo, comparten también muchos desafíos comunes que se explican alrededor de cuatro grandes conceptos que componen las líneas estratégicas:

- **Personas:** los mercados son un referente de la vida en los barrios de Guadalajara y proporcionan una experiencia no sólo de compra, sino también de convivencia a los ciudadanos.
- **Localidad:** los mercados lideran el comercio de cada barrio, a la vez que dirigen el modelo de mercado urbano en el ámbito internacional. El mercado es una pieza clave en el desarrollo económico y en la creación de ocupación en cada barrio.

- **Sostenibilidad:** los mercados son sinónimo de valores asociados a la sostenibilidad social, medioambiental y cultural.
- **Normativa:** Armonizar el marco normativo relativo al comercio tradicional, mercados y centrales de abastos con las mejores prácticas en la gestión municipal y experiencias exitosas.

VII.- Metas y Objetivos

Estas metas y objetivos sintetizan las experiencias, hallazgos y recomendaciones de organismos locales e internacionales relacionadas con el abasto de alimentos y el comercio tradicional bajo una lógica de cooperación para el desarrollo y cumplen con las atribuciones de la Comisión Edilicia de Mercados y Centrales de Abasto, descritas en el Artículo 109 del Código de Gobierno Municipal de Guadalajara, Fracc. XIV.

META 1: Personas. Los mercados son un referente de la vida en los barrios de Guadalajara y proporcionan una experiencia no sólo de compra, sino también de convivencia a los ciudadanos.

OBJETIVOS:

- P.1: Consolidar el mercado como sitio central de barrio.
- P.2: Mantener la transformación de los barrios mediante la renovación de los mercados.
- P.3: Reforzar el compromiso de los comerciantes con el mercado.

META 2: Localidad. Los mercados lideran el comercio de cada barrio, es una pieza clave en el desarrollo económico y en la creación de ocupación en cada barrio.

OBJETIVOS:

- L.1: Liderar la distribución de alimentos y producto fresco en la ciudad de Guadalajara.
- L.2: Innovar el modelo de gestión para el desarrollo de los mercados.
- L.3: Fomentar un modelo de gestión sostenible del mercado.
- L.4: Mantener la orientación a los consumidores.
- L.5: Proponer el uso de TICS (APP) para el comercio y promoción de productos ofrecidos por los mercados.

META 3: Sostenibilidad. Los mercados son sinónimo de valores asociados a la sostenibilidad social, medioambiental y cultural.

OBJETIVOS:

- S.1: Establecer el mercado como fuente de difusión del patrimonio agroalimentario de la ciudad.
- S.2: Posicionar el mercado como lugar para a la formación en hábitos de alimentación saludable, gastronomía y seguridad alimentaria.
- S.3: Asegurar la sostenibilidad económica y ambiental de los equipamientos de los mercados.
- S.4: Potenciar el mercado como impulsor de la sostenibilidad social del barrio.
- S5. Promocionar los beneficios de comprar en los mercados, su historia y tradiciones.
- S.6. Proponer la redefinición de espacios públicos al interior de los mercados para fines comunitarios, por ejemplo: guarderías, consultorios, bibliotecas, etc.
- S.7 Dotar a todos los mercados municipales de servicios básicos de calidad, específicamente en materia hidrosanitaria y suministro de energía eléctrica.

META 4: Normativa. Armonizar el marco normativo relativo al comercio tradicional, mercados y centrales de abastos con las mejores prácticas en la gestión municipal y experiencias exitosas.

OBJETIVOS:

- N.1: Abonar a un gobierno abierto que fomente la rendición de cuentas.
- N.2: Identificar un presupuesto basado en resultados.
- N.3: Optimizar el proceso de gestión municipal en los mercados.
- N.4: Vigilar la obligatoriedad de cumplimiento del reglamento y proponer mejoras al Reglamento de Mercados y Centrales de Abasto del Municipio.
- N.5: Establecer una Política Pública Municipal para Mercados y Centrales de Abasto.
- N.6: Contar con un presupuesto operativo y de remodelación específico para los mercados municipales de Guadalajara.