



RECIBIDO
en digital

Secretaría General

““Me interesa el futuro porque es el sitio donde voy a pasar el resto de mi vida”

— Woody Allen

**Comisión Edilicia de Mercados, Centrales de Abasto, Tianguis y Comercio en Espacios
Abiertos del Municipio de Guadalajara**

Plan de Trabajo Anual 2023 – 2024

“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; 15 de noviembre de 2023

ÍNDICE.

I. Introducción.....	2
II. Marco Normativo.....	2
III. Antecedentes.....	3
IV. Política Pública Transversal.....	6
V. Líneas Estratégicas.....	7
VI. Metas y Objetivos.....	8

I.- Introducción.

El comercio tradicional de Guadalajara, representado por los mercados municipales, opera al día de hoy con deficiencias administrativas y omisiones al reglamento. Estas faltas se han venido originado y perpetuado a través de las diferentes administraciones, la inercia en la función de mercados al interior del Ayuntamiento de Guadalajara, es más fuerte que el genuino interés de operar bajo principios de equidad y eficiencia a favor del ciudadano.

Es evidente que el modelo de gestión municipal de mercados está agotado y no corresponde a los retos que enfrenta actualmente el comercio tradicional en el municipio de Guadalajara.

Son muchos los hallazgos identificados en al interior de la gestión municipal para los mercados, pero para el propósito de este informe se agruparan en dos clasificaciones: la definición de la función de mercado, y las carencias operativas al administrar este servicio público.

Aún al día de hoy, y desde hace varias administraciones, el gobierno municipal de Guadalajara carece de una política pública específica y formal para la gestión de sus mercados municipales, tianguis y espacios abiertos; en suma, no se cuenta con una visión de futuro para el comercio tradicional dentro del territorio municipal.

II.- Marco Normativo.

Según el Artículo 109 del Código de Gobierno Municipal de Guadalajara, Fracc. XIV, corresponden a la Comisión Edilicia de Mercados, Centrales de Abasto, Tianguis y Comercio en Espacios Abiertos del Municipio de Guadalajara 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, Centrales de Abasto, Tianguis y Comercio en Espacios Abiertos del Municipio de Guadalajara 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, se buscará incluir bajo la misma gestión todo lo relacionado con Tianguis y Espacios abiertos, al día de hoy el actuar de la Comisión Edilicia de Mercados y Centrales de Abasto está limitada en la materia.

III.- Antecedentes.

¿Cuál es el problema público?

Si bien, el diseño de la red de mercados del municipio de Guadalajara, implementada de entre los años 1950 a 1970, y, obedecía a un modelo de ciudad monocéntrica; al día de hoy, los supuestos de monocentricidad se han debilitado con el tiempo debido a desarrollos en el transporte, las telecomunicaciones y el diseño urbano, permitiendo una mayor flexibilidad en la creación de economías de aglomeración. Es decir, los beneficios que reciben los mercados públicos como producto de la concentración en un área geográfica determinada de proveedores, consumidores, competidores, inversionistas, entre otros, todos vinculados. Sin embargo, uno de los retos que enfrenta nuestro municipio, y en consecuencia nuestros mercados, es la gentrificación.

La gentrificación se suele analizar a partir de los procesos económicos y materiales que conducen al reemplazo de una población residente tradicional de menor ingreso por personas de mayor capacidad económica. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda (INEGI), entre los años 1990 y 2020 la población del municipio de Guadalajara se ha reducido en 423,629 habitantes; se identificó en el Censo de Población del año 2020, que en los últimos diez años el municipio perdió 264,584 habitantes comparativamente con el censo de 1990. Desde la perspectiva estatal, en el año 1990, Jalisco contaba con una población de 5,302,689 habitantes, el 31.12% pertenecientes al municipio tapatío; sin

embargo, para el año 2020, Jalisco cuenta con una población de 8,348,151 habitantes y la población del municipio de Guadalajara representa el 16.50%. Es evidente que el municipio presenta una constante decreciente en su población, aunado también en la disponibilidad de espacios y servicios públicos de calidad que construyan comunidad.

La producción del espacio no es solo un proceso de transformación material sino también simbólica, ya que la experiencia urbana de los tapatíos es afectada por intervenciones en diversos planos que afectan su percepción del barrio en lo comercial, visual, olfativo, táctil, sonoro y en el gusto. El fenómeno de la gentrificación, como una nueva experiencia de cambio, es radicalmente distinta a la experiencia habitual, abre la puerta a la desapropiación del barrio por sus residentes tradicionales y a la imposición de nuevos estilos de vida que actúan poderosamente sobre el barrio y amplifican los embates materiales de la gentrificación, y, por lo tanto, de la desigualdad. Que, adicionalmente, aumenta la brecha entre el desarrollo municipal urbano entre Guadalajara y Zapopan, afectando al desarrollo local de los barrios tapatíos.

El desarrollo local tapatío se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o colonia; valorándose en cada territorio los factores económicos y no económicos, entre estos últimos cabe recordar: los recursos sociales, culturales, históricos, institucionales, paisajísticos, etc. Todos estos factores son también decisivos en el proceso de desarrollo económico local.

En este sentido, los barrios tradicionales de Guadalajara, antaño pujantes comunidades integradas social y económicamente, han abandonado su comercio local. Dónde existía un mercado municipal activo y dinámico, hoy sobrevive un patrimonio municipal en forma de bien inmueble que requiere de inversiones millonarias, innovación en la gestión gubernamental, nuevos comerciantes, y lo más importante, nuevos clientes.

Al día de hoy, existen diversos factores externos que han afectado el equilibrio del ahora frágil ecosistema comercial que representan los mercados municipales del municipio de Guadalajara. Uno de estos factores, ha sido la falta de planeación y control en el otorgamiento de licencias municipales para operar cadenas de tiendas de autoservicio en formatos comerciales modernos que han logrado depredar al comercio tradicional en barrios, mercados y colonias populares del municipio.

Desde el año 1984, en el municipio de Guadalajara, año en que se dio la primera licencia municipal para operar una tienda de conveniencia "Oxxo" en el territorio municipal, al día de hoy se cuenta con 342 tiendas "Oxxo", 84 tiendas "Seven Eleven (7/11)", 144 sucursales de "Farmacia Guadalajara", 56 tiendas pertenecientes a la corporación "Wal-Mart", 21 tiendas "Soriana", 3 tiendas de "Comercial Mexicana/La Comer" y una tienda "Chedraui"; con un total de 651 establecimientos ubicados

estratégicamente en zonas y ubicaciones que históricamente pertenecían a la dinámica social que representaban los mercados públicos y el comercio tradicional.

Ciudades como Londres y Barcelona, fundadas hace más de 2,000 años, actualmente diseñan y operan políticas públicas a favor del comercio tradicional y sus mercados municipales. En Europa, la cuna del liberalismo económico, hace más de 50 años se decidió impulsar una fuerte política industrial para animar el desarrollo y crecimiento de parte o todo el sector agroproductivo, así como otros sectores de la economía urbana.

El gobierno municipal de la ciudad de Barcelona, por ejemplo, tomó medidas dirigidas a mejorar la competitividad y la capacidad de sus mercados municipales, y a promover la transformación de la dinámica del comercio tradicional en la ciudad. Esta política la conformaron medidas intervencionistas propias de una economía mixta, no se dejó el destino de los mercados municipales a la “mano invisible del mercado”.

Se estima que por cada empleo que genera una tienda de autoservicio, como las mencionadas anteriormente, se pierden 7 empleos en el barrio o colonia dónde fue aperturada. Uno de los problemas más importantes para los trabajadores tapatíos es la incertidumbre para obtener y conservar un empleo, ya que el deterioro laboral es evidente, los bajos salarios y la pérdida de prestaciones sociales también son cuestionadas por la apertura económica y la integración de las pequeñas y medianas empresas locales en la globalización.

Actualmente en el contexto de la globalización aunada al neoliberalismo, los tapatíos atraviesan momentos difíciles, las crisis económicas repercuten en la expansión del número de desempleados y facilitan la imposición de condiciones laborales que benefician más a los empresarios que a los trabajadores. El mercado de trabajo en el municipio de Guadalajara se desarrolla entre bloques económicos, estados y municipios, que provocan fuertes impactos en la sociedad por las políticas liberalizadoras que establecen la flexibilización de las relaciones laborales en busca de la fragmentación de la mano de obra barata, de las jornadas, y así logrando los empresarios menores costos en la producción.

Bajo otra temática y de forma preliminar se han identificado hallazgos significativos que permiten recuperar la importancia de los mercados municipales en la construcción de una agenda de desarrollo económico y paz social. Por ejemplo, en materia de Seguridad Pública, de las 364 colinas que conforman el municipio, la colonia Oblatos presenta desde el año 2021 a la fecha, los mayores indicadores de violencia intrafamiliar, homicidios y lesiones dolosas, entre otros; se deberá generar una análisis de mayor profundidad para comprender el origen del perfil de inseguridad dentro este

asentamiento; es interesante observar que la colonia Oblatos no cuenta con un mercado municipal, pero tampoco cuenta con algún formato comercial como los previamente mencionados.

Vincular la actual problemática de la ciudad a los mercados municipales es un tema complejo, dado el contexto político y organizacional actual. No se cuenta con un marco institucional que permita comprender bajo qué circunstancias el comercio tradicional tenderán a una gestión sostenible y organizada de los bienes comunes, en este caso, los mercados municipales de Guadalajara.

Aún al día de hoy, y desde hace varias administraciones, el gobierno municipal de Guadalajara carece de una política pública específica y formal para la gestión de sus mercados municipales, tianguis y espacios abiertos; en suma, no se cuenta con una visión de futuro para el comercio tradicional dentro del territorio municipal.

Siendo Guadalajara una ciudad fundada en el año 1542, en una región vocacionada desde tiempos prehispánicos para el intercambio comercial y de servicios, el comercio tradicional es patrimonio e identidad de los tapatíos. Sin embargo, los incentivos que ofrecen los nuevos formatos comerciales, más orientados a la rapidez para satisfacer las necesidades que el dinámico estilo de vida nos impone, han limitado los beneficios de la interacción social y comunitaria en el territorio dónde están establecidos.

IV.- Construyendo Políticas Públicas Transversales.

Con la publicación del Plan Municipal de Desarrollo y Gobernanza 2021-2024, se han delineado acciones concretas que la Comisión Edilicia de Mercados, Centrales de Abasto, Tianguis y Comercio en Espacios Abiertos del Municipio de Guadalajara aportó a dicho plan.

Buscamos lograr conjugar la tradición más entrañable y característica de los mercados municipales, los tianguis y el comercio tradicional como espacios que propicien la integración social a través de su vocación de servicio, nuevas tecnologías, gustos y preferencias de los consumidores.

Creemos que el desarrollo local implica la renovación del formato del comercio de proximidad, identificado a través de los mercados municipales, tianguis y comercios tradicionales, nos permitirá desarrollar un modelo de intervención para reactivar la dinámica comercial al interior de los mismos.

V.- Líneas Estratégicas.

Para el inicio del tercer año de gestión, la Comisión Edilicia de Mercados, Centrales de Abasto, Tianguis y Comercio en Espacios Abiertos del Municipio de Guadalajara, comenzará a desarrollar una nueva línea de trabajo: la economía social.

La sostenibilidad social y la inclusión, anteriormente definido como desarrollo social, refleja el enfoque del gobierno estatal para abordar las barreras duraderas al desarrollo, fortalecer el enfoque en las personas que han sido excluidas de las oportunidades económicas y sociales y aumentar la inversión en el crecimiento inclusivo.

La sostenibilidad social, trata de sociedades inclusivas y resilientes donde los ciudadanos tienen voz y el gobierno municipal responde. La sostenibilidad social también busca ampliar las oportunidades para los tapatíos de hoy y de mañana; vinculando la sostenibilidad económica y ambiental, como elementos fundamentales para la reducción de la pobreza y mejorar la prosperidad compartida dentro del territorio municipal.

El principio central del trabajo de Sostenibilidad e Inclusión Social es ayudar a las personas, independientemente de su género, raza, religión, etnia, edad, orientación sexual o discapacidad, a superar los obstáculos que les impiden participar plenamente en la sociedad y apoyar sus esfuerzos para dar forma a sus vidas y su propio futuro.

Es por esto que, la Comisión Edilicia de Mercados, Centrales de Abasto, Tianguis y Comercio en Espacios Abiertos del Municipio de Guadalajara a través de los mercados municipales y las comunidades a las que sirven, la sociedad civil, el sector privado y otros colectivos interesados, buscamos desarrollar una sociedad tapatía más inclusiva, empoderando a los ciudadanos y fomentando comunidades más resilientes y pacíficas

Por medio del Decreto 24431/LX/13 con fecha de publicación 25 de julio de 2013, se adiciona un párrafo al artículo 94 de la Ley de Gobierno y Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco, que quedando como sigue: "La regulación de Mercados y Centrales de Abastos será con un enfoque de sustentabilidad social, que fomente la promoción económica y cultural y garantice instalaciones dignas y seguras de los espacios comerciales."

Por Decreto 28434/LXII/21 con fecha de publicación 30 de agosto de 2021, se reforma el artículo 103 de la Ley de Gobierno y Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco, que quedando como sigue: "Las concesiones de mercados y centrales de abasto, se regularán en los reglamentos municipales atendiendo lo dispuesto en el último párrafo del artículo 94 de esta ley."

Es por lo anterior, que la definición de mercado municipal, establecida en el Art. 11 del Reglamento de Mercados Municipales y Centrales de Abasto del Municipio de Guadalajara, toma relevancia pues establece: "*para los efectos de este ordenamiento se*

entiende por mercados y centrales de abasto las construcciones fijas edificadas, empleadas al servicio público susceptible de concesionar su uso a particulares; destinados para que las personas ocurran a la compra-venta de artículos y servicios de primera necesidad". El espíritu de esta definición se basa en el concepto jurídico del bien económico en lugar del bien común.

A pesar de la publicación del Decreto 24431/LX/13 que adiciona el párrafo *"La regulación de Mercados y Centrales de Abastos será con un enfoque de sustentabilidad social, que fomente la promoción económica y cultural y garantice instalaciones dignas y seguras de los espacios comerciales"* al artículo 94 de la Ley de Gobierno y Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco; y posteriormente el Decreto 28434/LXII/21 que reforma el artículo 103 de la Ley de Gobierno y Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco, establece que: *"Las concesiones de mercados y centrales de abasto, se regularán en los reglamentos municipales atendiendo lo dispuesto en el último párrafo del artículo 94 de esta ley"*. El actual reglamento de Mercados Municipales y Centrales de Abasto del Municipio de Guadalajara no es congruente con el espíritu que motivaron los decretos mencionados.

Nuestro trabajo para este 2024, es en suma, una versión humanista del comercio. Estaremos compartiendo trabajo con otras Comisiones Edilicias para el desarrollo de nuevas iniciativas que cambiaran de forma, pero sobre todo de fondo, la manera de hacer comercio en Guadalajara, la ciudad de los mercados.

VI.- Metas y Objetivos

La Comisión Edilicia de Mercados, Centrales de Abasto, Tianguis y Comercio en Espacios Abiertos del Municipio de Guadalajara coadyuvará en el seguimiento del Plan Municipal de Desarrollo, y buscará generar las condiciones para resolver hallazgos operativos sobre la forma de administrar este importante servicio público.

1) No existe un proceso establecido por la Coordinación de Administración e Innovación Gubernamental que coordine la colaboración y centralización de la información entre las áreas involucradas en la función de mercados (Tesorería-Política Fiscal, Sindicatura-Jurídico Consultivo, Desarrollo Económico-Mercados y Regiduría de Mercados). Esto ha favorecido históricamente a la opacidad y discrecionalidad de la Dirección de Mercados al conformar expedientes para nuevas concesiones, traspasos y revocaciones.

2) La Tesorería municipal requiere el apoyo de un sistema de información que le permita incrementar el nivel de detalle, dentro de su función, para la gestión de locales en mercados municipales; por ejemplo, contar con claves catastrales para la recaudación de derechos, para cada uno de los locales al interior de los 95 mercados municipales de Guadalajara.

3) De acuerdo con el Artículo 12 12 inciso d del Reglamento de Mercados y Centrales de Abasto del Municipio de Guadalajara existen cuatro clasificaciones para un mercado municipal: mercados de primera categoría especial, mercados de primera categoría, mercados de segunda categoría y mercados de tercera categoría. Esta taxonomía fue definida por el Decreto municipal D1001506, para la Ley de Ingresos Municipales de Guadalajara en el año 2007, reconociendo su utilidad para clasificar los ingresos por derechos de concesión por cada tipo de mercado; sin embargo, esta forma de agrupar mercados no describe la dinámica comercial al interior de cada mercado, requerimientos de mantenimiento y operación así como su relación con las comunidades a las que sirven.

4) No existen domicilios oficiales para cada uno de los mercados, de acuerdo con NORMA TÉCNICA SOBRE DOMICILIOS GEOGRAFICOS (INEGI) publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF 12/11/2010).



ATENTAMENTE

Regidor Salvador Hernández Navarro
Presidente de la Comisión Edilicia de Mercados, Centrales de Abasto, Tianguis y
Comercio en Espacios Abiertos del Municipio de Guadalajara