



**H. Ayuntamiento Constitucional de Guadalajara  
Presente.**

**Salvador Hernández Navarro**, en mi calidad de regidor del Ayuntamiento de Guadalajara con fundamento en lo dispuesto por los artículos 41, fracción II y 50, fracción I, de la Ley del Gobierno y la Administración Pública Municipal, y 90 del Código de Gobierno Municipal de Guadalajara, someto a consideración de este órgano colegiado, iniciativa de ordenamiento con turno a comisión que tiene por objeto reformar el artículo 17 del Reglamento para el Funcionamiento de Giros Comerciales Industriales y de Prestación de Servicios en el Municipio de Guadalajara, a fin de apoyar el fortalecimiento de los mercados públicos municipales. De conformidad con la siguiente:

### **Exposición de motivos**

La función del Desarrollo Económico, dentro de la administración municipal, se puede definir como la capacidad de los ingresos e incentivos del territorio de Guadalajara para crear riqueza a fin de mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes.

Es así que la Economía Urbana, como promotor del desarrollo económico de las ciudades, utiliza como herramientas a la economía y la urbanística para analizar fenómenos de áreas urbanas como el crimen, la educación, el transporte público, la vivienda y las finanzas de los gobiernos locales. Más específicamente, es una rama de la microeconomía que estudia la estructura espacial urbana y la ubicación de hogares y empresas, y en lo particular del caso, el comercio tradicional

representado por los mercados municipales, patrimonio de esta honorable institución.

Los mercados públicos municipales históricamente han sido actores esenciales en el progreso urbano de la ciudad y en la generación de comunidad, pues a través de su función se detonan aspectos tan relevantes como el económico y el cultural, los que a su vez han coadyuvado en el fortalecimiento del tejido social.

Recordemos que de acuerdo con lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el gobierno se divide para su organización política en los niveles federal, estatal y municipal, correspondiendo a este último el llevar a cabo una serie de funciones y servicios para garantizar condiciones de bienestar a la población. Así pues, la prestación de los servicios públicos, como forma de actividad material de los gobiernos municipales constituye la esencia del tercer nivel de gobierno, dentro de dichos servicios se encuentra el de mercados y centrales de abasto, servicio público que como ha quedado señalado no solo se limita al intercambio comercial, pues su aspecto identitario forma parte de la cultura de nuestro país.

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.

Así pues, la falta de planeación y control en el otorgamiento de licencias en favor de la desmedida proliferación de supermercados y tiendas de conveniencia han puesto en riesgo la subsistencia de los mercados, amenazando la economía de familias enteras por la pérdida de su fuente de ingresos, además del posible debilitamiento de canales de distribución para productores locales, incluso para consumidores de materia prima para su transformación, como fondas y restaurantes, y peor aún la pérdida de espacios que benefician principalmente a la población de bajos ingresos para acceder a bienes de primera necesidad.

Ximena Arriaga Zamora, destaca en su ensayo *“La Tradición de los Mercados Públicos en Decadencia”*<sup>1</sup>, que la acelerada proliferación de las grandes cadenas de autoservicio deja al mercado público en desventaja *“...tiene una gran repercusión en la fuente de empleos dado que 7 empleos en comercio tradicional se pierden por cada 1 creado en tiendas de autoservicios. Las tiendas de autoservicio no son una fuente de ingresos económicos a nuestro país porque solo benefician a grandes empresarios internacionales...”* En contra parte tenemos a las familias de los mercados locales que benefician al crecimiento de la economía local y consecuentemente a la economía del país.

Si bien es cierto que la libre competencia constituye el criterio orientador para que esta opere de la manera más beneficiosa posible y permita lograr el bienestar de los que participan en un intercambio; cierto es también, que el Estado debe orientar sus esfuerzos para lograr un mejor funcionamiento de los mercados públicos municipales y con ello hacer frente a su obligación constitucional, la que en el caso de los gobiernos municipales se confiere especialmente para el desarrollo de la población local.

Ahora bien, si consideramos que la igualdad es un principio que implica el trato homogéneo para todas las personas, independientemente de sus características o circunstancias, mientras que la equidad es la acción consistente en dar a cada

---

1

[https://www.academia.edu/27632603/La\\_tradici%C3%B3n\\_de\\_los\\_mercados\\_p%C3%BAblicos\\_en\\_decadencia](https://www.academia.edu/27632603/La_tradici%C3%B3n_de_los_mercados_p%C3%BAblicos_en_decadencia)

quien lo que le corresponde de acuerdo con sus circunstancias y lo establecido en el entorno que le rodea. En ese sentido podemos aseverar que la libre competencia en la materia debe partir de la equidad y no de la igualdad, pues es indispensable considerar la situación particular que prevalece en los mercados públicos municipales que los deja en desventaja ante los grandes emporios comerciales.

Vincular lo moderno a los mercados municipales es un tema complejo, dado el contexto político y organizacional actual.

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.

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 objetivo primordial del Reglamento para el Funcionamiento de Giros Comerciales, Industriales y de Prestación de Servicios, es el de regular el funcionamiento de dichas actividades dentro del territorio municipal, regulación que como se ha mencionado debe procurar la equidad que genere justicia social que se traduzca en el bienestar común. Por tal motivo es que ante la desigualdad que prevalece entre los mercados públicos municipales de nuestra ciudad y las tiendas de autoservicio y de conveniencia es que se propone el establecimiento de una zona de amortiguamiento de quinientos metros a la redonda a partir de los

mercados municipales en la que no se permita la instalación tanto de supermercados, como de tiendas de conveniencia. Con independencia de la necesidad de que la autoridad municipal debe generar las condiciones para que sus mercados estén en igualdad de oportunidades y puedan competir libremente con dichos establecimientos, pues no podemos perder de vista que la competencia beneficia directamente a los consumidores que terminan pagando menores precios y pueden optar por mejores productos que en el escenario de los oligopolios que han debilitado el comercio tradicional de la ciudad, incrementando de manera considerable la desigualdad entre la población.

Por lo antes asentado, resulta apremiante la elaboración de un plan ejecutivo para la reactivación de los mercados públicos municipales y la implementación de políticas públicas encaminadas a recobrar la importancia de estos como generadores del desarrollo económico, social y cultural de la ciudad, sin olvidar que estos forman parte de los servicios a cargo de los gobiernos municipales y que por lo tanto se tiene la obligación constitucional para su prestación.

Recordemos que los mercados históricamente han sido considerados como puntos de comercio de productos alimenticios de primera necesidad. No obstante, los procesos de urbanización y los cambios de la economía, así como la desigual competencia de las multicitadas tiendas de autoservicio, han venido modificando su vocación. De tal manera que el escenario de los mercados debe evolucionar para brindar una mayor oferta de servicios a la población, con el uso de tecnologías que les permitan estar a la vanguardia en el desarrollo de las operaciones comerciales que realizan cada día, como promoción de sus productos, recepción de pagos, sistemas de inventarios y cobranza, seguridad, entre otros.

Es por ello, que a fin de reducir la desigualdad entre el servicio público de mercados y centrales de abasto, y los supermercados y tiendas de conveniencia se propone reformar el artículo 17 del Reglamento para el Funcionamiento de Giros Comerciales, Industriales y de Prestación de Servicios en el Municipio de Guadalajara, adicionando el arábigo 12 a fin de establecer una zona de

amortiguamiento de quinientos metros a la redonda a partir de los mercados municipales en la que no se permita la instalación tanto de supermercados, como de tiendas de conveniencia.

Adicionalmente, solicitar ordenar la elaboración de plan ejecutivo para la reactivación de los mercados públicos municipales y la implementación de políticas públicas encaminadas a recobrar la importancia de estos como generadores del desarrollo económico, social y cultural de la ciudad.

Ahora bien, con relación a las repercusiones sociales, la aprobación de la presente iniciativa representa un impacto positivo tanto en la comunidad de comerciantes de los diversos mercados públicos, como en la población en general que acude a estos para la adquisición de bienes y servicios, puesto que el fin último de los mercados públicos municipales es el de brindar las mejores condiciones en cuanto a calidad y precio en favor de la población.

Por lo que corresponde a las repercusiones Jurídicas, si bien es cierto que puede llegar a considerarse contrario a lo dispuesto por el artículo 5 constitucional, cierto es también que con la reforma constitucional de mil novecientos noventa y nueve se consolidó la autonomía del Municipio, reconociéndosele un orden jurídico propio, por lo que no se estaría prohibiendo el libre ejercicio del trabajo lícito, sino solo regulando –en ciertos casos particulares– su ubicación con el fin de generar condiciones idóneas de competencia respecto de la obligación constitucional establecida en el artículo 115, en donde se señala que dentro de los servicios públicos a cargo de la autoridad municipal está el de los mercados y centrales de abasto.

Con relación a las repercusiones económicas resulta necesario destacar que la restricción si bien podría limitar el ingreso por permisos de establecimientos comerciales (supermercados y tiendas de conveniencia) de índole privado, la autoridad municipal estará por un lado cumpliendo con su obligación constitucional en materia de mercados la cual ha dejado de lado los últimos 20 años, asimismo

estará generando condiciones de igualdad en la competencia económica y en el beneficio social.

Por lo que corresponde a las repercusiones laborales, podemos señalar que estas no existen, ya que la aprobación de la presente ponencia no implica tareas adicionales, ni personal extra.

En virtud de lo anteriormente expuesto y fundado, someto a la consideración de este cuerpo edilicio el siguiente:

### **Ordenamiento**

**Primero.** Se aprueba la adición del arábigo 12 al artículo 17 del Reglamento para el Funcionamiento de Giros Comerciales Industriales y de Prestación de Servicios en el Municipio de Guadalajara, a fin de establecer una zona de amortiguamiento de quinientos metros a la redonda a partir de los mercados municipales en la que no se permita la instalación de nuevos giros comerciales de tipo supermercados y, o tiendas de conveniencia, para quedar como sigue:

Artículo 17.

1 a 11...

**12.** Con la finalidad de fortalecer el comercio dentro de los mercados públicos municipales, los giros comerciales denominados supermercados y, o tiendas de conveniencia deberán respetar un radio de 500 metros a partir de estos (mercados) para su instalación.

**Segundo.** Se ordena a la dirección de mercados para que en el plazo de 3 meses contados a partir de la aprobación de la presente ponencia, lleve a cabo un plan ejecutivo para la reactivación de los mercados públicos municipales y la

implementación de políticas públicas encaminadas a recobrar la importancia de estos como generadores del desarrollo económico, social y cultural de la ciudad.

### **Transitorios**

**PRIMERO.** Publíquese la presente reforma en la Gaceta Municipal de Guadalajara.

**SEGUNDO.** Esta reforma entrara en vigor al día siguiente de su publicación en la gaceta Municipal de Guadalajara.

**TERCERO.** Una vez publicada la presente disposición, remítase mediante oficio un tanto al Congreso del Estado de Jalisco, para los efectos ordenados en el artículo 42, fracción VII de la Ley del Gobierno y la Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco.

**Atentamente.**

Salón de Sesiones del Ayuntamiento de Guadalajara.



**Regidor Salvador Hernández Navarro**