



Universidad Autónoma del Estado de México

Centro Universitario UAEM Valle de Chalco

**“REGULARIZACIÓN DE LOS 39 MERCADOS
PÚBLICOS EN LA DEMARCACIÓN DE LA
ALCALDÍA CUAUHTÉMOC”**

MEMORIA DE EXPERIENCIA LABORAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN DERECHO

P R E S E N T A

LEYDI DIANA ROMERO TRUJILLO

ASESOR:

Dr. En D. Ricardo Martínez Zabala

Revisor: Dr. En D. José Julio Nares Hernández

Revisor: Lic. En D. Juan lino Alonso Salgado

VALLE DE CHALCO SOLIDARIDAD, MÉXICO JUNIO 2022.



CUVCH

ÍNDICE

• Introducción.....	6
• Antecedentes históricos de los mercados públicos en México.....	7
• Importancia del programa denominado “regularización en los treinta y nueve mercados públicos en la demarcación de la Alcaldía Cuauhtémoc”	48
• Descripción del cargo “Enlace C”	53
• Problemática identificada.....	56
• Informe detallado de las actividades del empleo.....	58
• Seguimiento del programa de regularización.....	68
• Impacto de la experiencia laboral.....	69
• Referencias bibliográficas.....	66
• Anexos.....	72

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, se enfoca en el programa denominado “Regularización de los treinta y nueve mercados públicos en la Alcaldía Cuauhtémoc”, mismo que fue implementado a finales del año 2018, por la Alcaldía Cuauhtémoc, dándole seguimiento la Dirección General de Gobierno, se preguntarán, ¿Por qué enfocar un trabajo de titulación, en un programa de regularización de mercados?, ¿Estará enfocado en el ámbito jurídico y más aún cumplirá con los estándares de la legislación universitaria?.

Bajo ese orden de ideas, me encargaré de ir explicando, detalle a detalle, para mostrarles lo importante que fue este proyecto y como se relaciona en el ámbito jurídico, por lo que les explicare de manera general, como es que surge el programa de regularización.

El programa, fue creado para ayudar a los locatarios y/o locatarias a regularizar su situación jurídica con respecto a la concesión (documento que físicamente lo tienen, pero el mismo no los reconoce como titulares de una concesión), ya que la mayoría de los locatarios y/o locatarias, cuentan con una cédula (concesión), pero la misma no se encuentra a su nombre, por ende no los reconoce como titulares y/o permisionarios de dicha concesión, sin dicho documento las personas se encuentran en una situación irregular, transgrediendo la Ley del Régimen Patrimonial y Servicio Público, así como los Lineamientos para la Operación y Funcionamiento para los Mercados Públicos, ambos ordenamientos vigentes para la Ciudad de México, situación que dio origen al programa “regularización de los treinta y nueve mercados públicos en la demarcación de la Alcaldía Cuauhtémoc”.

Es preciso señalar, que el órgano político administrativo de Cuauhtémoc, tiene que seguir diversos procedimientos administrativos para brindar certeza jurídica y/o Seguridad Jurídica, a los locatarios, dicho concepto se refiere a la proyección en las situaciones personales de las garantías estructurales y funcionales de la seguridad objetiva.

II. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LOS MERCADOS PÚBLICOS EN MÉXICO

Para tener una noción de la etimología de la palabra mercado, es preciso señalar que la misma proviene del náhuatl “tianquiz” (tli), que significa tianguis, lo que hoy conocemos como mercado, así como del latín “mercatus”, mercari (comprar) y merx (mercancía). Bajo ese orden de ideas, a continuación se muestran algunas definiciones de la palabra Mercado:

Malinoswski & De la Fuente (2005), refiere el término de mercado como; un sistema totalmente económico, basado en los productos básicos de consumo, mismos que se encuentran en un sistema de intercambio y de distribución, respectivamente en la zona en la que se encuentre ubicado el centro de abasto y/o mercado público, es decir, es un espacio de transacciones y/o negociaciones entre campesinos y gente del lugar.

Por otra parte se señala que el mercado objetivo es un conjunto de individuos que comparten necesidades o características comunes que la empresa decide servir. Estos individuos son por lo general los usuarios finales de un producto. (Peiró, R. 2021).

Los autores Parkin y Michael (2022), refieren como concepto de Mercado; al trato y/o arreglo, en el cual se les permita tanto a los compradores y vendedores información, con la finalidad de realizar negocios entre las partes.

Para, Samuelson Paul (2011), es un “mecanismo a través del cual compradores y vendedores interactúan para determinar precios e intercambiar bienes y servicios” (Recuperado 3 de marzo de 2022, de <http://mundoazul.ignaciogavilan.com/microteorias/mba>).

A lo largo de la historia, el comercio ha sido una de las principales actividades sociales y/o económicas a nivel internacional, sin embargo en esta ocasión, nos enfocaremos exclusivamente en México.

En lo que respecta al ámbito jurídico, las actividades mercantiles se han regulado, derivado al crecimiento globalizado, por lo que han surgido tratados internacionales, enfocados en el área mercantil, mismos que han dando pauta de regulación del comercio, es por ello que considero de suma importancia conocer dentro de nuestra cultura la forma en que se desarrolló dicha actividad, sobre todo en el mundo prehispánico, del cual desconocemos figuras y/o acontecimientos que llevan miles de años existiendo y que hoy en día ni nos imaginábamos que tuvieran tantos años de existir, entre ellas cabe destacar que seguimos acudiendo a los tianguis, en lo que sobrevive la organización heredada de nuestra cultura ancestral. (Recuperado 3 de marzo de 2022, de <https://bajio.delasalle.edu.mx/revistas/exlege/pdf>).

Para el Reglamento de Mercados (1951), en su artículo 3, fracción I, es definido como: el lugar o local, sea o no propiedad del Departamento del Distrito Federal, donde ocurra una diversidad de comerciantes y consumidores en libre competencia, cuya oferta y demanda se refieran principalmente a artículos de primera necesidad.

Los Lineamientos para la Operación y Funcionamiento de los Mercados Públicos del Distrito Federal (2015), brindan otra definición de mercado público, que a la letra indica; es en los lugar al que concurren con tal carácter los locatarios o comerciantes permanentes debidamente empadronados y consumidores, en libre competencia, cuya oferta y demanda se refieren principalmente a artículos de primera necesidad.

Una definición más y no menos importante, es la de Mankjw, G. N. (2017), quien refiere al mercado como a un grupo de compradores y vendedores de bienes o servicios.

Los antecedentes indican como primer registro de los mercados públicos, es que surgieron a partir de los años cincuenta, esto como una

medida de índole político, por lo que una manera de contar con el colectivo fue regulando el comercio, a través de concesiones, hecho que lo sustentan con la entrada en vigor del ordenamiento de mercados públicos, mismo que fue publicado en el año 1951.

Asimismo la palabra “**Mercado**”, se describe también como “**Central de Abasto**”, conceptos que se traducen; como el lugar donde la actividad principal comercialización y/o distribución de productos alimenticios, así como el abastecimiento de productos básicos al mayoreo y/o menudeo, a través de instalaciones que permiten concentrar los productos provenientes de diferentes centros de producción, para después surtir de éstos a los comerciantes detallistas, dichos mercados, pueden ser tanto públicos o privados.

El ex presidente de la entonces Unión Soviética, Mijail Gorbachov (1990-1991), refiere; “mercado no es un invento del capitalismo, siempre ha existido. Es un invento de la civilización”.

Finalmente, es preciso destacar que jurídicamente la palabra mercado, tiene dos vertientes, en virtud de que puede ser privado y/o público, nosotros nos enfocaremos en los mercados públicos, como su nombre lo indica son públicos, esto se traduce como; son inmuebles propiedad del gobierno local y para reactivar la economía, el gobierno local a través de concesiones las cuales son entregadas a particulares que han solicitado dicho beneficio, para lo cual se sigue un determinado procedimiento, dando como resultado la asignación de un local a través de una concesión que el gobierno local les otorga, esto puede ser dentro de la demarcación de la alcaldía Cuauhtémoc o en cualquiera de las quince alcaldías restantes.

La época prehispánica y el mercado

El origen del comercio en México, fue en la época prehispánica, siendo la cultura olmeca, la primera en iniciar el trueque, acción que fue utilizada como la forma de intercambiar productos como:

1. Mercancía;

2. Alimentos; y

3. Animales.

Dicha actividad la realizaban en determinados lugares llamados “tianguiz (tli)” palabra que proviene del náhuatl y significa tianguis, es preciso señalar que la palabra tianguis fue la que en ese entonces adoptaron para describir al lugar donde llevaban a cabo el comercio, actividad que tuvo mucho auge, por lo que se tuvo la necesidad de ir creando lugares más grandes y cerrados para llevar a cabo el comercio, esto trajo consigo el cambio su nombre, de tianguis a mercado, hoy en día lo conocemos así, en virtud de que tianguis y mercado tienen distinto significado.

El objetivo principal del tianguis-mercado, es que fuera un lugar para reunir un sinnúmero de productos, al colectivo de ese entonces y así llevar a cabo el comercio.

La Doctora en antropología por la Universidad de Texas, Frances Berdan, refirió que en la época prehispánica y la colonia, surge el intercambio de mercancía. Para lo cual Francisco Olvera Ruíz (2019) menciona que algunos de los productos que participaban en dicho trueque fueron:

- Granos de cacao;
- Flechas de obsidiana;
- Plumas de aves exóticas, entre otros, que sirvieron como moneda de cambio para las transacciones.
- Granos de cacao;
- Mantas de algodón y hachas de cobre;
- Cascabeles de cobre;
- Cuentas de piedras preciosas;
- conchas rojas;
- Sal y cañas de plumas de ave rellenas con polvo de oro se mencionan menos a menudo como formas de dinero.

De lo anterior, se traduce que dichos productos eran los más comercializados en esa época, asimismo es preciso señalar un dato curioso del cacao, fue una bebida exclusivamente de la elite en toda Mesoamérica.

Un punto a resaltar de esa época, fue la vestimenta de la nobleza, ya que los hombres vestían con telas muy finas, como la manta, los utensilios que utilizaban eran hachas, objetos con puntas filosas de cobre podían ser desde frágiles objetos tan delgados como el papel (a veces encontrados en depósitos rituales) hasta más pesados y que podrían haberse usado como herramientas. (Recuperado el día 8 de marzo de 2022, de <https://arqueologiamexicana.mx/mexico-antiguo/los-medios-de-intercambio-en-la-epoca-prehispanica-y-la-colonia>).

Tiempo después, los teotihuacanos y los mayas, siguieron esta actividad, llevándola a otro nivel, siendo ambas culturas las que dieron inicio formal al denominado “COMERCIO”, esto derivado del gran auge que tuvo esa actividad, dando pie a nuevos y diversos mercados, los cuales consistían en un juego de puestos armados por los vendedores y/o comerciantes, todos ubicado en una plaza designada para la realización de dicha actividad.

Resumiendo e ilustrando lo anterior, a continuación se muestra un mapa que indica las rutas en las que las podían encontrar diversos productos:

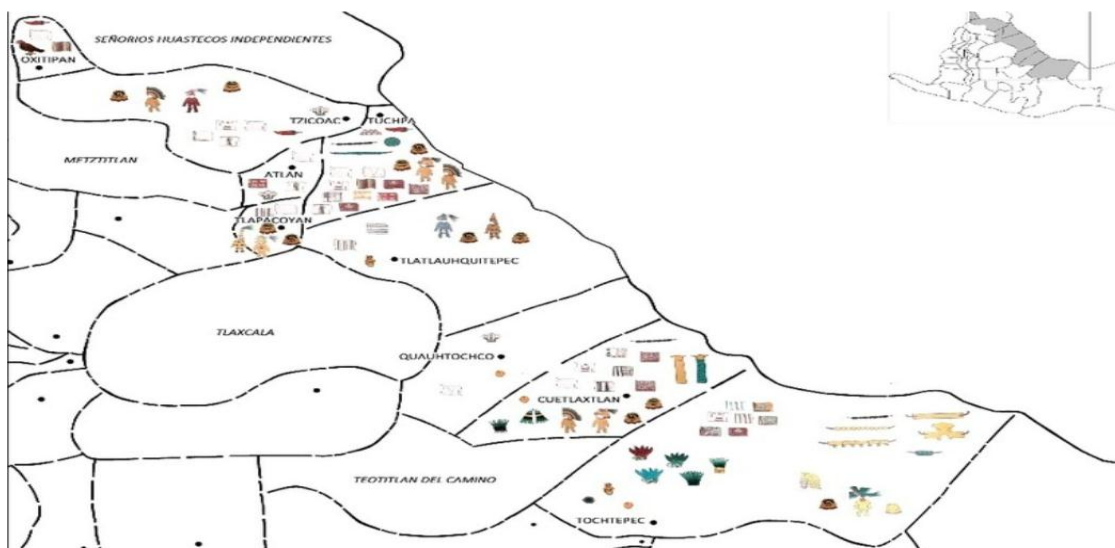


Figura 1. Mapa de la época prehispánica, utilizando el “Trueque”

En la antigua Tenochtitlan, al conjunto de familias se le denominó “calpulli”, dichas familias gozaban de ciertos privilegios, como el de tener un mercado en su propia comunidad o ciudad, mismo que era regulado por el poder local, es preciso señalar que en dicho mercado, era el lugar donde se llevaban a cabo los intercambios comerciales, los cuales contaban con una infraestructura amplia conformada por vías de comunicación y transporte.

En ese entonces, los grandes mercados indígenas provocaron la sorpresa en los primeros conquistadores, en específico el mercado de Tlatelolco, dichas anécdotas, fueron narradas en las cartas que Hernán Cortés, dichos documentos refieren que de manera particular le escribía al Rey, contándoles los más minuciosos detalles de su visita, un ejemplo de ello, es el fragmento siguiente:

“Tiene esta ciudad muchas plazas donde hay un mercado y trato de comprar y vender. Tiene otra plaza tan grande como dos veces la ciudad de Salamanca, todavía cercada de portales alrededor; donde hay cotidianamente arriba de sesenta mil animas comprando y vendiendo...” (Recuperado el 8 de marzo de 2022, de <http://www.biblioteca.tv/artman2/publish/>).

Durante la época prehispánica, surgió un sinnúmero de mercados, sin embargo, podemos destacar tres:

1. Tlatelolco:
2. Texcoco; y
3. Tenochtitlán.

Cada uno, tuvo gran importancia para la sociedad, por el momento nos concentraremos en **Tenochtitlán**, para ser específicos en la época de Moctezuma, periodo de gran importancia para los centros de abasto, ya que es el lapso que se dio origen al primer mercado de abasto en México, ubicado en la plaza principal (hoy conocida como la Plaza de la Constitución), dicho mercado fue insuficiente para todo el colectivo de ese entonces, ya que su única vía de comunicación era acuática.

Al mercado llegaban vendedores de diversas y lejanas tierras, gracias a ello, el intercambio cultural enriquecía las identidades de los comerciantes, cabe destacar que su sistema de comunicación era muy organizado.

El Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), refiere que la palabra “Tlatelolco” proviene del náhuatl *tlatelli* que significa “terrace” (Recuperado el 8 de marzo de 2022, de <https://www.infobae.com/america/mexico>).

Tiempo después, los aztecas encontraron otro lugar con más rutas de entradas, “**TLATELOCO**”, fundado en el año de 1338, por los tlatelolcas, caracterizados por ser grandes comerciantes y tenían que controlar las mejores rutas para el tránsito de sus mercaderías.

Los mexicas, fueron una de las cultura que se separó de los tenochcas, fundadores de Tenochtitlan y estaba situada en un islote al norte de esta ciudad dentro del lago de Texcoco.

A continuación se muestra el mapa del antiguo lago de Texcoco, en el cual se pueden visualizar las rutas marítimas que eran utilizadas para transportar las mercancías.



Figura 2. Mapa del lago de Texcoco

Recordemos que el mercado de Tlatelolco fue fundado durante el gobierno del tlahtoani, época de Moctezuma Ilhuicamina, tiempos en que tanto tenochcas como tlatelolcas eran sus vasallos, ahí se estableció el mercado de la ciudad, conforme fue creciendo la urbe, ese mercado resultó insuficiente, pues su único acceso era acuático a través de un canal, para introducir mercancías a la isla era un canal, pues la plaza no era ribereña.

Dicho lugar fue denominado como el corazón del intercambio cultural, en virtud de que era el centro de reunión del pueblo, lugar donde acudían todas las personas y compartían sus tradiciones, parte del mercado estaba destinada de manera exclusiva para la venta de personas esclavizadas; estas se adquirían como un producto de lujo. Podían ser utilizadas para la realización de trabajos forzados, servidumbre o sacrificios humanos.

Los pochtecas, fueron mercaderes que desempeñaron en aquella época un papel importante en el seno de la sociedad tlatelolca, ubicado al suroeste del templo mayor de la ciudad, operaba en un gran espacio al aire libre donde se reunían compradores y vendedores; habían alrededor numerosas habitaciones que eran utilizadas como bodegas y depósitos, siendo considerado el modelo prototipo de mercado en Mesoamérica.

En este mercado, se podía intercambiar producto por producto, o bien, cuando se trataba de productos de gran valor se cambiaban por cacao, se preguntarán que porque cacao, pues resulta que en ese entonces fue utilizado como moneda, ya que se podía fraccionar y transportar fácilmente, así como conservar y almacenar, mas adelante les especificare a cuanto equivalía un cacao y así sucesivamente.

Dicho alimento era de gran valor y solo era consumido por la nobleza, lo que conllevó a que la misma nobleza lo sembrará y almacenará, para ello crearon lugares exclusivos, los cuales denominaron "Casas del Cacao".

Un dato curioso, fueron las Unidades de Medida- Valor del Cacao:

- Zontle 400 Semillas de Cacao;
- Jiquipil 8,000 Semillas de Cacao (20 Zontles);
- Carga 24,000 Semillas de Cacao (3 Jiquipiles);
- Algunas equivalencias para adquisición de bienes y servicios;
- 1 conejo: 10 semillas de cacao
- 1 esclavo: 100 mazorcas de cacao; y
- 2 zapotes (fruta): 1 semilla de cacao

Un dato relevante, son las cartas redactadas por Hernán Cortés, que el mismo le enviaba al rey de España, una de ellas fue la segunda carta dirigida al Rey, con fecha del 8 de octubre de 1520, que a la letra señala:

“tiene otra plaza tan grande como dos veces la ciudad de Salamanca, toda cercada de portales alrededor, donde hay cotidianamente arriba de sesenta mil almas comprando y vendiendo.

“Hay todo género de mercaderías que en todas las tierras se hallan, así de mantenimientos como de vituallas, joyas de oro y plata, de plomo, de latón, de cobre, de estaño, de piedra, de hueso, de conchas, de caracoles y de plumas; véndese tal piedra labrada y por labrar, adobes, ladrillos, madera labrada y por labrar de diversas maneras...”

Dioses del comercio

A lo largo de la historia hemos conocido a diversos y sobresalientes dioses, como; Poseidón, Apolo, Ares, Zeus, atenea, afrodita, Artemisa, Júpiter, Vulcano, es por ello que me di a la tarea de ir en busca del dios del comercio en diversas mitologías, dando como resultado lo siguiente:

En la mitología azteca, tenemos al dios **“Yacatecuhtli”** o **“el de la nariz delgada como espina”**, conocido como **“dios del comercio y de los**

viajeros, patrón de los mercaderes y del intercambio, especialmente de los viajes comerciales”, al ser un dios viajero, se dice que formaba parte de la constelación de ori3n.



Figura 3. Dios del comercio en la mitolog3a azteca

En la mitolog3a Griega, es “**Hermes**”, Hijo de Zeus y Maya, una mortal., tambi3n mensajero de los dioses, es el dios del comercio o protector de los comerciantes.



Figura 4. Dios del comercio en la mitolog3a griega

Para Carlos Garc3a Gual, catedr3tico de Filolog3a Griega en la Universidad Complutense de Madrid, Espa3a, refiere:

“Hermes protege los buenos encuentros e inspira la elocuencia persuasiva... Arropado por un ambicioso ingenio, es el dios de lo imprevisto, de la movilidad extrema, de los caminos salvajes, del espacio exterior -contrapuesto a la seguridad del hogar- con sus riesgos y ventajas. Es el gran mediador y, en s3ntesis, un dios que

tiene su dominio en ese mundo que llamaríamos de la inteligencia práctica”.

Para la mitología Romana, el dios del comercio o protector de los comerciantes, es “**Mercurio**” hijo de Júpiter la deidad mayor en la mitología romana y de la ninfa Maya.



Figura 5. Dios del comercio en la mitología romana

Proceso de intercambio en los mercados públicos

Es preciso nombrar a Cuacuauhpitzahuac, mismo que impulsó el comercio en Tlatelolco, a través del establecimiento de relaciones de intercambio de productos con grupos del exterior, valiéndose también de bienes adquiridos a través de tributos de guerra y de sus aliados tepanecas, permitiendo el establecimiento en su ciudad de gente proveniente del golfo, de quienes aprendieron el oficio de los pochtecas, es decir de mercaderes. (Recuperado el 10 de marzo de 2022, de <https://www.noticonquista.unam.mx/amoxtli/1890/1887>).

A continuación, se describe el proceso del trueque:

1. Trueque; entiéndase como el intercambio de pieles, joyas, alimentos, etc.
2. Truque-moneda; entiéndase como el primer intercambio con dinero (el dinero era el cacao, ya que era solo consumido y producido por los nobles).

3. monetaria, se crea el papel moneda.

Los mercados y sus peculiaridades

Es preciso señalar, que el objetivo de un mercado es el intercambio comercial de cualquier producto o el acto de vender y comprar, esto con ayuda de alguna estrategia para obtener la mejor veta y/o ganancia en el mercado. Es así que el regateo y la negociación son dos componentes propios de los mercados y tianguis en nuestro México.

En la época prehispánica, diversos conocedores de la materia señalan que el mercado estaba conformado en diversas secciones, la primer sección, estaban los vendedores de animales, quienes ofrecían xoloitzcuintles, conejos, mapaches, armadillos, tejones y tortugas; mientras que otros vendían pájaros con plumajes de gran colorido; allí también podían obtenerse aves de rapiña, serpientes y carne de venado, siempre presente en los banquetes de la nobleza.

Segunda sección del mercado estaban los puestos de comida preparada, donde las cocineras preparaban tortillas hechas a mano, las cuales acompañaban de ciertos vegetales o legumbres, tamales, atoles, gorditas de maíz, tlacoyos de haba, frijol, queso, entre otras. Traídos de las costas, los pescados eran ofrecidos sobre hojas de palma que los mantenían frescos.

Asimismo, las personas que se dedicaban al transportar la mercancía, eran los llamados tamemes o mejor dicho las personas que cargaban la mercancía en su espalda, esto con la ayuda de cestos o costales. En dicho mercado no podía faltar la medicina ancestral, por lo que existía una sección dedicada a los curanderos y/o chamanes. Así como una sección para venta o intercambio de cerámica, tanto para uso cotidiano como uso suntuario, dato relevante, eran utensilios exclusivos para las mesas de los nobles.

Dichas actividades, trajeron grandes beneficios para el mercado de Tlatelolco, como ya lo mencione anteriormente, dicho mercado contaba con

una sección, dedicada a la venta de artículos que solo los nobles o pipiltin (como los sacerdotes, los militares y los funcionarios de gobierno), solo ellos podían adquirir:

- Cactli o sandalias; producto era exclusivo de la nobleza;
- Pipiltin de un macehualtin; utilizado solo por las personas que estaban por debajo de la nobleza y arriba de los esclavos;
- Plumas de quetzal, de guacamaya y de otras aves exóticas;
- Metales preciosos y las piedras (turquesa y el jade); y
- La joyería y los ornamentos ya trabajados se ofrecían también para el uso exclusivo de la nobleza, el jade, el oro y la plata.

Comercio como puerta al exterior

Con el creciente poderío militar y político de los aztecas, se inicia y desarrolla lo que se podría llamar el comercio exterior mexicana, con esto me refiero a que los mexicas al ver el gran crecimiento en el comercio y ambiciosos al poder, esas ganas de tener más poder y control, es que dan puerta a realizar tratos más allá de Tlatelolco, por tal motivo en esta transición los mercaderes traían a su capital desde remotas tierras **valiosos productos como el jade, el algodón, el cacao y los metales preciosos**. El oficio de los comerciantes iba a lograr un insospechado desarrollo.

Un dato muy relevante del mercado de Tlatelolco, fue la visita de Hernán Cortés, ya que al llegar, los españoles quedaron fascinados ante la visión que ofrecían los mercados nativos al aire libre, todos los producto que veían eran únicos, en ese entonces llamado tianguis.

En el siglo XVI, hubo pocos cambios en los mercados. Los comerciantes indígenas traían y llevaban mercancías dentro del extenso territorio de lo que

fue el imperio azteca. Continuaron vendiéndose productos autóctonos, a los que se adicionaron algunos provenientes de España, sobre todo manufacturas. Las semillas de cacao siguieron fungiendo como moneda, a la par que las metálicas que se empezaron a acuñar; el cacao conservó su valor monetario hasta principios del siglo XIX.

A partir de 1580, el clero empezó a cobrar importancia como productor de alimentos, gracias a ello tomo poder en la sociedad. Para el trece de agosto de mil quinientos veintiuno, fue la última batalla contra la cultura mexicana, acontecimiento en el cual Cuauhtémoc fue derrotado y obligado a rendirse ante Cortés.

Otro de los conquistadores, Bernal Díaz del Castillo describió la matanza de mexicas:

“...ese día fue tan sangriento que era imposible caminar por el lugar debido a la cantidad de cadáveres apilados, se estimó que más de 40 mil indígenas fueron asesinados ese día.” La caída de Tlatelolco marcó el fin del más importante Imperio mesoamericano. (Recuperado el 9 de marzo de 2020, de <https://www.estrategiaaduanera.mx/>).

Más tarde, el mercado de Tlatelolco, fue sustituido por el mercado San Juan, ubicado a un costado de la Alameda, lugar donde los aztecas tenían como venta principal; frutas y verduras.

Para el año 1629, se dio una serie de inundaciones en la ciudad, dando como resultado, **la inundación del mercado**, por lo que, el Gobierno de la Ciudad tuvo a bien reubicar dicho mercado a la plaza principal del Palacio Virreinal (hoy denominado Palacio Nacional).

Los mercados de México a través del tiempo

- En 1703, se inaugura “El Parián”, mercado ubicado dentro del Zócalo capitalino.
- 1778, marca el inicio de la apertura comercial española: se termina con el sistema de flotas exclusivo entre Cádiz y Veracruz, abriéndose el comercio para otras doce ciudades hispanas. No obstante, el uso de otros puertos mexicanos además de Veracruz se dio hasta 1820.
- En el siglo XIX el mercado de Tlatelolco ya había cedido su preeminencia al mercado de San Juan.
- Para el año 1860 el Distrito Federal (hoy ciudad de México), contaba con cuatro mercados:
 1. Antigua del Volador, ubicado a un costado de la Plaza Mayor, donde solía representarse el ritual prehispánico de El Volador, de donde toma su nombre;
 2. El Iturbide, situado en la antigua plaza de San Juan, que abrió sus puertas el 27 de enero de 1850;
 3. El de Santa Catarina, situado en la plazuela del mismo nombre y que comenzó a funcionar en 1853;
 4. El Baratillo, entonces el mercado por excelencia y el más visitado debido a que los precios eran los más accesibles para la mayoría de personas.

En el 16 de agosto del año 2016, la Jefatura de Gobierno, dio a conocer mediante publicación en Gaceta Oficial de la Ciudad de México, Decreto por el que se declara Patrimonio Cultural Intangible a las manifestaciones tradicionales que se reproducen en los Mercados Públicos ubicados en la Ciudad de México, en dicha declaratoria se refiere que en la Ciudad de México

existen espacios donde concurren diversas manifestaciones culturales intangibles como lo son los mercados públicos de las ciudad, los cuales cuentan con distintas tradiciones y algunos de ellos se especializan en giros comerciales como lo son vestidos de fiestas, entre los que destacan: quince años, primeras comuniones, vestidos de novias, trajes, etc., los cuales son núcleos fundamentales para la preservación y desarrollo del tejido social de nuestra comunidad.

Surgimiento de la merced

El origen del nombre del mercado “Merced”, fue algo peculiar, en virtud de que todo empieza en la Nueva España, para ser exactos en el año 1594, en el Monasterio de Nuestra Señora de la Merced de la Redención de los Cautivos, mejor conocido como Convento de la Merced, que pertenecía a la orden Mercedaria. Junto a la fundación del convento, la actividad comercial comenzó a desarrollarse, ya que a unos pasos se situaba el embarcadero de Roldán, que era el muelle del canal de La Viga donde desembarcaban frutas y verduras frescas en canoas provenientes de Xochimilco y Tláhuac, Chalco y Texcoco.

Dicho sitio se mantuvo en actividad hasta finales del siglo XIX. Con motivo de la aplicación de las Leyes de Reforma, el 30 de mayo de 1861 se aprobó la demolición del templo de la Merced, iniciando su demolición en 1862.

Los comerciantes del embarcadero se asentaron en el espacio que quedó libre tras la demolición, volviéndose los precursores del Mercado de la Merced.

En la década de 1860, se decidió ubicar la actividad comercial bajo un mismo techo y se construyeron edificaciones, en los terrenos del antiguo monasterio de la merced. En ese tiempo la plaza mayor, era el sitio destinado para las actividades comerciales principales, incluidas las relacionadas con el mercado de abastos.

Para el año 1791, el mercado del volador, se saturó con puestos de todo tipo, originando diversas peculiaridades entre la sociedad de esos alrededores, tales como; olores molestos, esto por productos perecederos, por lo que se tuvo la necesidad de buscar un nuevo lugar para llevar a cabo el comercio.

Con ello, el mercado la merced, cobro más auge e importancia en el colectivo, dando inicio a la construcción a la nueva infraestructura de dicho mercado.

Para el año 1890, el entonces presidente Porfirio Díaz, inauguró el “antiguo” edificio de La Merced, el cual fue llamado así, por ser construido en los alrededores del convento de la merced, mismo que tuvo gran importancia; algunas de sus características de dicho inmueble fueron: 85 metros de largo por 12 de ancho, techumbre de fierro galvanizado y piso de baldosas.

La llegada del ferrocarril, en la segunda mitad del siglo XIX, permitió en México la movilidad de una gran cantidad de insumos comestibles y productos perecederos provenientes de lugares muy apartados. Uno de los puntos más importantes de abastecimiento en la zona centro fue, sin duda, la Ciudad de México.

Para el año 1900 había doce mercados, ubicados en diversos puntos de la ciudad, entre los que destacan:

1. La Merced;
2. San Juan o Iturbide;
3. San Cosme;
4. Martínez de la Torre, en la colonia Guerrero; y
5. el Baratillo en Tepito.

Los dos primeros, concentraban a la mayor parte de locatarios de la ciudad, no solo en su interior sino en las abarrotadas vías públicas de su alrededor. Los tres restantes se convirtieron en referentes de la actividad comercial:

1. San Cosme al poniente;
2. Martínez de la Torre en las cercanías de la estación de ferrocarriles de Buenavista; y
3. Tepito al nororiente, cerca de vías importantes que conducían hacia el norte, en especial a la Villa de Guadalupe y Veracruz.

El 14 de septiembre de 1905 fue inaugurado el mercado Lagunilla, construido por Ernesto Canseco.

La Revolución mexicana y los mercados públicos

La revolución mexicana trajo consigo la disminución en la producción agropecuaria, tanto por la falta de mano de obra, como por el abandono de las haciendas por parte de sus propietarios, también afectó al comercio, pues la dificultad en las comunicaciones impedía el flujo normal de las mercancías.

Durante los años cincuenta el gobierno empezó a sustituir numerosos mercados, que eran barracas de madera y lámina, por edificaciones modernas.

Al mercado merced, se le consideró el mercado por excelencia durante siete décadas, testigo de la modernización y el crecimiento urbano.

En 1957, se elaboró un ambicioso proyecto que supuso la demolición de casas en varias manzanas ubicadas hacia el sur y oriente de La Merced, al oriente de una moderna avenida: Anillo de Circunvalación.

El 23 de septiembre de 1957, se inauguró la última versión del Mercado de La Merced por el entonces presidente Adolfo Ruiz Cortines y el Jefe del Departamento del Distrito Federal Ernesto P. Uruchurtu, su infraestructura consistía en:

- Una superficie de 500 mil metros cuadrados;
- Los edificios fueron Nave Mayor, que fue diseñada para la venta de verdura, frutas y legumbres;
- La Nave Menor con una capacidad para la venta de abarrotes, carnicerías, pescaderías y similares;
- Un Anexo para hojalatería y ferretería;
- Un cuarto Anexo para el área de comida preparada;
- El quinto edificio para vendedores de flores;
- “Mixcalco”, fue la sexta edificación, destinada para la venta de prendas de vestir y una última dedicada especialmente al comercio de juguetes y herbolaria.
- Así, en los más de 500 mil metros cuadrados se dio cobijo a más de 5 mil locatarios, lo que fue parte fundamental para considerar al Mercado de La Merced como el más grande de Latinoamérica.

Por otro lado, se construyó el mercado de Jamaica, inaugurado también por el entonces presidente Adolfo Ruiz Cortines, siendo el primero en ofrecer estacionamiento para autos, contando con 1,150 puestos dedicados a la venta de flores, ofreciendo más de 5,000 tipos de flores y plantas.

El mercado de Jamaica es muy extenso y también cuenta con gran variedad de artículos, su venta principal es la de flores, pero en el mismo podemos encontrar una sección dedicada a las piñatas, la mayoría hechas de cartón, y cubiertas de papel crepe, aunque existen también piñatas más tradicionales con una olla de barro en el centro.

El Mercado de Sonora es uno de los mercados tradicionales de la Ciudad de México, localizado justo al sureste del Centro Histórico de la Ciudad de México en la colonia Merced Balbuena.



Figura 6. Mercado Público de Sonora

Este mercado, se ha especializado en una variedad de mercancía como:

- Cerámica;
- Artículos de fiestas;
- Animales vivos, animales exóticos y accesorios para mascotas;
- Artículos para limpias, la herbolaría y artículos relacionados con la magia y el ocultismo.

Por otra parte, existe un dato curioso entre los mercados, en relación a la tradición de la palabra “pilón”, término que actualmente seguimos utilizando e inmediatamente que escuchamos “hay le va su pilón”, lo asociamos cuando

adquirimos algún producto en algún mercado, tianguis, recaudería o en la tiendita y el comerciante nos da mercancía extra y así las personas percibimos que nos han despachado de más, pues resulta que ese extra que poco a poco han dejado de dar los marchantes (comerciantes), inició como un obsequio para los niños, las personas del lugar cuentan, que en ese entonces los niños eran los encargados de hacer los mandados de sus madres, ya que llegaban a las tiendas a surtir las necesidades de la casa y los tenderos, en agradecimiento por sus compras y como un buen gesto hacia los menores, les obsequiaban un poco de esa mercancía que casi, sin excepción en todo negocio, tenían sobre el mostrador: ¡el piloncillo! De ahí el nombre del “pilón”.

En 1863 se edificó el mercado de Merced, junto a la acequia mayor. El puente de Roldán era el muelle del canal de la Viga donde desembarcaban las mercancías provenientes de Xochimilco, Chalco y Texcoco.

Tiempo después, se empezó a notar una tremenda sequía en los lagos del valle de México, eso no impidió que se continuara con la transportación acuática de mercancías hacia la ciudad.

La Revolución Mexicana, trajo consigo diversos problemas, como la disminución en la producción agropecuaria, también afectó al comercio, pues la dificultad en las comunicaciones impedía el flujo normal de las mercancías.

El excesivo crecimiento de la población en el siglo XX y la creciente demanda de consumidores que acudían al mercado Merced, provocaron la creación de más mercados públicos.

Para el año 1969, el gobierno desarrolló un proyecto para crear un nuevo centro de abasto, alejado del primer cuadro de la ciudad y así beneficiar a la sociedad.

Proyecto que se formalizó hasta el año 1970, cuando se declaró de utilidad pública la construcción de la Central de Abasto, anteriormente llamado mercado Merced, cuya función principal fue la de mercado público de mayoreo

de productos alimenticios, por lo que se decretó la expropiación de un predio de aproximadamente 327 hectáreas, conocido como Zona de Chinamperías, ubicado en la delegación Iztapalapa.

En estos años se establece también el Reglamento de Mercados (1951) que define el orden moderno de los mercados públicos y que sigue formalmente vigente hasta la fecha, aunque haya sido enmendado por acuerdos posteriores.

Este documento establece con lujo de detalles las formas de funcionamiento y de gobierno que siguen vigentes hasta ahora:

1. Horarios;
2. Giros;
3. Prohibición de obstruir los pasillos con bultos o cajas;
4. No maltratar animales puestos a la venta (hoy en día este giro está prohibido);
5. No utilizar velas y veladoras y otros objetos que puedan resultar en un peligro.

Reglamento establecía tres horarios, diurno, nocturno y mixto, con lo cual vemos que los mercados funcionaban las 24 horas del día.

El horario diurno iba de 6 de la mañana a las 10 de la noche; el nocturno de 8 de la noche a las 6 de la mañana y el mixto de las 3 de la tarde a las 12 de la noche. Hoy en día, los mercados cierran antes del anochecer, para ser más exactos a las dieciocho horas.

El Reglamento de Mercados para el Distrito Federal, publicado en el año 1951, establece la posibilidad de formar asociaciones de locatarios, siempre y cuando cuenten con más de 100 agremiados, y las define como autoridad moral en los mercados.

La mayoría de las asociaciones, están vinculadas a los principales partidos políticos, han jugado un papel importante en el funcionamiento de los mercados y en definir la política y las acciones para su desarrollo, especialmente desde

que su situación se ha visto afectada no sólo por el florecimiento del comercio en las calles sino por la llegada de las grandes comercios.

Al mismo tiempo que se impulsaba a los comerciantes ambulantes a regularizarse para situarse al interior de los nuevos mercados, se instituyeron trámites administrativos más complejos para quienes por cualquier razón quisieran permanecer en la calle.

Desde la época prehispánica los mercados de la Ciudad de México han sido lugares públicos, en el sentido de ser al mismo tiempo lugares de encuentro e intercambio accesibles para todos y lugares reglamentados por una autoridad central.

Este simple hecho los pone desde sus orígenes en estrecha relación con la política, por lo que sus entonces gobernantes optaron por crear un ordenamiento jurídico que los regulara y así se respetaran dichos centros de abasto, actualmente los mercados públicos, como su nombre lo indica, siguen siendo públicos, dichos centros de abasto, son propiedad del gobierno, por lo que el mismo gobierno otorga una concesión a un particular, a efecto de que el mismo utilice el local para ejercer el comercio.

Un documento histórico, encargado de regular los mercados públicos y/o centros de abasto es el Reglamento para los Mercados de México, el cual fue emitido por el virrey Revillagigedo en el año 1791.

El reglamento de mercado fue elaborado por el virrey para cumplir con un mandamiento explícito del soberano español, quien le pide que se establezcan los lugares en donde cada tipo de producto tenía que estar, así como poner a la vista los precios del producto, además de los sueldos y las funciones del administrador, del aguacil y de los guardias, que ya en ese entonces se consideraban necesarios para el buen funcionamiento del mercado y para “mantener su buen orden y seguridad”.

En 1951, el entonces presidente constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, a través del Diario Oficial, dio a conocer el Reglamento de Mercados, normatividad que a la fecha sigue vigente, el cual se enfoca en

regular el funcionamiento de los 329 mercados públicos de la Ciudad de México.

Este documento establece con lujo de detalles las formas de funcionamiento y de gobierno que siguen vigentes hasta ahora, como:

- Horarios;
- Repartición de áreas según los giros;
- Prohibición de obstruir los pasillos con bultos o cajas;
- No venta de animales;
- No utilizar velas y veladoras y otros objetos que puedan resultar en un peligro;
- Se prohíbe la venta de alcohol; y
- No formar monopolios.

A partir del año 1972 las dieciséis delegaciones (hoy alcaldías), fueron facultadas para administrar los mercados públicos, realizando las funciones que antes hacía la Dirección General de Mercados y Abasto, por lo que surgieron en cada alcaldía las Jefaturas de mercados, actividades reguladas en el Reglamento de Mercados Públicos para el Distrito Federal.

Mercados públicos un emblema de la ciudad

A lo largo de la historia, el nombre de mercado, ha cobrado gran significado para toda la ciudad de México, en virtud de que cada una de las características de los mercados públicos los ha hecho emblemáticos, por lo que a continuación de manera breve se mencionan algunas peculiaridades de los mercados.

En primer lugar tenemos a la merced, hoy denominada la gran central de abasto, es el mercado más grande de la ciudad de México, aquí se reúnen productores mayoristas, minoristas y consumidores individuales, en dicho mercado se suministra aproximadamente el 80% de consumo de alimentos de la ciudad y atrae a más de 250 mil personas por día a sus más de 2 mil vendedores.

Es preciso resaltar que esta gran central de abasto, anteriormente llamado mercado Merced, mismo que es una generadora de trabajo de productores de las diversas alcaldías, tales como: de Álvaro Obregón, Cuajimalpa, Magdalena Contreras, Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan y Xochimilco que ofrecen cosechas de la más alta calidad.

En segundo lugar, tenemos al mercado de Sonora, un mercado con un toque de magia y misterio, es un mercado muy conocido por las personas que aún siguen practicando la medicina ancestral, ya que en él se puede encontrar todo lo relacionado con la asistencia a base de hierbas. Inserto en el imaginario de los pobladores de la Ciudad de México, los que han entrado a dicho mercado pueden observar que el mismo está distribuido en diez pasillos más un anexo de plantas, también puedes encontrar de todo tipo de animales, hasta disfraces, utensilios de cocina.

En tercer lugar, encontramos el famoso mercado de carnes exóticas o también llamado mercado de **San Juan Ernesto Puguibet**, hace años este mercado inicio como un tianguis, no como un mercado, actualmente es el mercado más turístico de la ciudad de México, esto por su exquisita gastronomía en carnes exóticas, dichos productos son de la más alta calidad, alimentos gourmet y frutas exóticas como la maracuyá y la carambolo.

En cuarto lugar tenemos al Mercado de Jamaica, si las personas requiere adornos florales para algún evento, automáticamente saben que tienen que visitar el mercado de flores o mejor dicho el mercado de Jamaica, un centro de abasto famosísimo por sus precios accesibles, así como la gran variedad en las flores y plantitas ornamentales nacionales e internacionales. Un dato curioso e interesante es que cuenta con aproximadamente 1500 locales.

En quinto lugar se encuentra el mercado de Coyoacán, se encuentra ubicado cerca del centro de Coyoacán de ahí su nombre y su inauguración data de 1921, sin embargo, fue hasta 1956 que encontró su hogar en la calle de Allende.

Los mercados en la Ciudad de México

Actualmente la Ciudad de México cuenta con un total de trecientos veintinueve (329) o también conocidos como centros de abasto, por lo que a continuación se desglosan las alcaldías con sus respectivos mercados:

1. ALCALDÍA ÁLVARO OBREGÓN:

- Mercados Melchor Múzquiz (Flores).

2. ALCALDÍA AZCAPOTZALCO:

- Mercado Pantaco (Comida).

3. ALCALDÍA BENITO JUÁREZ:

- Mercado Portales Anexo (Herramientas);y
- Mercado Postal Anexo (Ropa).

4. ALCALDÍA COYOACÁN:

- Mercado Bazar del Artesano Mexicano (Artesanías).

5. ALCALDÍA CUAUHTÉMOC:

- Mercado Bugambilia;
- Mercado San Cosme;
- Mercado La Dalía;
- Mercado Abelardo L. Rodríguez (Comida);
- Mercado Hidalgo Anexo (Herramientas);
- Mercado Hidalgo Zona;
- Mercado Lagunilla Ropa y Telas (Ropa y telas);
- Mercado Lagunilla San Camilito (Comida);
- Mercado Lagunilla Varios (Muebles);
- Mercado Martínez de la Torre Anexo (Ropa);
- Mercado Martínez de la Torre Zona;
- Mercado Merced Mixcalco (Ropa);

- Mercado San Joaquín Anexo (Ropa);
- Mercado San Joaquín Zona;
- Mercado Tepito Fierros viejos (ropa y calzado);
- Mercado Tepito Ropa y telas, Granaditas (calzado);
- Mercado Tepito Varios (Electrónica).

6. ALCALDÍA GUSTAVO A. MADERO:

- Mercado Ma. Esther Zuno de Echeverría (Comida);
- Mercado Veinticinco de Julio (Herramientas); y
- Mercado Villa Comidas-Viejo (Comida).

7. ALCALDÍA MIGUEL HIDALGO:

- Mercado Anáhuac Anexo (Ropa);
- Mercado San Isidro Anexo (Herramientas)

8. ALCALDÍA MILPA ALTA:

- Mercado Villa Milpa Alta-Antojitos (Comida)

9. ALCALDÍA TLÁHUAC:

- Mercado Típico Regional (Comida)

10. ALCALDÍA TLALPAN:

- Mercado Artesanías Vasco de Quiroga (Muebles);
- Mercado Comidas Huipulco (Comida); y
- Mercado Flores San Fernando (Flores)

11. ALCALDÍA VENUSTIANO CARRANZA:

- Mercado Calzado La Central (Calzado);
- Mercado Jamaica Comidas y Flores;
- Mercado Merced Ampudia (Dulces);

- Mercado Merced Anexo Artículos de lámina y mimbre);
- Mercado Merced Comidas (Comida);
- Mercado Merced Flores (Flores);
- Mercado Merced Nave Menor (Cárnicos);
- Mercado Merced Paso a Desnivel (Artículos de mimbre y madera),
- Mercado Minillas (Vísceras);
- Mercado Nuevo San Lázaro (Artículos para mascotas);
- Mercado de Sonora (productos esotéricos, hierbas);
- Mercado Sonora Anexo (Juguetes, disfraces, productos esotéricos, hierbas).

12. ALCALDÍA XOCHIMILCO:

- Mercado Guadalupe I. Ramírez (Comida)

En virtud de lo anterior, se puede apreciar que en diversas alcaldías el nombre de sus mercados coincide, como lo es el caso del mercado denominado “Merced” y para no confundirnos, hay que enfatizar que, el antiguo mercado de la Merced, el cual tuvo su origen en el viejo convento de la merced, es el que hoy en día conocemos como la gran central de abasto.

Al ver esta situación, el gobierno se vio en la necesidad de crear una institución enfocada en mercados públicos, motivo por el cual, se creó la Coordinación General de Abasto y Distribución (COABASTO), lo que hoy conocemos como la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), esto con el objetivo de mejorar la situación de los mercados, homogeneizar su imagen y sus actividades.

Asimismo, se estableció un sistema de auto-administración de los mercados públicos, con ello se buscaba que los locatarios y/o concesionarios, se hicieran responsables del mantenimiento y conservación de las instalaciones del mercado, siendo muy pocos los mercados que lograron un sistema de auto-administración, los que no lo lograron, siguieron a cargo de la COABASTO, es preciso resaltar que actualmente en la Alcaldía Cuauhtémoc, existen dos

mercados públicos de autoadministración, el Mercado Bugambilia y Mercado Lagunilla Ropa y Telas

Para el año 1994 la COABASTO, es sustituida por la Secretaría de Desarrollo Económico, conocida por sus siglas SEDECO, institución que hoy en día, se encarga de brindar diversos programas de apoyo y mejoramiento de los mercados.

Un dato relevante en la Ciudad de México, es que la alcaldía de Gustavo A. Madero, tiene más mercados y en Milpa Alta, es la que menos tiene, esto por la zona geográfica con la que cuenta. Cabe mencionar, que la escasa presencia de mercados públicos en ciertas alcaldías, no implica la falta de lugares de abasto (mercados), un ejemplo de ello es;

- La Alcaldía de Iztapalapa: cuenta con alrededor de 1, 900, 000 habitantes existen 19 mercados;
- La Alcaldía Gustavo A. Madero: cuenta con menos de 1, 200, 000 habitantes, existen 50 mercados públicos. (Recuperado el 10 de marzo de 2022, de <http://dcsh.izt.uam.mx/departamentos/antropologia>).

En el año 1977, varias agrupaciones de comerciantes solicitaron a la presidencia, se iniciara la construcción del nuevo complejo de abasto, justo cuando el gobierno afrontaba severas restricciones económicas.

Posterior a eso, el Diario Oficial, a través de un acuerdo, dio a conocer la creación, de la Comisión de Desarrollo Urbano del Distrito Federal (CODEUR), organismo técnico, al cual se encomendaría más adelante el diseño, construcción, organización, ejecución de los proyectos, planos y obras de la nueva Central de Abasto, antes llamado mercado Merced del entonces Distrito Federal. Así como, el otorgamiento de autorizaciones, licencias y permisos, en todo lo relacionado con el financiamiento, construcción y operación de la Central de Abasto, anteriormente llamado mercado Merced.

En virtud de lo anterior, se aprobó el plan para la construcción de la Central de Abasto de la Ciudad de México, esto con el compromiso de crear un nuevo recinto, el cual fuera más moderno, pero sin olvidar sus orígenes, su tradición, con una superficie mayor, en pocas palabras que su estructura fuera innovadora para los locatarios, por lo que las autoridades encargaron el diseño del proyecto a Abraham Zabludovsky, quien realizó una impresionante obra, acentuada por su estratégica ubicación geográfica.

La gran central de abasto

La central de abasto o mercado de la merced de la Ciudad de México, de acuerdo con la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (es una asociación sin ánimo de lucro, el cual cuenta con aproximadamente 300 mercados mayoristas de 50 países), ocupa el primer lugar a nivel internacional, por su tamaño y capacidad de almacenaje.

Para el año 1981, se iniciaron los trabajos de construcción de la Central de Abasto, fue diseñada como una figura hexagonal, con ello se busca que no existan problemas de distribución, en virtud de que en la antigua infraestructura del mercado llamado “La Merced”.

De acuerdo al proyecto desarrollado, se determinó con precisión el número de bodegas que deberían construirse y la superficie de cada una de ellas, para lo cual se construyeron 1,741 bodegas, de las cuales 1,437 fueron destinadas a frutas y legumbres y 304 a abarrotes y víveres.

El día 21 de noviembre de 1982, se dio inicio con el traslado de los comerciantes del mercado Merced a la nueva Central de Abasto, siendo la inauguración de la nueva Central de Abasto, el 22 de noviembre de 1982, por el presidente de la República José López Portillo y el regente del Distrito Federal, Carlos Hank González.

La actividad comercial se inició en las áreas de frutas y legumbres, abarrotes y víveres, el andén de subasta y productores, y el mercado de envases vacíos. Para la venta al mayoreo y medio mayoreo, los productos que originalmente fueron aprobados para expendir fueron legumbres, hortalizas, frutas y flores; así como abarrotes, granos y semillas, avícolas, pecuarios, piscícolas, lácteos y otros.

La Central de Abasto, es un gran centro logístico que vive diariamente con una infraestructura que da empleo a 90 mil personas y recibe más de medio millón de visitantes al día, donde se venden los productos que se consumen en la Ciudad de México y zona metropolitana, así como algunos estados vecinos, siempre lista para proporcionar la seguridad agroalimentaria.

Actualmente, la central de abasto recibe más de 15 mil productos procedentes de todo el país e inclusive del extranjero. Cuenta con una capacidad de almacenamiento de 120 mil toneladas.

Los productos que con mayores volúmenes se comercializan en este mercado son: nopal, la col, el rábano, la cebolla de rabo, el cilantro, el perejil, las flores y el follaje, las lechugas, zanahorias, elotes y coliflores.

La creación de oportunidades laborales como parte del proceso logístico de recepción y salida de productos, genera una gran cantidad de empleos directos e indirectos, como aquellos que siembran, cosechan, trasladan, cargan, descargan y venden.

La movilidad para el traslado de los productos resulta vital para la operación, por lo que el enlace entre el campo y la central de abasto o también abreviada CEDA, es el transporte que une al campo con los comerciantes.

Distribución de la Central de abasto

La Central de abasto, tiene una superficie total de 327 hectáreas, siendo considerada la más grande del mundo, por lo que a continuación se enlista su distribución:

1. Abarrotes y víveres;
2. Frutas y legumbres;
3. Bodegas (cada una cuenta con cámara de refrigeración);
4. Aves;
5. Flores;
6. Hortalizas;

Gracias a su infraestructura, la central de abasto ha tenido un gran impulso del campo mexicano, en virtud de que trabaja directamente con los productores, comerciantes y consumidores.

La Central de Abasto, empezó su gran auge como centro introductor y distribuidor mayorista desde la época colonial, pues allí estaban los embarcaderos a donde llegaban las mercancías por vía fluvial, pero su excesivo crecimiento en el siglo XX provocó grandes problemas de salubridad, seguridad y congestionamiento de vehículos. Por lo que, en el año de 1982 el mercado mayorista se trasladara a la nueva Central de Abastos de Iztapalapa.

La situación actual del comercio al menudeo y/o mayoreo en la ciudad de México, ofrece un contraste muy marcado: por un lado está el pequeño comercio, mercados, tianguis, tiendas, abarroteras, las cuales venden a precios algo elevados o también, no cuentan con variedad de mercancía y por el otro están las modernas cadenas de supermercados, con el surgimiento de estas tiendas enormes, el comercio local ha disminuido.

En el año 1969, los mercados sobre ruedas fueron creados, cabe mencionar que los comerciantes que integraban dichos mercados, no eran productores agrícolas, ya que la mercancía que se pone en venta es de alimentos de todo tipo, ropa, herramientas, maquillajes, entre otros.

A lo largo de los años, los mercados públicos crearon diversas tradiciones, esto de acuerdo al origen de cada uno de ellos, a continuación se muestra una tabla con las alcaldías y el número de mercados públicos.

	DELEGACIÓN	NÚMERO DE MERCADOS	LOCALES
Delegación con más locales	Cuauhtémoc	39	15,119
	Venustiano Carranza	42	15,043
Delegación con más mercados	Gustavo A. Madero	51	9,963
	Miguel Hidalgo	19	6,600
	Azcapotzalco	19	3,681
	Coyoacán	22	3,177
	Iztapalapa	20	3,005
	Iztacalco	16	2,875
	Benito Juárez	16	2,460
	Xochimilco	11	2,290
	Álvaro Obregón	16	1,890
	Tlalpan	20	1,501
	Tláhuac	19	1,496
	Milpa Alta	9	787
	Delegaciones con menos mercados y menos locales	Cuajimalpa de Morelos	5
La Magdalena Contreras		5	279
	TOTALES	329	70,636

Figura 7. Grafica de las 16 Alcaldías

Mismos que pueden ser visualizados a través del siguiente mapa:

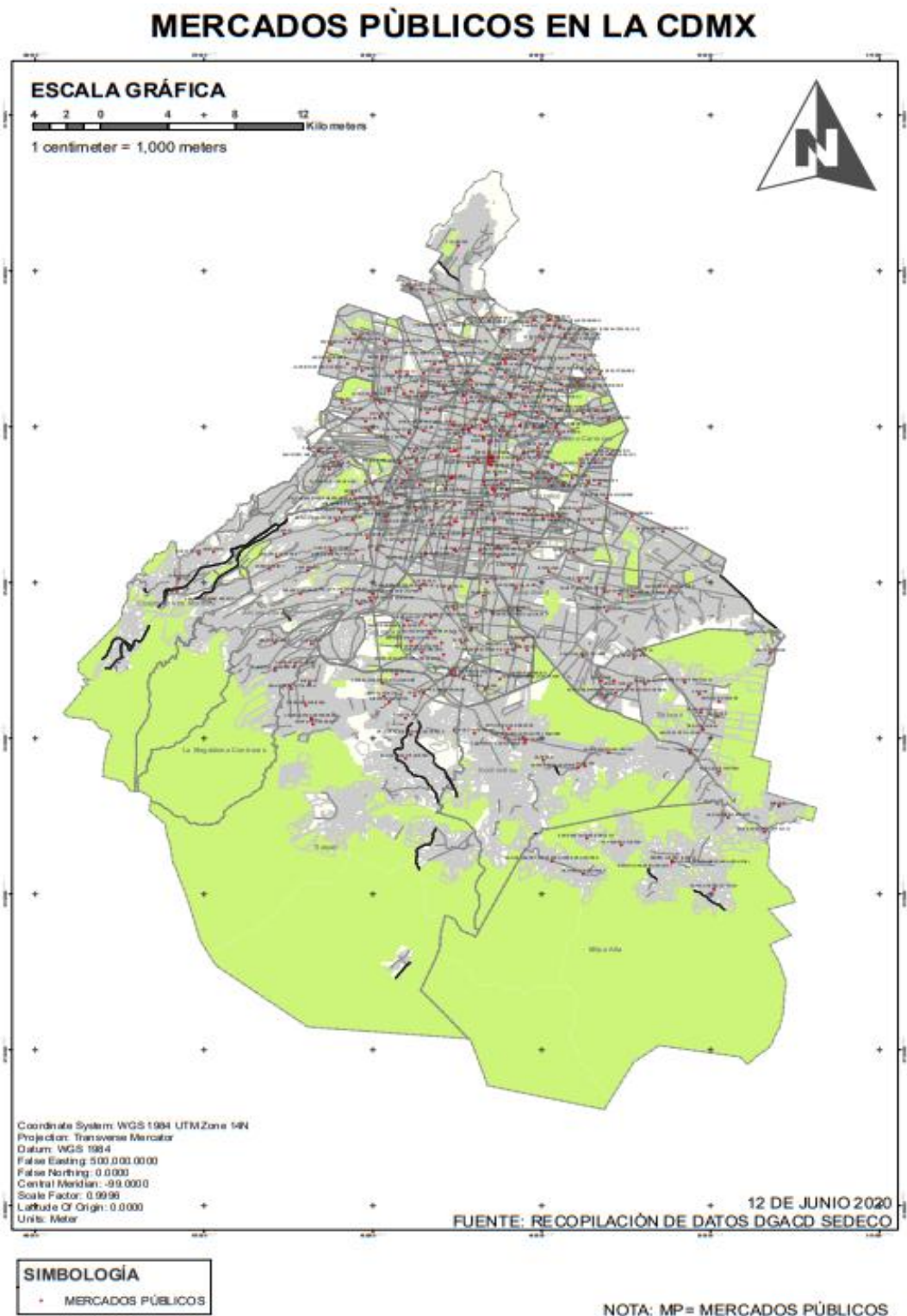


Figura 8. Mapa de los mercados públicos de la Ciudad de México

El corazón de la Ciudad de México

Toca el turno de hablar de la Alcaldía Cuauhtémoc, una de las dieciséis alcaldías, con una superficie 32,4 km², es considerada como “el corazón de la ciudad de México”, esto en virtud de los monumentos históricos que forman parte de ella, un ejemplo de ello es el Palacio de Bellas Artes, Centro Histórico, Tlatelolco, así como las construcciones que se encuentran en la colonia son de gran antigüedad, tales como los treinta y nueve mercados populares:

1. La Merced;
2. Lagunilla;
3. San Juan Pugibet;
4. San Cosme;
5. Martínez de la Torre; y
6. Tepito.

Los mercados antes mencionados, fueron los primeros en la alcaldía Cuauhtémoc, siendo así los más importantes y/o populares en la actualidad. Es menester señalar, que los dos primeros concentraban a la mayor parte de personas de la ciudad, no sólo en su interior sino también en las calles de su alrededor. Los cuatro restantes se convirtieron en referentes de la actividad comercial, tales como; San Cosme al poniente, Martínez de la Torre en las cercanías de la estación de ferrocarriles de Buenavista, y Tepito al nororiente, cerca de vías importantes que conducían hacia el norte.

En virtud de lo anterior, es preciso enfatizar que los mercados públicos en la Ciudad de México, cuentan con gran cultura y/o tradición, misma que debe perdurar en nuestra sociedad.

Es por ello que la Alcaldía Cuauhtémoc, es el corazón de la Ciudad de México, por encontrarse en un lugar céntrico, cuenta con treinta y nueve (39) mercados de abasto (mercados públicos), entre ellos destacan varios que son parte de la historia de México, un ejemplo de ello es el de la “La Lagunilla”, “Tepito”, mismos que son parte importante a nivel económico y cultural.

Mercados públicos y el grado de competencia para subsistir

Para que un mercado público subsista requiere ciertas características, las cuales a continuación se describen brevemente:

En primer lugar, para que un mercado subsista, se requiere una administración directa, esto con la ayuda del gobierno local, recordemos que los mercados públicos son inmuebles que pertenecen al gobierno. Posteriormente y por conducto del área responsable, tendrá a su cargo la organización, operación y funcionamiento de los mercados y centrales de abasto, quien para asegurar la prestación de este servicio público nombra un administrador en cada instalación, lo anterior de conformidad con el artículo 75 de la Ley del Régimen Patrimonial y Servicio Público del Distrito Federal (hoy Ciudad de México), mismo que a la letra indica:

Artículo 75.- A la Administración corresponde la prestación de los servicios públicos, la rectoría sobre los bienes del dominio público y la definición de la participación de los particulares mediante concesión temporal que se otorgue al efecto”

Segundo lugar, tiene que haber una colaboración, este punto va enfocado en la participación conjunta de las autoridades locales, con los propios usuarios o mejor dichos los concesionarios, en la organización y operación de los mercados y centrales de abasto.

En tercer lugar, la existencia de una concesión, entiéndase como la figura jurídica y que de conformidad con el artículo 76 de la Ley del Régimen Patrimonial y Servicio Público del Distrito Federal (hoy Ciudad de México), refiere:

Artículo 76.- La concesión es el acto administrativo por el cual la Administración confiere durante un plazo determinado, a una persona física o moral

Bajo esta variante, el autor Motta, M. (2008)., hace referencia que para que un mercado funcione en competencia, se requiere existan varios comerciante o empresas (empresas desde el punto de vista mercado en general), ofreciendo productos y servicios similares, un ejemplo de ello es; si una empresa aumentara el precio de su producto por encima del de los demás, sus clientes comprarían con sus competidores, ya que el poder de mercado se refiere a la capacidad que tiene una empresa para aumentar los precios por encima de un cierto nivel competitivo, es decir, el precio que prevalecería en condiciones de competencia.

Monopolio o mercado

El monopolio, es la forma del mercado en la que existe una sola empresa u oferente que vende un producto o servicio, en un monopolio, la empresa monopolista tiene poder de mercado ya que, al no existir otras opciones, puede cobrar precios por arriba de los competitivos, este es un ejemplo claro en el que los consumidores pagan precios por arriba de lo que les cuesta a las empresas producir el bien o servicio, por lo que su bienestar disminuye y el de la empresa monopolista aumenta, otra gran similitud con lo que es un mercado público.

Es por ello, que a continuación explicó la similitud de la figura monopolio dentro de un mercado público:

Como ya se había mencionado anteriormente, un monopolio es la forma del mercado en la que existe una sola empresa u oferente que vende un producto o servicio. Con esto surge la interrogante: ¿Puede un mercado público tener un monopolio dentro de él?, en primer lugar es que dicha hipótesis no está regulada en el ordenamiento jurídico de mercados, no obstante a ello, es una práctica que se actualiza día a día en los mercados públicos.

Desde mi punto de vista, los monopolios en los mercados públicos, tendrían que eliminarse, como lo refiere el artículo 10, apartado B, numeral 12 de la Constitución Política de la Ciudad de México, que a la letra señala:

B.

...

12. Esta Ley tiene por objeto promover, proteger y garantizar la libre competencia y la competencia económica, así como prevenir, investigar, combatir, perseguir con eficacia, castigar severamente y eliminar los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas, las barreras a la libre competencia y la competencia económica, y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

-Énfasis añadido-

Aunado a lo anterior, los ordenamientos locales, solo prohíben los monopolios familiares, no así una sanción para los comerciantes que lleven a cabo una conducta anticompetitiva, esto para obtener beneficios indebidos a costa de dañar o impedir el proceso de competencia, lo anterior de conformidad con lo señalado en el numeral décimo cuarto, fracción II, contemplado en los Lineamientos para la Operación y Funcionamiento de los Mercados Públicos, del Distrito Federal (hoy ciudad de México), que a letra señala:

Décimo Cuarto.- Serán prohibiciones para los locatarios o comerciantes de los Mercados Públicos:

II. Formar monopolios familiares;

A nivel federal los monopolios están prohibidos por la Ley Federal de Competencia Económica, este ordenamiento tiene como objetivo;

Artículo 2. Esta Ley tiene por objeto promover, proteger y garantizar la libre competencia y la competencia económica, así como prevenir, investigar, combatir, perseguir con eficacia, castigar severamente y eliminar los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas, las barreras a la libre competencia y la competencia económica, y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

En virtud de que un monopolio genera un círculo virtuoso que beneficia a los diferentes actores de la sociedad, por ejemplo cuando las empresas compiten por la preferencia del consumidor, tratarán de ofrecer precios más bajos. Además, buscarán ofrecer una mayor variedad de productos y servicios que se apeguen mejor a los gustos y preferencias de los compradores. (Recuperado el 10 de marzo de 2022, de <https://www.cofece.mx/wp-content/uploads>).

A continuación, se señala un ejemplo de ello;

Los consumidores pagan precios más parecidos a los costos que las empresas pagan para producir el bien o servicio, por lo que el nivel de bienestar de los consumidores es mayor.

Pasos al crecimiento

Diversos teóricos refieren que en un mercado debe de existir la segmentación, entiéndase como la separación del mercado con el objetivo de lograr un crecimiento económico, por lo que la segmentación del mercado se divide en cuatro características:

Segmentación geográfica, dicho término se refiere al entorno y el espacio físico en el que se desenvuelve el colectivo, con ella se toman en cuenta las siguientes variables: **el país, estado, ciudad, región y clima en el que se encuentra la audiencia.**

Actualmente, esta segmentación cada vez tiene menos relevancia, ya que ahora los productos están al alcance de un Smartphone, eso no quiere decir que los mercados fracasaran, al contrario, gracias a los avances tecnológicos, es más fácil crear aplicaciones que ayudaran al vendedor como al consumidor internautas y en este punto es cuando el gobierno debe de dar iniciativa en capacitar a los vendedores locales para hacer uso de las nuevas tecnologías.

Segmentación demográfica, permite a las empresas conocer aspectos específicos de su audiencia, las variables que se toman en cuenta esta segmentación son: la edad, el género, estado civil, preferencias sexuales, nivel educativo, profesión, nivel socioeconómico, vivienda, cultura y religión.

Segmentación psicográfica, la segmentación con mayor relevancia, ya que analiza el comportamiento, las necesidades y preferencias de los consumidores. Cada vez más, las audiencias buscan productos que les regalen experiencias o que se alineen con sus ideales. Sus variables son: la personalidad, estilo de vida, valores, actitudes e intereses.

En este caso, las redes sociales y el geomarketing se convierten en la herramienta más importante de las empresas. Al estudiar a su público, es más sencillo desarrollar estrategias publicitarias que muevan sus emociones.

Segmentación conductual, esta segmentación muestra la conducta y patrones de consumo de los usuarios, su lealtad a la marca, sensibilidad al precio, la frecuencia u ocasión de compra y los beneficios que buscan al elegir un producto. Con estos datos es más sencillo perfilar el bien o servicio antes de lanzarse al mercado.

Las empresas deben tomar en cuenta que los segmentos de mercado, se encuentran en constante cambio, con intereses y enfoques distintos en cada generación.

Con base a lo anterior, se estableció una la lista de las variables, las cuales ayudarán a evaluar la competitividad de los mercados públicos, a la luz de sus comerciantes y de su clientela;

1. Calidad del producto, para el caso de perecederos: fresco, pertinente (manera en que el cliente lo pide);
2. Diversidad de productos;
3. Servicio al cliente, el cual debe de ser amable, rápido, honesto;

4. Familiaridad, a la relación de lealtad entre el cliente y el comerciante;
5. Practicidad, ubicación, horarios, tarjetas de crédito y débito, vales de despensa;
6. Calidad del lugar: seguridad, limpieza, iluminación, ordenamiento, espacio. (Recuperado el 10 de marzo de 2022, de <http://www.scielo.org.mx/scielo>).

III. IMPORTANCIA DE LA REGULARIZACIÓN DE LOS TREINTA Y NUEVE MERCADOS PÚBLICOS EN LA DEMARCACIÓN DE LA ALCALDÍA CUAUHTÉMOC

El objetivo principal de la Alcaldía Cuauhtémoc, es brindar certeza jurídica a cada uno de los locatarios y/o permisionarios que integran los treinta y nueve mercados públicos, es por ello que a continuación se muestra una gráfica de los treinta y nueve mercados públicos con los que cuenta la Alcaldía Cuauhtémoc, publicada por la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), a través de Gaceta Oficial de la Ciudad de México:

N°	ALCALDÍA	N° DE MERCADO	NOMBRE DEL MERCADO	DIRECCIÓN	TIPO
89	CUAUHTÉMOC	0013	INSURGENTES	LONDRES No. 154 ENTRE AMBERES Y FLORENCIA, COLONIA JUÁREZ, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TURISTICO Y ESPECIALIZADO
90	CUAUHTÉMOC	0096	ISABEL LA CATÓLICA	ISABEL LA CATÓLICA SIN ENTRE HERNÁNDEZ DAVALOS Y EJE 3 SUR PEÓN CONTRERAS, COLONIA ALGARÍN, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
91	CUAUHTÉMOC	0008	JUÁREZ	AVENIDA CHAPULTEPEC ENTRE TURIN Y ABRAHAM GONZÁLEZ, COLONIA JUÁREZ, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
92	CUAUHTÉMOC	0019	LA DALIA	FRESNO No. 225 ENTRE MANUEL CARPIO Y ELIGIO ANCONA, COLONIA SANTA MARÍA LA RIBERA, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
93	CUAUHTÉMOC	0001	LAGUNILLA ROPA Y TELAS	COMONFORT ENTRE ECUADOR Y ALLENDE, COLONIA CENTRO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	ESPECIALIZADO
94	CUAUHTÉMOC	0004	LAGUNILLA SAN CAMILITO	ECUADOR, HONDURAS, SAN CAMILITO, COLONIA CENTRO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	ESPECIALIZADO
95	CUAUHTÉMOC	0003	LAGUNILLA VARIOS	ALLENDE ESQUINA JUAN ALVAREZ, COLONIA CENTRO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	ESPECIALIZADO
96	CUAUHTÉMOC	0002	LAGUNILLA ZONA	COMONFORT Y RAYÓN, COLONIA CENTRO NORTE, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
97	CUAUHTÉMOC	0005	MARTÍNEZ DE LA TORRE (ANEXO)	EJE 1 NORTE MOSQUETA ENTRE ZARCO Y HERÓES, COLONIA GUERRERO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	ESPECIALIZADO
98	CUAUHTÉMOC	0007	MARTÍNEZ DE LA TORRE (ZONA)	EJE 1 NORTE MOSQUETA ENTRE ZARCO Y SOTO, COLONIA GUERRERO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
99	CUAUHTÉMOC	0020	MELCHOR OCAMPO	CAMPECHE ENTRE MEDELLIN Y MONTERREY, COLONIA ROMA SUR, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
100	CUAUHTÉMOC	0108	MERCEDES MIXCALCO	CIRCUNVALACIÓN SIN ENTRE MIXCALCO Y GUATEMALA, COLONIA CENTRO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	ESPECIALIZADO
101	CUAUHTÉMOC	0153	MICHOACÁN	TAMAULIPAS Y MICHOACÁN ENTRE VICENTE SUÁREZ Y ATLIXCO, COLONIA HIPÓDROMO CONDESA, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
102	CUAUHTÉMOC	0024	MORELIA	DR. VÉRTIZ Y FEDERICO GÓMEZ SANTOS, COLONIA DOCTORES, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
103	CUAUHTÉMOC	0074	PALACIO DE LAS FLORES	LUIS MOYA Y ERNESTO PUGIBET, COLONIA CENTRO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TURISTICO Y ESPECIALIZADO
104	CUAUHTÉMOC	0363	PASAJE CHAPULTEPEC	LIEJA Y PASEO DE LA REFORMA, COLONIA CUAUHTÉMOC, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	ESPECIALIZADO COMIDAS

105	CUAUHTÉMOC	0216	PAULINO NAVARRO	EJE 1 ORIENTE Y JAVIER VILLAUERRUTIA, COLONIA PAULINO NAVARRO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
106	CUAUHTÉMOC	0066	PEQUEÑO COMERCIO	5 DE FEBRERO No. 161 Y DIAGONAL 20 DE NOVIEMBRE, COLONIA OBRERA, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	ESPECIALIZADO
107	CUAUHTÉMOC	0006	SAN COSME	RIBERA DE SAN COSME Y GABINO BARREDA ENTRE ALTAMIRANO Y GARCÍA ICAZBALCETA, COLONIA SAN RAFAEL, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
108	CUAUHTÉMOC	0110	SAN JOAQUÍN (ANEXO)	ELORDUY, SCHUBERT Y LISZT, COLONIA PERALVILLO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	ESPECIALIZADO
109	CUAUHTÉMOC	0022	SAN JOAQUÍN ZONA (PERALVILLO)	ERNESTO ELORDUY ENTRE LISZT Y SCHUBERT, COLONIA PERALVILLO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
110	CUAUHTÉMOC	0078	SAN JUAN ARCOS DE BELÉN	ARCOS DE BELÉN Y LÓPEZ ENTRE EJE CENTRAL Y LÓPEZ, COLONIA CENTRO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
111	CUAUHTÉMOC	0086	SAN JUAN CURIOSIDADES	AYUNTAMIENTO, ARANDA Y BUEN TONO, COLONIA CENTRO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TURÍSTICO Y ESPECIALIZADO
112	CUAUHTÉMOC	0077	SAN JUAN ERNESTO PUGIBET	ERNESTO PUGIBET ENTRE LUIS MOYA Y BUEN TONO, COLONIA CENTRO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
113	CUAUHTÉMOC	0009	SAN LUCAS	ESCUELA MÉDICO MILITAR, CALLEJÓN DEL HORMIGUERO Y CALLEJÓN DE SAN MIGUEL, COLONIA CENTRO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL
114	CUAUHTÉMOC	0023	TEPITO FIERROS VIEJOS	TENOCHTITLÁN, MATAMOROS Y TOLTECAS, COLONIA MORELOS, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	ESPECIALIZADO
115	CUAUHTÉMOC	0060	TEPITO ROPA Y TELAS (GRANADITAS)	EJE 1 NORTE Y AZTECAS ENTRE ARGENTINA Y COSTA RICA, COLONIA MORELOS, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	ESPECIALIZADO
116	CUAUHTÉMOC	0036	TEPITO VARIOS	TOLTECAS ENTRE MATAMOROS Y RIVERO, COLONIA MORELOS, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	ESPECIALIZADO
117	CUAUHTÉMOC	0014	TEPITO ZONA	TOLTECAS, BARTOLOMÉ DE LAS CASAS Y MATAMOROS, COLONIA MORELOS, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	TRADICIONAL

Figura 9. Tabla de los mercados públicos en la Alcaldía Cuauhtémoc

El objetivo principal de la Alcaldía Cuauhtémoc, es el brindar certeza jurídica a cada uno de los locatarios de los treinta y nueve mercados públicos y así no transgredir lo señalado en el artículo 10, apartado B, numeral 12 de la Constitución Política de la Ciudad de México, que a la letra señala:

Artículo 10

B.

...

2. Esta Ley tiene por objeto promover, proteger y garantizar la libre concurrencia y la competencia económica, así como prevenir, investigar, combatir, perseguir con eficacia, castigar severamente y eliminar los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas, las barreras a la libre concurrencia y la

competencia económica, y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

Las autoridades de la Ciudad garantizarán a los locatarios de los mercados públicos condiciones sanitarias, certeza y seguridad jurídica adecuadas. Conservarán sus derechos adquiridos y gozarán de los mismos derechos que esta Constitución y las leyes reconocen a las personas trabajadoras no asalariadas.

-Énfasis añadido-

Es por ello que el órgano político de Cuauhtémoc, a través de la expedición y entrega de concesiones a los locatarios, documento que les brindara certeza jurídica, así como lo señalado en el artículo 76 de la Ley del Régimen Patrimonial y Servicio Público, que a la letra indica:

Artículo 76.- La concesión es el acto administrativo por el cual la Administración confiere durante un plazo determinado, a una persona física o moral:

- I. La construcción o explotación o ambas, de proyectos de coinversión o de prestación de servicios a largo plazo;*
- II. El uso, aprovechamiento, explotación o administración de bienes del dominio público del Distrito Federal;*
- III. El uso, aprovechamiento, explotación o administración de bienes del dominio público del Distrito Federal, relacionados con proyectos de coinversión o de prestación de servicios a largo plazo, y*
- IV. La prestación de servicios públicos.*

Con dicho documento, los y las locatarias, gozara de derechos y obligaciones, que deberán de seguir para ejercer el comercio en los mercados públicos, en el supuesto de que incumplan con alguna obligación contemplada en Ley del Régimen Patrimonial y Servicio Público, mismo que señala:

Artículo 99.- Son causas de revocación de las concesiones:

- I. Dejar de cumplir el fin para el que fue otorgada o dar al bien objeto de la misma un uso distinto al autorizado;*

- II. *Dejar de prestar sin causa justificada en los términos de esta Ley, sus reglamentos o el propio Título de concesión, el servicio concesionado a cualquier usuario que lo solicite;*
- III. *Dejar de cumplir de manera reiterada, alguna de las condiciones a que se sujetó el otorgamiento de la concesión, o modificarlas sin la previa autorización de la autoridad concedente o infringir lo dispuesto en esta Ley, sus reglamentos o el propio Título de concesión;*
- IV. *Ceder, hipotecar, enajenar o de cualquier manera gravar la concesión o algunos de los derechos en ella establecidos o los bienes afectos a la explotación del bien o prestación del servicio de que se trate, sin la autorización previa y por escrito de la autoridad concedente;*
- V. *Dejar de cumplir en forma oportuna, las obligaciones pecuniarias y fiscales que se hayan fijado en el Título de concesión;*
- VI. *Dejar de actualizar las garantías exigidas por la autoridad concedente;*
- VII. *Dañar ecosistemas como consecuencia de la ejecución de las obras, de la explotación del bien o de la prestación del servicio de que se trate, lo cual deberá estar debidamente comprobado por la Dependencia auxiliar competente, y*
- VIII. *Las demás que establezcan esta Ley, sus reglamentos y el propio Título de concesión.*

Si se actualiza alguno de los supuestos anteriores, el gobierno a través de la alcaldía, dará inicio con el procedimiento administrativo, denominado revocación de cédula de empadronamiento reglamentario, mismo que será debidamente notificado al locatario y/o concesionario, con el objetivo de que el mismo aporte las pruebas suficientes para demostrar que si está haciendo uso del local así como ejerciendo el comercio de manera continua, en el supuesto de que no demuestre la inactividad, se procederá a emitir resolución no favorable y en ese mismo acto se procederá a la recuperación de dicho inmueble.

Una vez substanciado el procedimiento de recuperación de locales, se emitirá un acuerdo de resguardo, para que posteriormente puedan salir a convocatoria y el ciudadano que sea seleccionado se le otorgue un local, poniéndolo en posesión y otorgándole su concesión.

El segundo supuesto, es que el 80 % de las personas que se encuentran en posesión de un local en Mercado Público, no cuentan con un documento jurídico con el que acrediten su titularidad.

Gracias al programa en mención, la Alcaldía Cuauhtémoc otorgará certeza jurídica y así salvaguardar lo establecido en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, aprobada en octubre de 2003 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), misma que protege las formas de expresión popular entre comerciantes y clientes, las relaciones sociales, conductas y comportamientos, así como la provisión cultural de saberes sociales que ayudan a la conservación y desarrollo de la cocina y la gastronomía mexicanas, así como la Constitución Política de la Ciudad de México, la Ley del Régimen Patrimonial y Servicio Público, Lineamientos para la Operación y Funcionamiento de los Mercados Públicos, Reglamento de Mercados Públicos, todos vigentes para la Ciudad de México.

IV. DESCRIPCIÓN DEL EMPLEO COMO “ENLACE “C”

Me desempeño como enlace “C”, en la Dirección General Gobierno, perteneciente al órgano político administrativo de Cuauhtémoc, es por ello, que a continuación se describen como está integrada dicha Dirección General, así como sus funciones:

1. Dirección de Gobierno;

I. Enlace

2. Jefatura de la Unidad Departamental de Enlace Administrativo de la Dirección General de Gobierno;

3. Dirección de Gobierno;

II. 4 Líderes Coordinadores de Proyecto

III. 2 Enlaces

4. Subdirección de Servicios de Gobierno;

5. Jefatura de la Unidad Departamental de Giros Mercantiles;

6. Jefatura de la Unidad Departamental de Espectáculos Públicos;

7. Jefatura de la Unidad Departamental de Programas de Protección Civil;

8. Subdirección de Verificación y Reglamentos;

IV. 1 Líder Coordinador de Proyectos

9. Jefatura de la Unidad Departamental de Verificación de Giros Mercantiles y Espectáculos Públicos;

10. Jefatura de la Unidad Departamental de Verificación de Obras;

11. Dirección de Mercados y Vía Pública;

V. 4 Líderes Coordinadores de Proyectos

VI. 1 Enlace

12. Subdirección de Vía Pública; y
13. Jefatura de la Unidad Departamental de Mercados.

Atribuciones de la Dirección General de Gobierno

- I. Velar por el cumplimiento de las leyes, reglamentos, decretos, acuerdos, circulares y demás disposiciones jurídicas y administrativas, e imponer las sanciones que corresponda, excepto las de carácter fiscal;
- II. Legalizar las firmas de sus subalternos, y certificar y expedir copias y constancias de los documentos que obren en los archivos de la Dirección General;
- III. Otorgar permisos para el uso de la vía pública sin que se afecte la naturaleza y destino de la misma, siempre que con su otorgamiento no se impida el libre ingreso, tránsito o evacuación, sea peatonal o vehicular, a las instituciones de salud de carácter público o privado; se considera que impide el libre ingreso, tránsito o evacuación, el uso de la vía pública ubicada en cualquier sitio del perímetro de dichas instituciones;
- IV. Coordinar las actividades en materia de verificación administrativa, ejerciendo las atribuciones de la Alcaldía en ésta materia;
- V. Prestar el servicio público de regulación de mercados, de conformidad con la normatividad aplicable;
- VI. Autorizar los horarios para el acceso a las diversiones y espectáculos públicos, vigilar su desarrollo y, en general, el cumplimiento de disposiciones jurídicas aplicables;

- VII. Autorizar la ubicación, el funcionamiento y las tarifas que se aplicarán para los estacionamientos públicos de la demarcación territorial de conformidad con las normas que emita la Secretaría de Movilidad.

**Funciones principales del puesto o comisión
denominado “enlace “C”**

1. Dar seguimiento a los trámites y/o resoluciones de los asuntos encomendados a las áreas adscritas a la Dirección General de Gobierno.
2. Elaborar proyectos relacionados con el marco de actuación de las unidades administrativa adscritas a la Dirección General de Gobierno y en su caso, ejecutarlos.
3. Vigilar la correcta utilización de recursos materiales por parte del personal de la unidad de apoyo técnico operativo a la que se encuentren adscritos, informando periódicamente de ello al titular de la Dirección General de Gobierno.
4. Dirigir las actividades que tienen encomendadas el personal de base y operativo adscritos a las áreas de la Dirección General de Gobierno, mediante indicaciones, con objeto de que los asuntos se atiendan de manera pronta y eficiente.
5. Realizar las demás actividades que de manera directa le asigne el Director General de Gobierno, conforme a la normatividad aplicable vigente.

V. PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA

A mediados del año 2018, la Alcaldía Cuauhtémoc realizó un censo en los treinta y nueve mercados públicos y/o centros de abasto, que tiene a su cargo, detectando que más del 80% de locatarios y/o permisionarios, son personas de la tercera edad, mismos que cuentan con una cédula de empadronamiento del año 1980, 1990, 1992, 1995, etc., dichas personas no han actualizado su cédula de empadronamiento, esto por temor a perder su antigüedad, quienes refieren “que entre más vieja sea su cédula de empadronamiento, es mejor”.

Asimismo, existen otras personas que se encuentran en un segundo supuesto, el cual consiste en contar con la posesión de algún local, pero sin contar con la documentación que avale la titularidad del mismo, dichas personas se catalogan como invasores, ya que jurídicamente esos locales los cuales están en su posesión, se presume que cuentan con un titular, existe una cédula vigente, carecen de certeza jurídica.

Al ver esta situación, la alcaldía Cuauhtémoc implemento un programa en materia de mercados públicos, el cual será desarrollado por la Dirección General de Gobierno, área encargada en llevar a cabo este proyecto de regularización para sus treinta y nueve (39) mercados públicos, el cual tiene como objetivo brindar certeza jurídica a cada uno de los locatarios.

En noviembre del año 2018, se dio inicio al programa en mención, dándose a conocer a través de un documento con el nombre “**AVISO Y/O COMUNICADO**”, dirigido a los treinta y nueve mercados públicos, en dicho documento se estipularon los requisitos necesarios para poder ser candidatos a dicho programa.

El siguiente paso fue elaborar un calendario en el cual se estipularon las actividades a realizar en cada mercado, por lo que fue necesario comisionar al personal, para que en coordinación con la Jefatura de Unidad Departamental de Mercados, acudiera a los treinta y nueve (39) mercados públicos y se instalaran mesas de recepción de documentos, asimismo se brindaron jurídicas en materia de mercados.

Una vez revisados los documentos, se iban separando de acuerdo a los cuatro trámites autorizados en el programa de regularización en comento, mismo que podemos encontrar en los Lineamientos para la Operación y Funcionamiento de los Mercados Públicos del Distrito Federal:

Décimo Quinto.-Los trámites relacionados con los locales o puestos de los Mercados Públicos que podrán realizarse ante la Ventanilla Única de los Órganos Político-Administrativos son los siguientes:

I. Cédula de Empadronamiento para ejercer actividades comerciales en Mercados Públicos o su reexpedición;

IV. Autorización para el traspaso de derechos de Cédula de Empadronamiento del local en Mercado Público;

V. Cambio de nombre del titular de la Cédula de Empadronamiento de locales en Mercado Público por fallecimiento del empadronado;

Aunado a lo anterior, es preciso enfatizar que el trámite denominado “Cédula de Empadronamiento para ejercer actividades comerciales en Mercados Públicos o su reexpedición”, fue utilizado en dos formas, en virtud de que lo tramitaron las personas que son titulares y solo actualizaron su cédula. El otro supuesto fue para las personas que tienen la posesión pero no tenían la cédula con su nombre, por eso hago referencia a cuatro tramites.

El brindar certeza a cada uno de los locatarios, es parte muy importante para el órgano político administrativo de Cuauhtémoc y aunque sea una palabra muy repetitiva en el presente trabajo, es el objetivo de este programa, mismo que ayudara a reactivar la economía y la cultura en nuestros mercados públicos, los cuales son parte importante en nuestra sociedad.

VI. INFORME DETALLADO DE LAS ACTIVIDADES DEL EMPLEO

La función principal del puesto denominado **Enlace “C”**, es apoyar en las actividades que me sean encomendadas, con eficiencia y de manera oportuna para un mejor control de las mismas. Así como Acordar con los titulares de la Unidades Administrativas adscritas a esta Dirección General de Gobierno, el tramite y resolución de los asuntos encomendados y de aquellos que se turnen al personal de base bajo su vigilancia, Brindar asesoría a todos y cada uno de los ciudadanos que realizan trámites en materia de vía pública, mercados públicos, espectáculos públicos, visitas de verificación administrativa, permisos de impacto vecinal, zonal y bajo impacto, asimismo se elaboraran proyectos relacionados con el marco de actuación de las unidades administrativas, para mayor referencia adjunto copia simple de mi nombramiento.

Es preciso mencionar, que mi tema surge a finales del año 2018, cuando se presentó un proyecto de **“Regularización de los treinta y nueve (39) Mercados Públicos de la Demarcación de la Alcaldía Cuauhtémoc”**, y por la materia es encomendada la Dirección General de Gobierno, donde me encuentro adscrita y dada la complejidad e importancia del programa, se me encomendó dar seguimiento a dicho proyecto, en coordinación con la Dirección de Mercados y Vía Pública y la Jefatura de la Unidad Departamental de Mercados.

A principios del año 2019, se elaboró un **“Aviso y/o Comunicado”** para llevar a cabo el Programa de Regularización de los treinta y nueve (39) Mercados Públicos en la Demarcación de Cuauhtémoc, en el cual se estipularon los requisitos debían de cumplir los locatarios, de acuerdo al trámite que realizaran eran los requisitos que tuvieron que presentar, a efecto de ser regularizados, el **“Aviso y/o Comunicado”**, mismo que fue colocado en las oficinas de las administraciones de los treinta y nueve (39) Mercados Públicos de la Demarcación en Cuauhtémoc.

Dicho programa consistió en mismo en tres etapas, esto con el objetivo de agilizar la entrega de documentos que integraban cada uno de los trámites, se

instalamos mesas de recepción en cada uno de los mercados públicos de esta demarcación, para que después nosotros los entregaríamos en Ventanilla Única de Trámites en Cuauhtémoc (unidad receptora de documentos), misma que les asigno un número de folio y expidió los acuses de recepción.

Es preciso mencionar, que en este año hubo muy poca participación de los locatarios y/o locatarias, motivo por el cual, esta alcaldía no se rindió ante tal resultado, por lo que continuo con el programa, se realizó una junta con el equipo de trabajo, en el cual observamos diversos puntos no se llevaron a cabo como se había acordado, por lo que gracias a esos errores que hubo en la primer etapa, por así decirlo, hicimos un nuevo plan de trabajo y para el año 2020, contábamos con más información que se les compartió a cada uno de los locatarios, así que para este año ya había más participación en el programa.

Cada que iban avanzando las etapas del programa, los solicitantes ya dimensionaban los beneficios que gozarían frente a la Alcaldía Cuauhtémoc, esto desde el momento que se les otorga un documento a su nombre y es registrado en el padrón de locatarios, con ello los locatarios pueden ejercer el comercio sin temor a ser sancionados, gozaran de un trabajo seguro y digno.

Procedimiento del programa

Al acercarnos con cada uno de los locatarios, surgieron muchas dudas en virtud desconocían del programa y por ende los beneficios que tendrían al participar en él, también había persona que deseaban obtener un local en alguno de los treinta y nueve mercados públicos.

Asesoría del programa de regularización a locatarios

La Jefatura de Unidad Departamental de Mercados, acudió directamente a los mercados públicos, a efecto de instalar mesas para brindar asesorías jurídicas, algunas personas acudieron directamente a la alcaldía y recibieron la asesoría de manera entendible, toda vez que no les quedaba claro por qué debían de entrar a dicho Programa (actualizar su Cédula de Empadronamiento Reglamentario), algunos locatarios refirieron lo siguiente:

...que para ellos contaba mucho la antigüedad de la Cédula, que al actualizarla, perdían la antigüedad que ya habían adquirido, que en que los iba a beneficiar....

En virtud de lo mencionado por los locatarios y/o comerciantes, se tuvo a bien brindar una explicación en un lenguaje coloquial, toda vez que la primera explicación no fue entendible para ellos, mencionándoles que *“la antigüedad se ve reflejada en el padrón de locatarios, así como en los expedientes, con el que cuenta la Jefatura de la Unidad Departamental de Mercados”*.

Haciéndoles saber a los posesionarios que como su nombre lo indica, únicamente contaban con la posesión, mas no con la titularidad y que ante la Alcaldía Cuauhtémoc no son reconocidos como titulares y que los beneficios que obtendrían al participar en el Programa de Regularización, como lo es gozar de certeza jurídica y al contar con una Cédula de Empadronamiento Reglamentario. Asimismo, lo anterior, de conformidad con el Reglamento de Mercados Públicos de la Ciudad de México y nuestros Lineamientos para la Operación y Funcionamiento de los Mercados Públicos de la Ciudad de México, es por ello que es de gran importancia que entraran al programa de Regularización y así realizar el Trámite que les correspondiera.

Debemos entender que de acuerdo a Lineamiento para la Operación y Funcionamiento de los Mercados Públicos, el concepto de Cédula de Empadronamiento, es el documento expedido por los Órganos Político-Administrativos, necesario para expender productos en los Mercados Públicos del Distrito Federal.

Dicha concesión deriva de un procedimiento el cual dio origen con un trámite que los ciudadanos realizan ante la Alcaldía, sustento que se encuentra en el Manual Administrativo del Órgano Político en Cuauhtémoc.

Recepción del trámite y/o solicitud

La recepción del trámite es ante la alcaldía Cuauhtémoc, razón por la cual cada locatario y/o permisionario y/o personas que deseaban entrar al

Programa de Regularización, acudieron ante la Ventanilla Única de Trámites a la cual abreviaremos como VUT, con la documentación respectiva, la VUT, realiza el cotejo de dicha documentación y si cumple con todo, les asigna un número de folio y les entrega su acuse de recibido.

Para que el trámite fuera más fácil, se tuvo a bien acudir a los mercados y se llevó a cabo la recepción de documento, es por ello que se instalaron mesas receptoras de documentos y así agilizar el trámite, lo anterior, de conformidad con la Ley de Procedimientos Administrativos de la Ciudad de México.

- a) Simplificación;
- b) Agilidad;
- c) Información;
- d) Precisión;
- e) Legalidad;
- f) Transparencia;
- g) Imparcialidad; y
- h) Buena fe.

En dicha etapa, fuimos acompañados por personal de Ventanilla Única de Trámites (unidad encargada de la recepción y entrega de trámites), personal que realizó el cotejo de los documentos que se entregaron.

Lo que nosotros realizamos fue asesorar a los locatarios, así como resguardar los documentos que estaban entregando.

Revisión de documentos por parte del jurídico de la Jefatura de la Unidad Departamental de Mercados

Recordemos que Ventanilla Única de Trámites (VUT), es el área receptora (funge como intermediaria), quien recibe, coteja y turna a nuestra área la

Jefatura de la Unidad Departamental de Mercados los documentos con la finalidad de que nosotros substanciamos dicho Trámite.

1. Se realiza un expedientillo con la documentación que ingresaron;
2. Se realiza el registro en las libretas y bases de datos y se le asigna un número interno;
3. Se busca el expediente original del Local y Mercado, el cual se adjunta con el Expedientillo; y
4. Se revisa la documentación, con la finalidad de que este completa.
5. En el supuesto de que le falte algún documento, se procede a realizar una prevención y así el solicitante y/o promovente desahogue la prevención y presente la documentación faltante. En un dado caso que no la presente, en automático se desecha el trámite y/o solicitud. Por el contrario si desahoga la prevención, se procede con el trámite y/o solicitud.

Supervisiones oculares en locales con trámite y/o procedimiento instaurado

Una vez revisada que la documentación sea la correcta y este completa, se procede a instruir a un supervisor, persona encargada en realizar una visita al local, con el objetivo de ejecutar una supervisión ocular, en la cual deberá de cerciorarse el estatus del local (si está abierto, ejerciendo el giro, persona que lo trabaja, así como confirmar si se está realizando un trámite ante la Alcaldía). Dicho supervisor llena formato para indicar el estatus en el que se encuentra dicho local.

Análisis de cada trámite (si es procedente o no)

Después de haber revisado la documentación, el padrón de locatarios y la supervisión ocular, se procede a realizar el análisis de dicha solicitud y así

cerciorarnos si cumplió con los documentos y los requisitos señalados por los Reglamento de Mercados Públicos de la Ciudad De México y nuestros Lineamientos para la Operación y Funcionamiento de los Mercados Públicos de la Ciudad de México.

En esta etapa, se determina si la solicitud es procedente o no.

Emisión de resolución administrativa al trámite, una vez que se determina si es procedente o no el trámite, se emite una Resolución Administrativa, la cual hará referencia si es favorable o no, cuando se autoriza se ordena cancelar la cedula anterior y se ordena emitir una nueva. La cual pasara a firma del Director de Mercados y Vía Pública y la Jefa de la Unidad Departamental de Mercados.

Primer supuesto-procedente, se emite cédula de empadronamiento (concesión), dato relevante es que la emisión de la Cédula de Empadronamiento Reglamentario, corre a cargo del Director General de Gobierno, quien la firmara y sellara.

Una vez emitida, firmada y sellada dicha cédula de Empadronamiento Reglamentario, se regresa a la Jefatura de la Unidad Departamental de Mercados, para que la turnen a Ventanilla única de Trámites y así puedan notificar dicha Resolución.

Segundo supuesto-no procede, se emite resolución y se envía a la VUT.

La respuesta es notificada, a través de ventanilla única de trámites

Lugar donde tendrán que acudir cada uno de los solicitantes y/o promoventes, para obtener la respuesta a su trámite y/o solicitud.

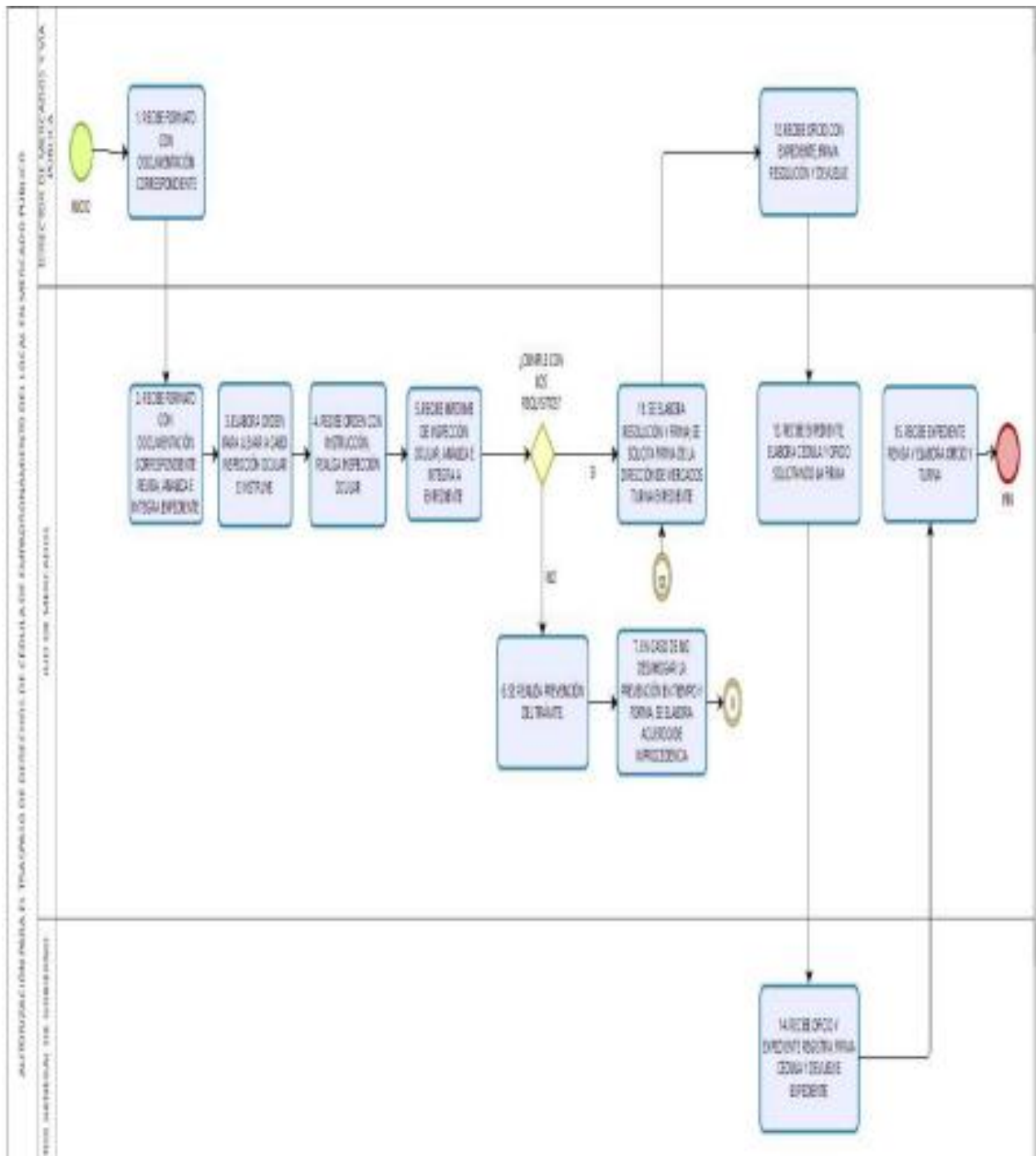


Figura 10. Gráfica del procedimiento del trámite de mercados ante la VUT.

El pasado 30 de agosto del año 2019, se realizó la entrega de doscientos setenta Cédulas de Empadronamiento Reglamentario, esto con la finalidad de dar certeza jurídica a cada uno de los permisionarios, en los Mercados Públicos;

1. Michoacán;
2. Morelia; y
3. Cuauhtémoc.

Se acudió a dichos Mercados Públicos, en compañía del personal de Ventanilla Única de Trámites (VUT) y se realizó la entrega de dichas Cédulas de Empadronamiento Reglamentario.



Figura 11. Fotografía de entrega de cédulas

Un dato relevante, es que a finales de diciembre del año 2019, se registró un incendio que afectó a más de la mitad de locales ubicados al interior del Mercado Público 6.-San Cosme, situación por la cual se le brindó prioridad a todos y cada uno de los locatarios para que ingresaran al programa de regularización, toda vez que a causa del siniestro (incendio), más de la mitad de los locatarios perdieron su concesión.

Asimismo, es claro enfatizar que los procedimientos de cada uno de los locatarios fue analizado de manera exhaustiva, ya que un 10% de personas se aprovecharon del programa para poder obtener una concesión, ya que al realizar una revisión en el padrón de locatarios, dio como resultado que los mismos no estaban registrados, dichas personas incurrieron en falsedad.

Por tal motivo, la Jefatura de Unidad Departamental de Mercados, ha realizado nuevo análisis en cada uno de los procedimientos, esto para no

vulnerar los derechos de cada locatario, es una de las razones, por la cual ha demorado la entrega de concesiones (cédulas).

A la fecha, se encuentra realizando de manera parcial la entrega de cédulas a los locatarios, la misma se está realizando tanto en el mercado en mención, como en las oficinas de la Jefatura de la Unidad Departamental de Mercados.

Otra dato importante es que de los treinta y nueve (39) mercados públicos en la demarcación de Cuauhtémoc, suman un total de 14589 locales de los cuales a la fecha existen 2300 locales en proceso de regularización, dicho programa es una acción permanente, el cual seguirá abierto, con el objetivo de brindar certeza jurídica a la mayor parte de los locatarios.

A continuación se enlistan los mercados públicos, con su nombre, así como el total de locales:

N°	Lista de los Mercados Públicos en Cuauhtémoc	Número de Locales
1	1.- Lagunilla Ropa y Telas (próximo a entregarse)	1028
2	2. Lagunilla Zona	599
3	3. Lagunilla Varios	320
4	4.- Lagunilla San Camilito	75
5	5.- Martínez De La Torre Anexo	332
6	6.- San Cosme	524
7	7.- Martínez de la Torre Zona	608
8	8.- Juárez	454
9	9.- San Lucas	259
10	10.- Dos de Abril	84
11	13.- Insurgentes	247
12	14.- Tepito Zona	507
13	16.- Abelardo L. Rodríguez Zona	269
14	17.- Beethoven	787
15	18.- Hidalgo Zona	913
16	19.- La Dalia	417
17	20.- Melchor Ocampo	515
18	22.- San Joaquín Zona	477
19	23.- Tepito Fierros Viejos	1021
20	24.- Morelia	147
21	28.- Bugambilia	201
22	36.- Tepito Varios	561
23	60.-Tepito Ropa y Telas	709

24	66.- Pequeño Comercio	84
25	74.- Palacio de las Flores	76
26	77.- San Juan Ernesto Pugibet	359
27	78.- San Juan Arcos de Belem	418
28	83.- Abelardo L. Rodríguez, (Pasaje Sandino 32*)	148
29	86.- San Juan Curiosidades	177
30	91.- Hidalgo Anexo	409
31	96.- Isabel La Católica	188
32	98.- Cuauhtémoc	88
33	108.- La Merced Mixcalco	821
34	110.- San Joaquín	274
35	114.- Francisco Sarabia	118
36	153.- Michoacán	35
37	158.- Colima	52
38	216.- Paulino Navarro	135
39	363.- Pasaje Chapultepec	45
Total		14589*

Figura 12. Tabla de los treinta y nueve mercados públicos en Cuauhtémoc.

De la tabla anterior, se puede apreciar que los mercados con amarillo, son los que a la fecha han sido regularizados totalmente, a lo que me refiero es que han sido entregadas las concesiones que participaron en la regularización.

VII. SEGUIMIENTO DEL PROGRAMA DE REGULARIZACIÓN

Actualmente, se sigue con el programa de regularización, ya que por la pandemia se aplazó la entrega de las concesiones (cédulas de empadronamiento), hasta en tanto el semáforo se encuentre en verde, toda vez que derivado de la presencia del COVID-19 a nivel nacional, en el año 2020, esta autoridad en atención al **“...TERCER ACUERDO POR EL QUE SE DETERMINAN ACCIONES EXTRAORDINARIAS EN LA CIUDAD DE MÉXICO PARA ATENDER LA DECLARATORIA DE EMERGENCIA SANITARIA POR CAUSA DE FUERZA MAYOR, EN CONCORDANCIA CON EL ACUERDO DEL CONSEJO DE SALUBRIDAD GENERAL DEL GOBIERNO FEDERAL, CON EL PROPÓSITO DE EVITAR EL CONTAGIO Y PROPAGACIÓN DEL COVID-19...”** (Sic), publicado en Gaceta Oficial de la Ciudad de México, el **1 de abril de 2020** y a las Medidas de Seguridad Sanitaria, llevaron a cabo acciones a efecto de controlar, mitigar la dispersión y transmisión del virus entre otras el cierre de los locales y/o Mercados Públicos que no contarán con actividades esenciales.

Asimismo en atención a los **“...LINEAMIENTOS DE MEDIDAS DE PROTECCIÓN A LA SALUD QUE DEBERÁN CUMPLIR LOS MERCADOS PÚBLICOS Y CONCENTRACIONES PARA REANUDAR ACTIVIDADES HACIA UN REGRESO A LA NUEVA NORMALIDAD DE LA CIUDAD DE MÉXICO...”**, se seguirá con el Programa de Regularización, esto para beneficiar a más locatarios y/o locatarias, mientras se sigue trabajando con todos los trámites que ingresaron antes de que se suspendieran términos. Para que cuando reanuden los mismos, se realice la entrega a través de Ventanilla única de Trámites y/o de la Oficina de Mercados.

VIII. IMPACTO DE LA EXPERIENCIA LABORAL

Fue una experiencia única, muy desafiante y a la vez agotadora, ya que el estar comisionada a un área donde a simple vista se puede llegar a la conclusión, de que es un área muy pequeña y fácil, pero sorpresa, es el área más compleja y desafiante a nivel jurídico, ya que en dicha área se desarrollan diversos temas jurídicos, desde tomar ocho comparecencias al día, para poder emitir un proyecto de resolución, iniciar procedimiento de revocación, para que después, se ejecute la resolución y se proceda a recuperar locales, poner en posesión a locatarios que acrediten la titularidad, realizar recorridos con diversas autoridades federales, todo apegado a la Ley de Procedimientos Administrativos para la Ciudad de México, Ley del Régimen Patrimonial y Servicio Público, vigente para la Ciudad de México.

Me encanta saber que gracias a mis conocimientos en materia de mercados, ayude a la sociedad, en virtud de que más de la mitad de los locatarios y/o locatarias desconocían sus derechos, así como sus obligaciones, un claro ejemplo es que desconocen de los trámites que pueden realizar y que los mismos son totalmente gratuitos, es por ello que los mismo son susceptibles a engaños, por parte de los llamados gestores y/o coyotes, incluso por personal que ha sido parte de esta alcaldía.

De lo anterior, es preciso desatacar que la característica principal de cada uno de los trámites, es que son meramente personales, en virtud de que no se requiere de un abogado y/o gestor. Cabe hacer mención, que existen locatarios que se reusan a la actualización de su cédula, por el temor de perder antigüedad en la misma, dado que sus creencias se traducen, a que entre más años de antigüedad tengan las cédulas, más validez tendrán, lo cual es totalmente falso.

IX. REFERENCIA DE CONSULTA

Legislación

Constitución Política De Los Estados Unidos Mexicanos

Constitución Política de la Ciudad de México

Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México

Ley de Procedimiento Administrativo de la Ciudad de México

Ley del Régimen Patrimonial y Servicio Público de la Ciudad de México

Reglamento de Mercados Públicos del Distrito Federal

Lineamientos para la Operación y Funcionamiento de los Mercados Públicos de la Ciudad de México

Bibliografía

Francisco Olvera Ruíz. (2019). *Mercados de la Ciudad de México*. Ciudad de México: PRI.

Malinowski, B., & Fuente, J. D. (2005). *Economía de un sistema de mercados en México: Vol. I* (época II ed.). Conalculta.

Mankiw, G. N. (2017). *Principios De Economía* (7.^a ed.). Cengage Learning.

P. (2022). *Macroeconomía - Version Para Latinoamerica by Parkin/Esquivel* (2012–05-03). Prentice/Universit.

Ibergrafía

A. (2021, 19 diciembre). *El impresionante mercado de Tlatelolco: el centro comercial más importante de los aztecas*. infobae. Recuperado 4 de marzo de 2022, de <https://www.infobae.com/america/mexico/2021/12/19/el-impresionante-mercado-de-tlatelolco-el-centro-comercial-mas-importante-de-los-aztecas/>

Dávila Montoya, A. (s. f.). *El mercado de tlatelolco y los productos que en él se ofrecían*. noticonquista. Recuperado 8 de marzo de 2022, de <https://www.noticonquista.unam.mx/amoxtli/1890/1887>

De México, G. D. L. C. (s. f.-a). *Mercados CDMX*. Portal Ciudadano de la CDMX. Recuperado 17 de marzo de 2022, de <https://www.archivo.cdmx.gob.mx/vive-cdmx/post/mercados-cdmx>

Francés, B. (s. f.). *Los medios de intercambio en la época prehispánica y la colonia*. Arqueología Mexicana. Recuperado 8 de marzo de 2022, de <https://arqueologiamexicana.mx/mexico-antiguo/los-medios-de-intercambio-en-la-epoca-prehispanica-y-la-colonia>

Garza-Bueno, L. E. (s. f.). *Mercados públicos y competitividad: El Palmar y Las Flores de Ciudad Nezahualcóyotl*. Mercados Públicos y Competitividad. Recuperado 18 de marzo de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212013000300006

Historia de los mercados en México. (s. f.). Secretaría de Cultura/Sistema de Información Cultural. Recuperado 24 de marzo de 2022, de https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=gastronomia&table_id=106

Jurídico, D. (s. f.). *Seguridad jurídica*. Diccionario Jurídico. Recuperado 3 de marzo de 2022, de <http://diccionariojuridico.mx/definicion/seguridad-juridica/>

El Mercado de la Gran Tenochtitlán – origen e historia de la actual central de abasto (parte 1) – estrategia aduanera. (2022, 4 marzo). <https://www.estrategiaaduanera.mx/el-mercado-de-la-gran-tenochtitlan-origen-e-historia-de-la-actual-central-de-abasto-parte-1/>. Recuperado 9 de marzo de 2022, de <https://www.estrategiaaduanera.mx/el-mercado-de-la-gran-tenochtitlan-origen-e-historia-de-la-actual-central-de-abasto-parte-1/>

El mercado de la gran Tenochtitlán – Origen e historia de la actual central de abasto (parte 1) – Estrategia Aduanera. (2022, 18 marzo). El Mercado de la gran Tenochtitlán. Recuperado 24 de marzo de 2022, de <https://www.estrategiaaduanera.mx/el-mercado-de-la-gran-tenochtitlan-origen-e-historia-de-la-actual-central-de-abasto-parte-1/>

Mercados y mecanismo de mercado. (2011, 11 diciembre). Microteorías- Mercados y Mecanismos de Mercado. Recuperado 3 de marzo de 2022, de http://mundoazul.ignaciogavilan.com/microteorias/mba_mt_mecanismomercado.htm#:~:text=Paul%20Samuelson%20da%20esta%20otra,su%20precio%20y%20su%20cantidad%E2%80%9D.&text=En%20un%20mercado%20se%20produce%20un%20equilibrio%20entre%20precios%20y%20producci%C3%B3n.

La Merced y los mercados del Siglo XX – Origen e historia de la actual Central de Abasto (Parte 3) – Estrategia Aduanera. (2022a, marzo 11). La Merced y los mercados del Siglo XX. Recuperado 15 de marzo de 2022, de <https://www.estrategiaaduanera.mx/la-merced-y-los-mercados-del-siglo-xx-origen-e-historia-de-la-actual-central-de-abasto-parte-3/>

La Merced y los mercados del Siglo XX – Origen e historia de la actual Central de Abasto (Parte 3) – Estrategia Aduanera. (2022b, marzo 18). La Merced y los mercados del siglo XX. Recuperado 24 de marzo de 2022, de <https://www.estrategiaaduanera.mx/la-merced-y-los-mercados-del-siglo-xx-origen-e-historia-de-la-actual-central-de-abasto-parte-3/>

Peiró, R. (2021, 23 febrero). *Público objetivo*. Economipedia. Recuperado 3 de marzo de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/publico-objetivo.html>

UNESCO - *El texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.* (s. f.). Convención para salvaguardar el patrimonio cultural. Recuperado 18 de marzo de 2022, de <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n>

X. ANEXOS

ANEXO I

A continuación, se muestran los formatos utilizados en los diversos trámites, el primer trámite denominado “**Autorización para el Traspaso de Derechos de Cédula de Empadronamiento de local en Mercado Público**”, mediante el cual se realiza cuando existe dos partes a la primera se le denomina cedente quien es la persona que va ceder los derechos de la cédula de empadronamiento reglamentario al cesionario.

Dicho trámite se realiza ante ventanilla única de trámites, con la siguiente documentación:

1. Formato TCUH_ATD_1, debidamente requisitado por el cedente y cesionario;

				Folio: _____
				Clave de formato: TCUH_ATD_1
Nombre del trámite: Autorización para el traspaso de derechos de Cédula de Empadronamiento del local en Mercado Público				
Ciudad de México, a _____ de _____ de _____				
C. Jefe Delegacional en _____				
Presente				
Declaro bajo protesta de decir verdad que la información y documentación proporcionada es verídica, por lo que en caso de existir falsedad en ella, tengo pleno conocimiento que se aplicarán las sanciones administrativas y penas establecidas en los ordenamientos respectivos para quienes se conducen con falsedad ante la autoridad competente, en términos del artículo 32 de la Ley de Procedimiento Administrativo, con relación al 311 del Código Penal, ambos del Distrito Federal.				
Información al interesado sobre el tratamiento de sus datos personales				
Los datos personales recabados serán protegidos, incorporados y tratados en el Sistema de Datos Personales (<i>Nombre del Sistema de Datos Personales</i>) el cual tiene su fundamento en el artículo 7 de la Ley de Protección de Datos Personales para el Distrito Federal; artículo 39 del Reglamento de Mercados para el Distrito Federal , cuya finalidad es (<i>Describir la finalidad del Sistema</i>) y podrán ser transmitidos a (<i>Destinatario y finalidad de la transmisión</i>) además de otras transmisiones previstas en la Ley de Protección de Datos Personales para el Distrito Federal. Con excepción del teléfono particular, los demás datos son obligatorios y sin ellos no podrá acceder al servicio o completar el trámite <i>Autorización para el traspaso de derechos de Cédula de Empadronamiento del local en Mercado Público</i> . Asimismo, se le informa que sus datos no podrán ser difundidos sin su consentimiento expreso, salvo la excepciones previstas en la ley. El responsable del Sistema de Datos Personales es (<i>Nombre del responsable del Sistema</i>), y la dirección donde podrá ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, así como la revocación del consentimiento es (<i>Indicar el domicilio de la Oficina de Información Pública correspondiente</i>). El titular de los datos podrá dirigirse al Instituto de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Distrito Federal, donde recibirá asesoría sobre los derechos que tutela la Ley de Protección de Datos Personales para el Distrito Federal al teléfono 56 36 4 36; correo electrónico: datospersonales@infodf.org.mx o en la página www.infodf.org.mx .				
DATOS DEL INTERESADO (CEDENTE)				
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios.				
Nombre(s)	_____			
Apellido Paterno	_____	Apellido Materno	_____	
Identificación Oficial (Credencial para votar, Pasaporte, Cédula Profesional o Cartilla del Servicio Militar Nacional)	_____	Número / Folio	_____	
CURP	_____	Fecha de nacimiento	_____	
Nacionalidad	_____	Teléfono	_____	
DATOS DEL CESIONARIO				
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios.				
Nombre(s)	_____			
Apellido Paterno	_____	Apellido Materno	_____	
Identificación Oficial (Credencial para votar, Pasaporte, Cédula Profesional o Cartilla del Servicio Militar Nacional)	_____	Número / Folio	_____	
CURP	_____	Fecha de nacimiento	_____	
Nacionalidad	_____	Teléfono	_____	
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL				
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios en caso de actuar en calidad de representante legal				
Nombre(s)	_____			
Apellido Paterno	_____	Apellido Materno	_____	
Identificación Oficial (Credencial para votar, Pasaporte, Cédula Profesional o Cartilla del Servicio Militar Nacional)	_____	Número / Folio	_____	
Nacionalidad	_____			

*Artículos 7bis, 32, 33, 34, 35, 40, 41, 42, 44, 49 y 89 de la Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal

Costo:	Sin costo
Documento a obtener	Cédula
Vigencia del documento a obtener	No aplica
Plazo máximo de respuesta	15 días hábiles
Procedencia de Afirmativa o Negativa Ficta	Afirmativa Ficta

DATOS DEL LOCAL COMERCIAL

* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios.

Mercado		No. oficial		No. de local	
Calle		No.		C.P.	
Colonia		Delegación			
Actividad Comercial					
No. de Cédula		Fecha de expedición			

Datos del beneficiario

Nombre(s)				
Apellido Paterno		Apellido Materno		
Nacionalidad		Fecha de nacimiento		

Observaciones *La autoridad llevará a cabo la revisión y el análisis de factibilidad de la solicitud tomando en cuenta:
-Que prevalezca el mismo giro
-Que no exista de por medio una compraventa
*Deberán presentarse a realizar el trámite el cedente y el cesionario
*En caso de no contar con los Comprobantes de pago de derechos, se deberá presentar una certificación de pago por los derechos de uso o aprovechamiento de bienes del dominio público, correspondiente al año en que se realiza la solicitud y de los cuatro años anteriores, emitida por la Tesorería del Gobierno del Distrito Federal.

INTERESADO (CEDENTE) O REPRESENTANTE LEGAL

CESIONARIO (PERSONA QUE RECIBE LOS DERECHOS)

Nombre y Firma

Nombre y Firma

El interesado entregará la solicitud por duplicado y conservará un ejemplar para acuse de recibo que contenga sello original y firma autógrafa del servidor público que recibe.

Recibió (para ser llenado por la autoridad)	
Área	
Nombre	
Cargo	
Firma	

Sello de recepción

LA PRESENTE HOJA Y LA(S) FIRMA(S) QUE APARECE(N) EN LA MISMA, FORMAN PARTE INTEGRANTE DE LA SOLICITUD DEL TRÁMITE AUTORIZACIÓN PARA EL TRASPASO DE DERECHOS DE CÉDULA DE EMPADRONAMIENTO DEL LOCAL EN MERCADO PÚBLICO, DE FECHA ____ DE ____ DE ____.



QUEJAS O DENUNCIAS

QUEJATEL LOCATEL 56 58 11 11, HONESTEL 55 33 55 33.


DENUNCIA irregularidades a través del Sistema de Denuncia Ciudadana vía Internet a la dirección electrónica <http://www.anticorruptcion.df.gob.mx/index.php/sistema-de-denuncia-ciudadana>

2. Cédula de Empadronamiento Reglamentario original y copia.
3. Copia simple de identificación oficial expedida a favor del cedente y cesionario, respectivamente;
4. 3 fotografías tamaño óvalo del cesionario;
5. Copia simple de comprobante de domicilio del cesionario;
6. Copia simple del CURP del cesionario;
7. Copia simple de acta de nacimiento del cesionario;
8. Original de autorización sanitaria, si el giro corresponde a alimentos; y
9. Copias simples de los Comprobantes de Pago de Derechos por el uso o aprovechamiento de locales en Mercados Públicos, correspondiente a los últimos tres años.

ANEXO II

Segundo trámite denominado “**Autorización para el traspaso de derechos por fallecimiento**”, el cual se realizará cuando existe una parte que deberá ser familiar del de cujus (titular fallecido) al que se le llama promovente y en este caso el titular falleció, cabe hacer mención que le promovente cuenta con la posesión, así como los documentos permitentes para realizar el Trámite ante Ventanilla única, con la siguiente documentación:

1. Formato TCUH_CND_1, debidamente requisitado por promovente

	Folio: _____
	Clave de formato: TCUH_CND_1

NOMBRE DEL TRÁMITE: **Cambio de nombre del titular de la cédula de empadronamiento de locales en Mercados públicos por fallecimiento del empadronado**

Ciudad de México, a _____ de _____ de _____

C. Jefe Delegacional en _____
Presente

Declaro bajo protesta de decir verdad que la información y documentación proporcionada es verídica, por lo que en caso de existir falsedad en ella, tengo pleno conocimiento que se aplicarán las sanciones administrativas y penas establecidas en los ordenamientos respectivos para quienes se conducen con falsedad ante la autoridad competente, en términos del artículo 32 de la Ley de Procedimiento Administrativo, con relación al 311 del Código Penal, ambos del Distrito Federal.

Información al interesado sobre el tratamiento de sus datos personales

Los datos personales recabados serán protegidos, incorporados y tratados en el Sistema de Datos Personales (*Nombre del Sistema de Datos Personales*) el cual tiene su fundamento en el artículo 7 de la Ley de Protección de Datos Personales para el Distrito Federal; artículo 39 del Reglamento de Mercados para el Distrito Federal, cuya finalidad es (*Describir la finalidad del Sistema*) y podrán ser transmitidos a (*Destinatario y finalidad de la transmisión*), además de otras transmisiones previstas en la Ley de Protección de Datos Personales para el Distrito Federal. Con excepción del teléfono particular, los demás datos son obligatorios y sin ellos no podrá acceder al servicio o completar el trámite **Cambio de nombre del titular de la cédula de empadronamiento de locales en Mercados públicos por fallecimiento del empadronado**. Asimismo, se le informa que sus datos no podrán ser difundidos sin su consentimiento expreso, salvo las excepciones previstas en la ley. El responsable del Sistema de Datos Personales es (*Nombre del responsable del Sistema*), y la dirección donde podrá ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, así como la revocación del consentimiento es (*Indicar el domicilio de la Oficina de Información Pública correspondiente*). El titular de los datos podrá dirigirse al Instituto de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Distrito Federal, donde recibirá asesoría sobre los derechos que tutela la Ley de Protección de Datos Personales para el Distrito Federal al teléfono 56 36 46 36; correo electrónico: datospersonales@infodf.org.mx o en la página www.infodf.org.mx.

DATOS DEL INTERESADO			
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios.			
Nombre(s)	_____		
Apellido Paterno	_____	Apellido Materno	_____
Identificación Oficial (Credencial para votar, Pasaporte, Cédula Profesional o Cartilla del Servicio Militar Nacional)	_____	Número / Folio	_____
CURP	_____	Fecha de nacimiento	_____
Nacionalidad	_____	Teléfono	_____

DATOS DEL FINADO			
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios.			
Nombre(s)	_____		
Apellido Paterno	_____	Apellido Materno	_____
Acta de defunción	_____	Número / Folio	_____

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL			
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios en caso de actuar en calidad de representante legal			
Nombre(s)	_____		
Apellido Paterno	_____	Apellido Materno	_____
Identificación Oficial (Credencial para votar, Pasaporte, Cédula Profesional o Cartilla del Servicio Militar Nacional)	_____	Número / Folio	_____
Nacionalidad	_____		

DOMICILIO PARA OIR Y RECIBIR NOTIFICACIONES Y DOCUMENTOS EN EL DISTRITO FEDERAL			
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios.			
Calle	No. Exterior	No. Interior	_____

Calle	_____	No.	_____	C.P.	_____
Colonia	_____		Delegación	_____	
Actividad Comercial	_____				
No. de la Cédula de empadronamiento	_____		Fecha de expedición	_____	

Datos del beneficiario					
Nombre(s)	_____				
Apellido Paterno	_____	Apellido Materno	_____		
Nacionalidad	_____	Fecha de nacimiento	_____		

Observaciones	La autoridad llevará a cabo la revisión y análisis de factibilidad de la solicitud, considerando lo siguiente:
	*Que prevalezca el mismo giro.
	*En caso de que se haya establecido la designación de algún beneficiario de manera libre y voluntaria por parte del titular, éste gozará de derecho de preferencia para que se le otorgue la concesión del mismo local comercial, y no deberá presentar el documento o instrumento que acredite la preferencia
	*En caso de que se suscite alguna controversia entre dos o más personas por atribuirse los derechos sobre una misma cédula de empadronamiento, se suspenderá la tramitación de plano y los interesados deberán apegarse al procedimiento de resolución de controversias, establecido en el Capítulo VII del Reglamento de Mercados Públicos para el Distrito Federal.
	*En caso de no contar con los Comprobantes de pago de derechos, se deberá presentar una certificación de pago por los derechos de uso o aprovechamiento de bienes del dominio público, correspondiente al año en que se realiza la solicitud y de los cuatro años anteriores, emitida por la Tesorería del Gobierno del Distrito Federal.

INTERESADO O REPRESENTANTE LEGAL (en su caso)

Nombre y Firma

El interesado entregará la solicitud por duplicado y conservará un ejemplar para acuse de recibo que contenga sello original y firma autógrafa del servidor público que recibe.

Recibió (para ser llenado por la autoridad)	
Área	_____
Nombre	_____
Cargo	_____
Firma	_____

Sello de recepción

LA PRESENTE HOJA Y LA FIRMA QUE APARECE AL CALCE, FORMAN PARTE INTEGRANTE DE LA SOLICITUD DEL TRÁMITE CAMBIO DE NOMBRE DE TITULAR DE LA CÉDULA DE EMPADRONAMIENTO DE LOCAL EN MERCADO PÚBLICO POR FALLECIMIENTO DEL EMPADRONADO, DE FECHA ____ DE ____ DE ____.



QUEJAS O DENUNCIAS

QUEJATEL LOCATEL 56 58 11 11, HONESTEL 55 33 55 33.

DENUNCIA irregularidades a través del Sistema de Denuncia Ciudadana vía Internet a la dirección electrónica <http://www.anticorruptcion.df.gob.mx/index.php/sistema-de-denuncia-ciudadana>

2. Cédula de Empadronamiento Reglamentario original y copia.
3. Copia simple de identificación oficial expedida a favor del promovente;
4. Copia simple del acta de defunción del titular;
5. 3 fotografías tamaño óvalo del promovente;
6. Copia simple de comprobante de domicilio del promovente;
7. Copia simple del CURP del promovente
8. Copia simple de acta de nacimiento del promovente
9. Copia simple de dos Cédula de Empadronamiento Reglamentario de los Testigos;
10. Original de autorización sanitaria, si el giro corresponde a alimentos; y
11. Copias simples de los Comprobantes de Pago de Derechos por el uso o aprovechamiento de locales en Mercados Públicos, correspondiente a los últimos tres años.

ANEXO III

Tercer trámite, denominado “**Cédula de empadronamiento reglamentario para ejercer actividades comerciales en mercados públicos o reexpedición**”, mismo que solo requiere actualizar la Cédula de Empadronamiento Reglamentario, o cuando estas solicitando por primera vez Cédula de Empadronamiento Reglamentario, es un trámite que se realiza ante Ventanilla Única de Trámites, con la siguiente documentación:

1. Formato **TCUH_CEE_1**, debidamente requisitado por el promovente:

	Folio: _____
	Clave de formato: TCUH_CEE_1
NOMBRE DEL TRÁMITE: Cédula de empadronamiento para ejercer actividades comerciales en mercados públicos o su Reexpedición	
Ciudad de México, a _____ de _____ de _____	
C. Jefe Delegacional en _____	
Presente	
Declaro bajo protesta de decir verdad que la información y documentación proporcionada es verídica, por lo que en caso de existir falsedad en ella, tengo pleno conocimiento que se aplicarán las sanciones administrativas y penas establecidas en los ordenamientos respectivos para quienes se conducen con falsedad ante la autoridad competente, en términos del artículo 32 de la Ley de Procedimiento Administrativo, con relación al 311 del Código Penal, ambos del Distrito Federal.	
Información al interesado sobre el tratamiento de sus datos personales	
<p>Los datos personales recabados serán protegidos, incorporados y tratados en el Sistema de Datos Personales (<i>Nombre del Sistema de Datos Personales</i>) el cual tiene su fundamento en el artículo 7 de la Ley de Protección de Datos Personales para el Distrito Federal; artículo 39 del Reglamento de Mercados para el Distrito Federal, cuya finalidad es (<i>Describir la finalidad del Sistema</i>) y podrán ser transmitidos a (<i>Destinatario y finalidad de la transmisión</i>), además de otras transmisiones previstas en la Ley de Protección de Datos Personales para el Distrito Federal. Con excepción del teléfono particular, los demás datos son obligatorios y sin ellos no podrá acceder al servicio o completar el trámite <i>Cédula de empadronamiento para ejercer actividades comerciales en mercados públicos o su Reexpedición</i>. Asimismo, se le informa que sus datos no podrán ser difundidos sin su consentimiento expreso, salvo las excepciones previstas en la ley. El responsable del Sistema de Datos Personales es (<i>Nombre del responsable del Sistema</i>), y la dirección donde podrá ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, así como la revocación del consentimiento es (<i>Indicar el domicilio de la Oficina de Información Pública correspondiente</i>). El titular de los datos podrá dirigirse al Instituto de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Distrito Federal, donde recibirá asesoría sobre los derechos que tutela la Ley de Protección de Datos Personales para el Distrito Federal al teléfono 56 36 46 36; correo electrónico: datospersonales@infodf.org.mx o en la página www.infodf.org.mx.</p>	
DATOS DEL INTERESADO	
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios.	
Nombre(s)	_____
Apellido Paterno	_____ Apellido Materno _____
Identificación Oficial (Credencial para votar, Pasaporte, Cédula Profesional o Cartilla del Servicio Militar Nacional)	_____ Número / Folio _____
CURP	_____ Fecha de nacimiento _____
Nacionalidad	_____ Teléfono _____
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL	
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios en caso de actuar en calidad de representante legal	
Nombre(s)	_____
Apellido Paterno	_____ Apellido Materno _____
Identificación Oficial (Credencial para votar, Pasaporte, Cédula Profesional o Cartilla del Servicio Militar Nacional)	_____ Número / Folio _____
Nacionalidad	_____
Instrumento o documento con el que acredita la representación	
Número o Folio	_____ Nombre del Notario, Corredor Público o Juez _____
Número de Notaría, Correduría o Juzgado	_____ Entidad Federativa _____
DOMICILIO PARA OIR Y RECIBIR NOTIFICACIONES Y DOCUMENTOS EN EL DISTRITO FEDERAL	
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios.	
Calle	_____ No. Exterior _____ No. Interior _____
Colonia	_____

Colonia	
Delegación	C.P.

Persona autorizada para oír y recibir notificaciones y documentos	
Nombre(s)	
Apellido Paterno	Apellido Materno

REQUISITOS	
Formato de solicitud (Original y 1 copia simple, que será el acuse del interesado)	3 fotografías tamaño credencial del interesado
Cédula de empadronamiento (1 copia simple y original para cotejo)	Clave Única de Registro de Población (CURP) del interesado (1 copia simple)
Documento de Identificación oficial (Credencial para votar, Pasaporte, Cédula Profesional o Cartilla del Servicio Militar Nacional) (1 copia simple y original para cotejo)	Autorización sanitaria expedida por la Secretaría de Salud (para aquellos comerciantes que para el ejercicio de sus actividades la requieran) (1 Copia simple y original para cotejo)
Acta de nacimiento del interesado (1 copia simple y original para cotejo)	Acta de defunción del titular de la cédula de empadronamiento (1 copia simple y original para cotejo)
Documento que acredita el carácter de representante o apoderado (Carta Poder firmada ante dos testigos e identificación oficial del interesado y de quien realiza el trámite, Carta Poder firmada ante dos testigos con ratificación de las firmas ante notario o Poder Notarial e Identificación Oficial del Representante o apoderado) (1 copia simple y original para cotejo)	Comprobante de domicilio del interesado (Recibo del Servicio de Luz, Boleta de Servicio de Agua o Estado de Cuenta de Servicio Telefónico, no mayor a tres meses de antigüedad) (1 copia simple y original para cotejo)
Comprobantes de pago de derechos por el uso y utilización de Locales de Mercados Públicos del Distrito Federal correspondiente al año en que se realiza la solicitud y de los cuatro años anteriores (1 copia simple)	Comprobante de no adeudo al Fideicomiso del Mercado, correspondiente al año en que se realiza la solicitud y de los cuatro años anteriores (tratándose de los Mercados Públicos en Auto Administración) (1 copia simple)

Fundamento Jurídico	
Artículos 32, 40, 41, 42, 43, 44 y 82 del Reglamento de Mercados para el Distrito Federal.	Artículos 7 bis, 32, 33, 34, 35, 40, 41, 42, 44, 49 y 89 de la Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.
Artículos 6, 7 y 9 del Acuerdo por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones del similar por el que se establece el Sistema de Empadronamiento para comerciantes de los Mercados Públicos de la Ciudad de México y los formatos oficiales de Cédula de Empadronamiento, refrendo y autorización hasta por 90 días para que una persona distinta al empadronado pueda ejercer el comercio en puestos permanentes o temporales en Mercados Públicos, por cuenta del empadronado.	Artículos 5, 6 y 7 del Acuerdo por el que se establece el Sistema de Empadronamiento para comerciantes de los Mercados Públicos de la Ciudad de México y los formatos oficiales de Cédula de Empadronamiento, refrendo y autorización hasta por 90 días para que una persona distinta al empadronado pueda ejercer el comercio en puestos permanentes o temporales en Mercados Públicos, por cuenta del empadronado.
Artículos 51, fracción V y 124, fracción XVII del Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal.	Numerales Décimo Quinto Fracción V, Décimo Sexto, Décimo Séptimo, Décimo Octavo, Trigésimo Primero, Trigésimo Segundo, Trigésimo Tercero y Trigésimo Cuarto de los Lineamientos para la operación y funcionamiento de los Mercados Públicos del Distrito Federal.

Costo:	Sin costo
Documento a obtener	Cédula
Vigencia del documento a obtener	No aplica
Procedencia de la Afirmativa o Negativa Ficta	Afirmativa ficta

DATOS DEL LOCAL COMERCIAL			
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios.			
Mercado		No. oficial	
			No. de local

Vigencia del documento a obtener	No aplica
Plazo máximo de respuesta	15 días hábiles
Procedencia de la Afirmativa o Negativa Ficta	Afirmativa ficta

DATOS DEL MERCADO PÚBLICO			
* Los datos solicitados en este bloque son obligatorios.			
Mercado	_____	No. oficial	_____
Calle	_____	No.	_____ C.P. _____
Colonia	_____	Delegación	_____
Actividad Comercial solicitada	_____		

Datos del beneficiario			
Nombre(s)	_____		
Apellido Paterno	_____	Apellido Materno	_____
Nacionalidad	_____	Fecha de nacimiento	_____

Observaciones

*La autoridad llevará a cabo la revisión y el análisis de factibilidad de la solicitud, considerando lo siguiente:
 Saturación de giros comerciales de un mismo tipo, Disponibilidad de local, Satisfacción de la demanda y Planificación y zonificación de las áreas de distribución de giros del mercado
 *En ningún caso se concederá al mismo comerciante más de una cédula de empadronamiento
 *La autoridad dará preferencia a las solicitudes de empadronamiento siguientes:
 Para personas afectadas con incapacidad parcial permanente de trabajo, de conformidad con la Ley Federal del Trabajo
 Para expendio de periódicos, revistas o libros
 * En caso de no designar beneficiario, se aplicará lo establecido en la normatividad vigente.
 giro con el que venían operando y no se podrá realizar cambio de giro hasta dentro de los seis meses posteriores a su asignación, previo trámite y autorización correspondiente.
 *Para el caso de reexpedición por actualización se imprimirá en la cédula anterior la leyenda "SIN VALOR OFICIAL", devolviéndola así al solicitante, al entregar la nueva Cédula.

INTERESADO O REPRESENTANTE LEGAL (en su caso)

 Nombre y Firma

El interesado entregará la solicitud por duplicado y conservará un ejemplar para acuse de recibo que contenga sello original y firma autógrafa del servidor público que recibe.

Recibió (para ser llenado por la autoridad)		Sello de recepción
Área	_____	_____
Nombre	_____	
Cargo	_____	
Firma	_____	

LA PRESENTE HOJA Y LA FIRMA QUE APARECE AL CALCE, FORMAN PARTE INTEGRANTE DE LA SOLICITUD DEL TRÁMITE CÉDULA DE EMPADRONAMIENTO PARA EJERCER ACTIVIDADES COMERCIALES EN MERCADOS PÚBLICOS O SU REEXPEDICIÓN, DE FECHA ____ DE ____ DE ____.



QUEJAS O DENUNCIAS

QUEJATEL LOCATEL 56 58 11 11, HONESTEL 55 33 55 33.

DENUNCIA irregularidades a través del Sistema de Denuncia Ciudadana vía Internet a la dirección electrónica <http://www.anticorrupcion.df.gob.mx/index.php/sistema-de-denuncia-ciudadana>

2. Cédula de Empadronamiento Reglamentario original y copia, (en caso de actualizar su de Cédula);
3. Copia simple de identificación oficial expedida a favor del titular o promovente;
4. 3 fotografías tamaño óvalo del promovente
5. Copia simple de comprobante de domicilio del cesionario;
6. Copia simple del CURP del promovente
7. Copia simple de acta de nacimiento del promovente
8. Original de autorización sanitaria, si el giro corresponde a alimentos; y
9. Copias simples de los Comprobantes de Pago de Derechos por el uso o aprovechamiento de locales en Mercados Públicos, correspondiente a los últimos tres años.

ANEXO V



AVISO Y/O COMUNICADO

Dando continuidad con el programa se inicia la segunda y tercera etapa correspondiente a los Trámites; Traspaso de Derechos, Traspaso de Derechos por Fallecimiento, Cambio de Giro, Reactivación de Local, así como las personas que se encuentren irregulares de la Alcaldía en Cuauhtémoc, con la finalidad de dar certeza jurídica a los locatarios de los 39 Mercados Públicos de esta demarcación, se les informa que se llevará a cabo la expedición y/o cambio por actualización de la Cédula de Empadronamiento con apego a los artículos 53, Transitorios Trigésimo y Trigésimo Primero de la Constitución Política de la Ciudad de México; artículos 75, 76 fracción II, 86, 88, 89, 92, 94, y 98 de la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público; artículo Vigésimo Primero, Vigésimo Segundo, Vigésimo Trigésimo y Vigésimo Cuarto de los Lineamientos para la operación y funcionamiento de los Mercados Públicos del Distrito Federal; artículo 32 fracción IV, 71 fracción I y artículo 75 de La Ley Orgánica de la Alcaldía de la Ciudad de México.

El procedimiento para realizar la Regularización del Empadronamiento de los Comerciantes de los 39 Mercados Públicos esta Alcaldía, se desarrollará de acuerdo al siguiente calendario:

ETAPA 2 Y 3
<ul style="list-style-type: none">• Traspaso de Derechos• Traspaso de Derechos por Fallecimiento• Cambio de Giro• Reactivación de Local• Personas que se encuentren irregulares
Duración: del 21 de enero al 22 de febrero y del 25 de febrero al 15 de marzo del año en curso.
Procedimiento: Se recibirá la documentación en las oficinas de la Jefatura de Unidad Departamental de Mercados, ubicada en el primer piso de la Alcaldía Cuauhtémoc ubicada en Aldama y Mina s/n, Col. Buenavista, C.P. 06350 en un horario de 10:00 a 15:00 y de 17:00 a 19:00 hrs.

Los documentos que presentaran serán los solicitados por la Ventanilla Única, así como los requiere en los formatos TCUH_ATD_1, TCUH_CND_1, TCUH_ACG_1.

1. Cedula de Empadronamiento Reglamentario (original).
2. 4 fotografías tamaño óvalo blanco y negro.
3. Acta de Nacimiento del cesionario y del cedente de reciente expedición (original y copia).
4. Clave única de Registro de Población (CURP) actualizado (copia).
5. INE o IFE del cedente y del cesionario (original y copia).
6. Comprobante de domicilio actualizado (no mayor a tres meses de antigüedad en original y copia).
7. Últimos 5 comprobantes de pago de derechos por el uso y utilización de Locales de Mercados Públicos (original y copia).
8. Autorización sanitaria expedida por la Secretaría de Salud, en su caso (original y copia).
9. Acta de defunción (original y copia). Solo en trámite de T.D.X.F
10. Documentos con los que se compruebe los derechos de traspaso: acta de nacimiento de los hijos, acta de matrimonio, etc. (original y copia). Solo en T.D.X.F

NOTA: La documentación será cotejada con cada expediente, así mismo se mandaran hacer supervisiones.

