

**PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA A LAS PERSONAS TITULARES DE LA SECRETARÍA DE TURISMO Y DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO, AMBOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO, A GENERAR ACCIONES EN CONJUNTO PARA PROMOVER LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA EN EL SISTEMA DE ABASTO TRADICIONAL.**

**DIP. HÉCTOR DÍAZ POLANCO  
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA  
DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO  
II LEGISLATURA  
P R E S E N T E**

Diputada Esther Silvia Sánchez Barrios, miembro del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional de la II Legislatura de este H. Congreso de la Ciudad de México, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 29 apartado D incisos g y r de la Constitución Política de la Ciudad de México; 13 fracción IX, 21 y 62 de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 5 fracción I, 99 fracción II y 100 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a consideración de esta Soberanía, **PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE EL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO EXHORTA A LOS TITULARES DE LA SECRETARÍA DE TURISMO Y DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO, AMBOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO, A GENERAR ACCIONES EN CONJUNTO PARA PROMOVER LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA EN EL SISTEMA DE ABASTO TRADICIONAL.**

#### **ANTECEDENTES.**

1. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Constitución Política de la Ciudad de México reconocen a los Mercados Públicos como

centros de abasto y distribución de alimento que deben privilegiarse por sus características de tradición, cultura y fomento económico de primera mano para las familias.

2. Los Mercados Públicos en México, tienen una tradición de más de quinientos años, la cultura Olmeca fue la primera representante del comercio antiguo que ejercía dichas actividades a través del trueque<sup>1</sup>.
3. Los Mercados, fueron un símbolo del nacionalismo mexicano en la primera mitad del siglo XX, prueba de ello son los murales pintados en el Mercado Presidente Abelardo L. Rodríguez por discípulos de Diego Rivera.
4. Para la década de 1970, los Mercados Públicos de la Ciudad de México abastecían de alimento al 80 por ciento de su población<sup>2</sup>.
5. Actualmente, se estima que los 329 Mercados Públicos de la Ciudad de México solo abastecen de alimento al 40 por ciento de la población de la Capital.
6. La Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México, en los meses de septiembre y octubre del 2021, implementó la herramienta tecnológica ECUBI con el fin de eficientar y modernizar los negocios en mercados de Iztapalapa y Milpa Alta.<sup>3</sup>

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El impacto de la pandemia generada por el COVID-19 ha tenido en la economía de los capitalinos ha causado grandes estragos, sobre todo en aquellos grupos vulnerables como lo son los comerciantes que forman parte de los Mercados Públicos de la Ciudad de México. Aunque las autoridades locales dispusieron diversos apoyos para que los trabajadores no asalariados de nuestra capital

<sup>1</sup> <http://pri.org.mx/descargas/2016/01/mercadosDF.pdf>

<sup>2</sup> Ídem.

<sup>3</sup> <https://www.sedeco.cdmx.gob.mx/servicios/servicio/reactivacion-economica-demercados>

sobrellevaran las restricciones de sanidad, estos fueron insuficientes y en algunos casos, nulos.

Para todas las autoridades de la Ciudad de México, la reactivación económica debe ser una prioridad pues de ella depende el desarrollo social e incluso el mantenimiento del Estado; el tránsito hacia la reactivación económica debe darse a través de los medios de abasto y distribución tradicionales, debemos fortalecer la cadena de abasto y comercio desde los eslabones más pequeños, dando oportunidad a que los sectores que dependen de la autogestión se reactiven.

Así mismo, resulta imperioso y urgente rescatar el valor de los Mercados Públicos como un bien patrimonial intangible de la Ciudad de México, resaltar su historia y aportación al desarrollo social de las comunidades en las que se encuentran instalados, es por ello que la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Desarrollo Económico, ambas de la Ciudad de México, deben realizar acciones que permitan publicitar los servicios que ofrecen estos centros de abasto, resaltando su valor cultural, con el objetivo de fortalecer la reactivación económica a través del sistema de abasto tradicional.

## CONSIDERANDOS

**PRIMERO.** Los locatarios de los Mercados Públicos de la Ciudad de México tienen garantizados sus derechos como personas trabajadoras no asalariadas, por la Constitución Política Local, entre ellos tienen derecho a contar con condiciones que les otorguen certeza y seguridad jurídica para el desempeño de sus actividades comerciales. Las autoridades de la Ciudad de México tienen la obligación

constitucional de preservar y potencializar un espacio digno para que locatarios de Mercados Públicos presten el servicio de abasto a los habitantes de la Capital.

**SEGUNDO.** El numeral 11 del apartado B del artículo 17 de la Constitución Política de la Ciudad de México menciona que el Gobierno de la Ciudad de México y sus alcaldías promoverán y fomentarán la economía social y la distribución de alimentos básicos a través de los sistemas de abasto tradicionales como son los mercados públicos, razón por la cual se solicita a la Secretaría de Desarrollo Económico y Secretaría de Turismo, ambas de la Ciudad de México, a realizar acciones en conjunto para promocionar los servicios que ofrecen los Mercados Públicos, resaltando su valor histórico y cultural.

**TERCERO.** El artículo 18 apartado A numeral 4 de la Constitución Política de la Ciudad de México reconoce el valor patrimonial de los Mercados Públicos y la obligación de las autoridades de la Ciudad de México para preservarlos, debiendo armonizar la protección del patrimonio con los requerimientos del desarrollo económico y social y se preservarán los mercados públicos en su carácter de patrimonio cultural e histórico.

Por lo anteriormente expuesto, someto a consideración de este H. Congreso de la Ciudad de México la siguiente proposición con Punto de Acuerdo, de conformidad con lo establecido en el artículo 5 fracción II y 100 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, al tenor del siguiente:

### PUNTO DE ACUERDO

**UNICO.** El Congreso de la Ciudad de México exhorta respetuosamente a las personas titulares de la Secretaría de Turismo y de la Secretaría de Desarrollo

Económico, ambas de la Ciudad de México, a generar acciones en conjunto para promover a los Mercados Públicos de la Ciudad de México como puntos turísticos que visitar en la Capital, y que a su vez sirvan como promotoras de la reactivación económica a través del sistema de abasto tradicional.

Dado en el Recinto Legislativo de Donceles, a los 7 días del mes de abril del año 2022.

Signa la presente proposición con punto de acuerdo

*E. Silvia Sánchez Barrios*

**Dip. Esther Silvia Sánchez Barrios**

**Congreso de la Ciudad de México**

**II Legislatura**