

00161

7
ej.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN
DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA**

**EXPOSICIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PARA LA TESIS DE POSGRADO (MAESTRÍA)**

**Investigación: El Impacto Urbano del Comercio en
Vía Pública en el Distrito Federal**

Caso de Estudio: Las Plazas del Comercio Popular

**Postula : Juan Lau Damián
No. Cta. 7909628-7**

Tutor: Mto. en Arq. Jaime Collier's Urrutia

**Para realizar : Tesis para la Maestría en Arquitectura
Urbanismo**

.....
26 8097
octubre 1998

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

EL IMPACTO URBANO DEL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA EN EL DISTRITO FEDERAL

Las Plazas del Comercio Popular

Presentación

Introducción

I. Crecimiento poblacional de la Ciudad de México

1. Desarrollo
 2. Desequilibrios en la ciudad
 3. Una ciudad poco atractiva para los trabajadores
- Referencia

II. Aspectos económicos del comercio de la Ciudad de México

1. Crecimiento económico
 2. La urbanización y el comercio
 3. Problemática de la actividad comercial
 4. Actividad comercial delegacional
- Referencia

III. Principales canales del comercio en vía pública en el Distrito Federal

1. Impacto urbano del comercio ambulante en la ciudad
2. Planteamiento del comercio en vía pública
 - a) Definición general. b) Paralelismo y divergencia del comercio establecido.
 - c) El comercio en vía pública como forma de abasto.
3. Clasificación del comercio en vía pública
 - a) Heterogeneidad del comercio en vía pública. b) Mercados móviles; mercados sobre ruedas, tianguis, concentraciones, bazares. c) Esquemas de reordenamiento del comercio en vía pública. d) Oferentes de servicios. e) Concentraciones temporales asociadas a festividades populares. f) Ambulantes.
4. Formas de operación comercial

- a) Puestos fijos. b) Puestos semifijos. c) Vehículos rodantes. d) Vehículos automotores. e) Comerciantes en puestos sin estructura. f) Comerciantes sin puestos. g) Cuantificación del comercio ambulante. h) Marco regulatorio y atención institucional.

Referencia

IV. Realización del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular

1. Factores generales

2. Atención del programa

- a) Objetivos. b) Dimensionamiento del programa. b.1) Ambito geográfico. c) Participación de comerciantes organizados. d) Cuantificación del ambulante.

3. Instrumentos del programa

- a) Establecimiento de una bolsa inmobiliario. b) Proyectos y construcción. c) Esquema financiero. d) Atención a comerciantes. e) Adjudicaciones de espacios comerciales. f) Estímulos al programa. g) Aspectos administrativos. h) Apoyos al rescate urbano y protección comercial. i) Difusión.

Referencia

V. Conclusiones

1. Resultados del programa de las plazas comerciales populares del PMCP

- a) Plazas del Comercio popular. b) Propuesta de precios. c) Procedimiento para la determinación del valor actual de locales comerciales. d) Propuesta de normas para la calificación de viabilidad comercial y urbana en las plazas y corredores comerciales. e) Calificación de plazas y corredores comerciales.

2. Propuestas en el desarrollo de espacios comerciales populares y en la planeación urbana del Distrito Federal.

- a) Reglamentarias. b) Normativas. c) Técnicas. d) Finanzas y administración. e) Medidas de control. f) Estudios técnicos. g) Participación en la planeación urbana. h) Instrumentos de operación jurídicos. i) Puntos críticos.

Referencias Bibliográficas o Institucionales

Anexos

Presentación

La situación de la economía mundial y su relación con México en este ámbito, hace que las necesidades básicas que deba cubrir a sus habitantes, enfrente dificultades crecientes en su atención.

En el marco general de necesidades y problemas, destacan por su importancia los que se relacionan con la Ciudad de México, la cual esta vinculada con diversos procesos económicos, políticos y sociales, que con el transcurso de los años ha conformado la zona con lo que hoy conocemos. Entre esos procesos destaca, el que esta ciudad siga siendo la sede del gobierno del país, situación que ha fomentado no sólo el incremento de oficinas gubernamentales, sino también contratiempos en la consolidación de su desarrollo urbano.

En este marco, la consideración de los avances y las limitaciones a que se ha enfrentado la planeación urbana, y de los fenómenos sociopolíticos más recientes, impactan con suma importancia la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM), como son, entre otros; el agua, la contaminación, el abasto, el transporte, la vivienda, la presencia e incremento del comercio en la vía pública y el alarmante deterioro de la calidad de vida. Para ello, el desarrollo de la investigación urbana (1), será la disciplina que enfoque la realización de estudios sectoriales y estar en posibilidades de impactar en forma positiva, nuestra vida diaria urbana e incidir en forma sectorial a la economía.

Introducción

Actualmente la economía de la Ciudad de México, se basa preponderadamente en el comercio y los servicios 90.9% (2). Estas importantes actividades absorben casi las tres cuartas partes del empleo generado a nivel nacional 74.0% (3). Aun cuando el PIB proviene en 18.84 % de la industria manufacturera, el comercio, restaurantes y hoteles, tienen una importante participación del 18.87% y por su parte los servicios comerciales, sociales y personales aportan el 19.70%. En conjunto estos tres sectores representan el 57.41% del PIB generado en México.(4)

Presentación

La situación de la economía mundial y su relación con México en este ámbito, hace que las necesidades básicas que deba cubrir a sus habitantes, enfrente dificultades crecientes en su atención.

En el marco general de necesidades y problemas, destacan por su importancia los que se relacionan con la Ciudad de México, la cual esta vinculada con diversos procesos económicos, políticos y sociales, que con el transcurso de los años ha conformado la zona con lo que hoy conocemos. Entre esos procesos destaca, el que esta ciudad siga siendo la sede del gobierno del país, situación que ha fomentado no sólo el incremento de oficinas gubernamentales, sino también contratiempos en la consolidación de su desarrollo urbano.

En este marco, la consideración de los avances y las limitaciones a que se ha enfrentado la planeación urbana, y de los fenómenos sociopolíticos más recientes, impactan con suma importancia la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM), como son, entre otros; el agua, la contaminación, el abasto, el transporte, la vivienda, la presencia e incremento del comercio en la vía pública y el alarmante deterioro de la calidad de vida. Para ello, el desarrollo de la investigación urbana (1), será la disciplina que enfoque la realización de estudios sectoriales y estar en posibilidades de impactar en forma positiva, nuestra vida diaria urbana e incidir en forma sectorial a la economía.

Introducción

Actualmente la economía de la Ciudad de México, se basa preponderadamente en el comercio y los servicios 90.9% (2). Estas importantes actividades absorben casi las tres cuartas partes del empleo generado a nivel nacional 74.0% (3). Aun cuando el PIB proviene en 18.84 % de la industria manufacturera, el comercio, restaurantes y hoteles, tienen una importante participación del 18.87% y por su parte los servicios comerciales, sociales y personales aportan el 19.70%. En conjunto estos tres sectores representan el 57.41% del PIB generado en México.(4)

Cabe destacar que en las actividades de oferentes de servicios, como el transporte, almacenamiento, comunicaciones, servicios financieros, seguros y bienes inmuebles, la participación correspondiente al Distrito Federal, también es substancialmente más elevada que la del total nacional.

En la Ciudad de México, prácticamente han desaparecido actividades como la producción de cemento, el sacrificio de ganado y la petroquímica. En el transcurso de las últimas décadas, se han reubicado unidades productivas; presentándose un desplazamiento de población hacia los municipios conurbados. Se ha incrementado el desempleo, el cual durante 1993 alcanzó el 4.6% del personal ocupado en el Distrito Federal, mientras que a nivel nacional era del 3.8% (5). Aun cuando esta situación se ha presentado en el Distrito Federal a partir de 1990, el comercio y los servicios acrecentaron su participación dentro de la actividad económica, en particular el sector servicios ha demostrado tener ventajas sobre otras ciudades. No es aventurado afirmar que para mantener su realidad económica, social y su viabilidad como ciudad el Distrito Federal, debe reconformar y fortalecer su posición competitiva ante otras regiones del país enfrentando la encrucijada de dar respuestas profundas a la problemática estructural que presenta su aparato productivo (6).

El presente estudio contiene en un primer apartado, identificar el crecimiento poblacional del Distrito Federal. En un segundo, precisar el perfil del sector comercio en el D.F., y su relación con la urbanización; el tercero, conocer la presencia de los principales canales del comercio de la ciudad y que inciden en el ámbito urbano; el cuarto capítulo, explicación del Programa de Plazas Comerciales Populares desarrolladas por el Gobierno de la Ciudad en 1992, y un quinto y último apartado de conclusiones, con comentarios al Programa de Plazas, a seis años de haberse llevado a cabo, y el establecimiento de propuestas para el comercio en vía pública desde el punto de vista; técnico, normativo y reglamentario, pretendiendo obtener la ordenación y su regulación, e influir en forma positiva en el entorno urbano de la Ciudad de México.

Referencias

- 1 Bataillon, Claude. Las Regiones Geográficas en México 1993.
- 2 INEGI Censos Económicos. Distrito Federal. Imágenes Económicas 1994.
- 3 INEGI Censos Económicos. Nacional. Imágenes Económicas 1994.
- 4 INEGI Estadísticas Económicas. Producto Interno Bruto. Febrero 1998.
- 5 INEGI Tasa de Desempleo Abierto 1993. Secretaría de Desarrollo Económico 1993.
- 6 DDF. Zonas de Fomento Económico. Secretaría de Desarrollo Económico. Propuesta 1997.
Información del Sector Comercio. Reunión de Análisis, Comercio Interior, Normatividad y Protección al Consumidor. Senado de la República LVII Legislatura y Cámara de Diputados LVII Legislatura, marzo 1998.

I. Crecimiento poblacional de la Ciudad de México

1. Desarrollo

La Ciudad de México tal como hoy la conocemos, nació y se desarrolló en uno de los sitios más benignos y pródigos de que tengamos conocimiento. Rodeado de altas montañas que lo protegen de los vientos y lo abastecían de agua a través de cientos de arroyos y riachuelos, a la llegada de los españoles la ciudad tenía 13 Km² y dentro de su superficie principal, cerca de 60,000 habitantes (1), hace 500 años tenía docenas de lagos intercomunicados por una red de canales, que además de proporcionar el agua para el consumo de sus pobladores, facilitaban el transporte de alimentos y aseguraban a sus habitantes un clima templado y confortable durante el año.

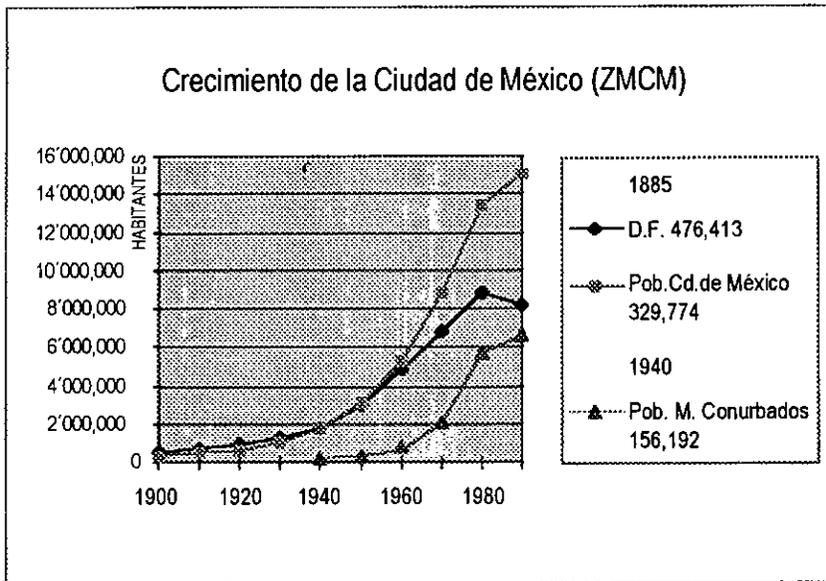
Aquellas condiciones hicieron de la ciudad y sus alrededores, uno de los sitios más prósperos, a su vez, los canales a través de sus diques constituían la defensa de la ciudad (2). Al comenzar el siglo XX, la población se duplicó hasta alcanzar el medio millón de habitantes (3), la sociedad se diversificó, creció la administración pública y privada, aumentó la burocracia junto con las nuevas profesiones llamadas “libres”, y marco la aparición de los sectores medios urbanos.(4)

Año	D.F.	P. Ciudad de México	P. M. Conurb
1885	476,413	329,774	
1900	541,516	344,721	
1910	720,753	471,066	
1920	906,063	615,367	
1930	1'229,576	1'029,068	
1940	1'757,530	1'802,679	156,192
1950	3'050,442	3'137,599	265,019
1960	4'870,876	5'251,755	572,758
1970	6'874,165	8'799,937	2'087,817
1980	8'831,079	13'354,271	5'684,730
1990	8'235,744	15'047,685	6'678,996

Fuente: INEGI. XI Censo General de Población y Vivienda 1990.

Con el crecimiento acelerado de la población del Distrito Federal y de la Ciudad de México a lo largo de las décadas sucesivas del siglo XX, es factible distinguir tres etapas en este proceso de desarrollo.

En la primera etapa (1900-1940), la ciudad estaba circunscrita al Distrito Federal, con un crecimiento acelerado, a partir de tres componentes: El crecimiento natural a causa de nuevos nacimientos, las anexiones de municipios, en la medida que la mancha urbana crecía y unía a los poblados circunvecinos del D.F., y como tercer componente, a la migración proveniente del interior del país.



Fuente: INEGI., XI Censo General de Población y Vivienda, Gráfica 1990.

En la 2ª. Etapa (1940-1980) en la que la ciudad se desborda fuera de los límites del Distrito Federal, anexando progresivamente algunos municipios del Estado de México, el crecimiento alcanza sus niveles más altos, principalmente a la migración de

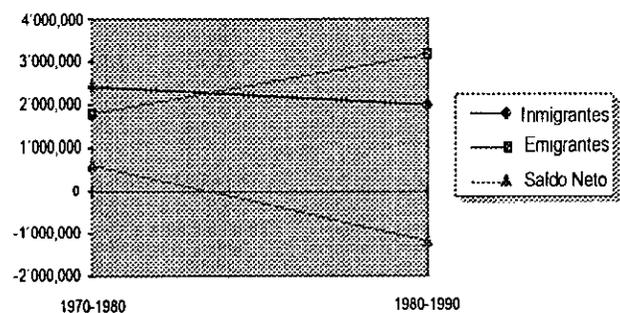
población de escasos recursos provenientes de las zonas rurales de Oaxaca, Tlaxcala, Michoacán, Guanajuato y Zacatecas principalmente, que llegan a la

Migración Interna Según Lugar de Nacimiento 1970-1990				
D.F.	Año	Inmigrantes	Emigrantes	Saldo Neto
Residentes				
8 589 309	1970-1980	2 423 426	1 782 117	641 309
8 132 733	1980-1990	1 988 841	3 148 776	-1 159 935

Fuente: INEGI XI Censo General de Población y Vivienda 1990.

ciudad en busca de empleo y mejores condiciones de vida. Este crecimiento constituyo en la década de los setentas, los cinturones con población en estado crítico; falta de servicios, irregularidad jurídica, falta de equipamiento, carencia de infraestructura del abasto y de una red de transportes.

Por otra parte, una vez consolidados en el poder los grupos políticos surgidos de la revolución mexicana, a partir de 1940 se reinicia la industrialización en torno a la ciudad más desarrollada de la época: la Ciudad de México.



Fuente: INEGI. Balanza Migratoria 1970, 1980 y 1990.

Aceptando que el crecimiento industrial implica desarrollo comercial, de servicios, de transporte y de otras actividades, se puede conjeturar que la

concentración industrial en la Ciudad de México condujo a una mayor participación en su producción total.

Sin embargo, considerando que a partir de 1960 la mancha urbana de la ciudad rebasó los límites del Distrito Federal, esta entidad perdió importancia económica, reduciendo su participación en el PIB de 45.2% en 1950 a 35.19% en 1980.

La migración a la ciudad, (estimada en más de 100,000 habitantes por año) en esa segunda etapa no es inexplicable ni fortuita, sino consecuencia de la aplicación de un modelo de desarrollo que imprimía un crecimiento industrial acelerado de la ciudad, acompañado, de gigantescas obras de ingeniería en el terreno del transporte, la

dotación de agua, las redes de drenaje y la modernización misma de la capital. Los gobiernos de la época invertían enormes recursos en la solución de problemas, con un efecto directo en la inducción de nuevas migraciones al interior, hasta llegar a la saturación y el agotamiento parcial del modelo, al final de la década de los setentas.

En las dos últimas décadas de esa segunda etapa (1960-1980), el crecimiento del Distrito Federal era ya superado en forma significativa por el que se daba en los municipios conurbados del Estado de México, en virtud de las restricciones establecidas por el Gobierno del D.F., y los altos costos de la

Estimación del PIB Millones de Pesos Precios 1960			Participación DF en la Generación PIB del País	
Año	PIB	Crecimiento %	Año	Participo %
1950	37 618.9		1950	45.2
1951	39 784.6	5.76	1951	44.3
1952	40 586.7	2.02	1952	43.5
1953	40 445.4	(0.035)	1953	43.2
1954	42 206.3	4.35	1954	41.0
1955	47 404.2	12.32	1955	42.4
1956	52 689.1	11.53	1956	44.2
1957	54 935.7	4.26	1957	42.8
1958	57 456.9	4.59	1958	42.5
1959	59 787.9	4.06	1959	42.9
1960	63 991.9	7.03	1960	42.5
1961	66 931.8	4.59	1961	42.4
1962	68 476.7	2.31	1962	41.4
1963	75 289.4	9.95	1963	42.2
1964	83 727.4	11.21	1964	42.0
1965	87 868.6	4.95	1965	41.4
1966	91 780.8	4.45	1966	40.4
1967	97 222.0	5.93	1967	40.3
1968	104 391.7	7.37	1968	40.0
1969	108 857.2	4.28	1969	39.2
1970	115 334.1	5.95	1970	38.9
1971	119 816.7	3.89	1971	39.1
1972	120 178.7	0.003	1972	36.5
1973	126 863.3	5.56	1973	35.8
1974	129 844.0	2.35	1974	34.6
1975	132 895.7	2.35	1975	34.0
1976	137 773.7	3.67	1976	34.6
1977	140 000.5	1.62	1977	34.0
1978	148 478.5	6.05	1978	33.6
1979	164 100.0	10.52	1979	34.41
1980	180 251.0	9.84	1980	35.19

Fuente: Luis Miguel Álvarez, "Desagregación Espacial del PIB Nacional por Entidad Federativa, aplicación para México. ITAM 1981.

tierra, dándose incluso el fenómeno de la población que salía del D.F., para radicar en esos municipios.

Las políticas de control y reordenamiento urbano al interior de la capital, se vieron reflejadas en casi todo el decenio de los setentas, con el establecimiento de un marco jurídico de control y reordenación territorial de la vida urbana en la metrópoli, con las reformas a la Ley Orgánica del Departamento del Distrito Federal, se descentralizó el poder de esta dependencia, creándose las 16 Delegaciones Políticas y la Dirección General de Planificación, con facultades para normar y regular, a través de las licencias de fraccionamientos y construcciones, en cumplimiento del Plan de Desarrollo Territorial. Asimismo, en 1976 se elaboró la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal, y el primer Plan de Desarrollo Urbano.

Sin embargo, los municipios conurbados del Estado de México, no complementaron de inmediato todas estas medidas del plan, lo cual provocó una gran especulación por parte de las agencias inmobiliarias que, con intereses particulares y con participación de autoridades municipales y ejidales, transfirieron suelo rural hacia las actividades industriales y habitacionales de la vida urbana de la metrópoli; estas áreas no estaban sujetas a tanto control y presentaban la ventaja de su mayor cercanía geográfica al mercado más grande del país. Por otra parte, grupos sociales marginales y líderes políticos aprovecharon la misma coyuntura para ocupar ilegalmente algunas zonas dentro del Distrito Federal y en la periferia de la ZMCM para fines habitacionales y hasta industriales. Con todo ello se produjo una mayor expansión territorial de la Ciudad de México hacia el norte; Tlalnepantla, Ecatepec, Coacalco, el poniente; Atizapán, Naucalpan, La Sierra de la Cruces, y el oriente; Iztapalapa y Nezahualcóyotl.⁽⁵⁾

La tercera etapa de crecimiento de la ciudad se inició alrededor de 1980, a partir de la crisis del petróleo. El desplome de los precios del petróleo a mediados de ese año, dejó a México sin posibilidades de pagar en el corto plazo una enorme deuda, contraída supuestamente para incrementar nuestra capacidad de producción petrolera; a consecuencia de esa situación, el modelo de crecimiento económico del gobierno fue substituido por otro radicalmente distinto y con importantes consecuencias negativas para la ciudad.

En este nuevo modelo, buscaba reducir el gasto gubernamental para estar en condiciones de pagar deudas, y al mismo tiempo eficientar la planta productiva, para hacerla más competitiva. La apertura del mercado mexicano a productos extranjeros, un 28% de los cuales radicaba en la Ciudad de México. Igualmente los recortes de personal, realizados para disminuir el gasto público, que sumaron unas 400 mil plazas, tuvieron un grave impacto en la ciudad, en donde laboraba cerca del 70% del personal del gobierno federal. Para 1987 la ciudad tenía una tasa de desempleo del 4.4%, 1995 alcanzó el 7.3% y 1996 el 6.9%.⁽⁶⁾

En México la migración ha sido, hasta ahora, el considerable movimiento de población de sectores rurales hacia sectores urbanos. Se supone que hay una sobrepoblación rural que al ser expulsada de su hábitat se dirige hacia las ciudades.

La sobrepoblación rural es resultado del movimiento natural de la población (exceso relativamente alto de nacimientos sobre defunciones) y de un no desarrollo económico concomitante. El no desarrollo económico en estas áreas rurales es una manifestación del subdesarrollo, considerado este como una manifestación del capitalismo dependiente.⁽⁷⁾

Fue así como las corrientes migratorias hacia la ciudad en las décadas anteriores se revirtieron durante los ochentas, dejando al final una ciudad con graves carencias y desequilibrios de todo tipo; no es que la gente ya no viniera a la ciudad, sino eran más los que la abandonaban, que los que llegaban (Véase punto 3).

Durante esta etapa el cambio de residencia del Distrito Federal, a los municipios conurbados se ha acentuado, por lo que la entidad pasó a ser la de menor crecimiento de todo el país con menos del 1% del país.⁽⁸⁾

2. La conformación de desequilibrios en la Ciudad de México

En términos generales, el desarrollo de las ciudades a lo largo de la historia, ha conllevado la formación de graves desequilibrios sociales y del medio ambiente que han terminado limitando, e incluso revirtiendo, esos mismos procesos de desarrollo.

En el caso de la Ciudad de México, los desequilibrios han sido múltiples y graves en muchos casos, algunos de ellos como resultado directo de acciones deliberadas, otros a políticas y planes instrumentados en las tres etapas mencionadas y, algunos más, durante los cambios del modelo gubernamental populista (1959-1980) y por el modelo neoliberal actual.

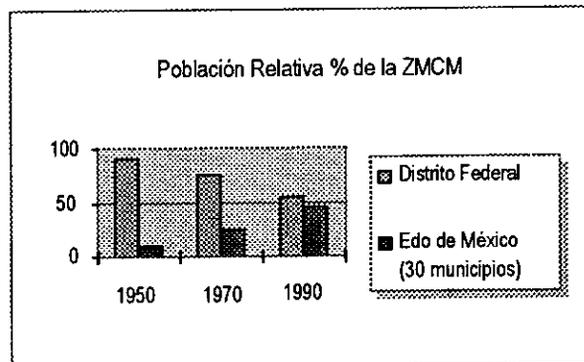
La magnitud de uno de estos desequilibrios, se observa, por ejemplo, en la relación con los crecimientos del D.F., y de los municipios conurbados (diferenciados en virtud de fenómenos de especulación en los precios de la tierra y de regulaciones diferentes). Otros desequilibrios más podrían ser identificados, cuando se compara la estructura de salarios del Distrito Federal con la de los municipios conurbados, o cuando se compara el nivel educativo medio, en los diferentes municipios conurbados y Delegaciones del Distrito Federal.

Zona Metropolitana de la Ciudad de México					
Población Relativa y Tasa de Crecimiento Medio Anual					
1950, 1970 y 1990. Tabla 1					
Estado, Municipio o Delegación	Población relativa %			Tasa media de crecimiento anual (1)	
	1950	1970	1990	1950-70	1970-90
ZMCM	100.0	100.0	100.0	5.06	2.60
Distrito Federal	90.7	76.1	54.6	4.15	0.91
Ávaro O	2.8	5.1	4.3	8.27	1.72
Azcapotzalco	5.6	5.9	3.1	5.37	-0.59
Benito Juárez	10.6	6.7	2.7	2.68	-1.96
Coyoacán	2.1	3.8	4.2	8.21	3.22
Cuajimalpa	0.3	0.4	0.8	6.82	6.16
Cuauhtémoc	31.3	10.3	3.9	-0.64	-2.19
G.A. Madero	6.1	13.1	8.4	9.18	0.33
Iztacalco	1.0	5.3	3.0	14.13	-0.31
Iztapalapa	2.3	5.8	9.9	10.07	5.39
Magd. Cont.	0.7	0.8	1.3	6.37	4.86
Miguel Hidalgo	13.5	7.2	2.7	1.79	-2.30
Milpa Alta	0.5	0.4	0.4	3.12	3.23
Tláhuac	0.6	0.7	1.4	5.99	6.17
Tlalpan	1.0	1.4	3.2	7.16	6.77
V. Carranza	11.0	8.0	3.4	3.41	-1.63
Xochimilco	1.4	1.3	1.8	4.63	4.31

Fuente: Adolfo Sánchez Almanza. Crecimiento y Distribución Territorial de la Población en la ZMCM.

Véase: La Ciudad de México en cifras. Pórtico Ciudad 1993.

Uno puede pensar que estos desequilibrios son sólo las consecuencias naturales del crecimiento, ya que el Distrito Federal al ser una zona poblada con

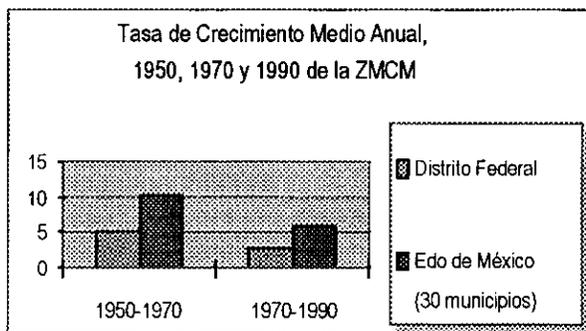


anterioridad y en territorios semisaturados, debería presentar características diferenciadas de crecimiento, educación e incluso ingreso, respecto a los municipios "no saturados" y en proceso de transformación del Estado de México, sin embargo existen desequilibrios que no pueden ser explicados así, sino como

consecuencia de políticas deliberadas o de fenómenos socioeconómicos controlados.

En forma paralela, nos encontramos con un indicador socioeconómico definido mediante la división del ingreso medio mensual de la población remunerada del Distrito Federal, a precios de 1997, dividido entre el número medio de años de educación que posee esa población, índice que adquiere sus valores más bajos y con un patrón constante en el oriente del D.F.

A primera vista parecería inexplicable, por ejemplo, que a igual educación, los adultos de Chalco perciban el doble del ingreso que sus vecinos de Iztapalapa, Tláhuac o Iztacalco.



Fuente: Adolfo Sánchez Almanza. Crecimiento y Distribución Territorial de la Población en la ZMCM.

Zona Metropolitana de la Ciudad de México					
Población Relativa y Tasa de Crecimiento Medio Anual					
1950, 1970 y 1990. Tabla 2					
Estado, Mpio. o Delegación	Población relativa %			Tasa media de crecimiento anual (1)	
	1950	1970	1990	1950-70	1970-90
<i>Edo. de México (30 Municipios)</i>	9.3	23.9	45.4	10.14	5.94
Acolman	0.3	0.2	0.3	4.08	3.69
Atenco *	0.2	0.1	0.1	3.41	3.52
Atizapán de Zarg.	0.1	0.5	2.1	11.72	10.31
Coacalco	0.1	0.1	1.0	9.09	13.00
Cuautitlán	0.4	0.5	0.3	5.68	0.86
Chalco	0.7	0.5	1.9	3.20	10.08
Chiautla	0.1	0.1	0.1	3.20	3.61
Chicoloapan	0.1	0.1	0.4	5.11	9.85
Chiconcuac	0.1	0.1	0.1	3.15	2.65
Chimalhuacán	0.4	0.2	1.6	2.16	13.30
Ecatepec	0.5	2.4	8.1	14.19	9.02
Huixquilucan	0.4	0.4	0.9	4.66	7.09
Ixtapalapa	0.3	0.4	0.9	6.32	6.82
Jaltenco *	0.1	0.1	0.2	2.73	8.17
Melchor Opo. *	0.1	0.1	0.2	4.02	4.51
Naucalpan	0.9	4.2	5.2	13.59	3.67
Nezahualcóyotl	0.0	6.4	8.3		3.94
Nextlalpan *	0.1	0.0	0.1	2.60	4.66
Nicolás Romero	0.7	0.5	1.2	3.62	7.01
Paz, La	0.1	0.4	0.9	10.74	7.41
Tecamac	0.3	0.2	0.8	4.24	9.28
Teoloyucan *	0.2	0.2	0.3	3.73	5.11
Tepotztlán	0.3	0.2	0.3	3.65	3.01
Texcoco	1.0	0.7	0.9	3.61	3.87
Tezoyuca	0.1	0.1	0.1	3.22	4.90
Tlalnepantla	0.9	4.1	4.7	13.53	3.30
Tultepec *	0.2	0.1	0.3	3.73	7.34
Tultitlán	0.3	0.6	1.6	9.06	8.06
Zumpango *	0.5	0.4	0.5	3.69	3.47
Cuautitlán Izcalli			2.2		

Fuente: Adolfo Sánchez Almanza. Crecimiento y Distribución Territorial de la Población en la ZMCM.

(1) Calculada con periodos de 20 años exactas.

(*) Municipio próximo a la mancha urbana en transición a su integración física.

La explicación, sin embargo, es sencilla y proviene de la actividad económica informal, que no plantea requerimientos educativos y provee ingresos superiores a los que pagan las empresas registradas en la economía formal, mientras que los trabajadores del D.F., en el sector formal en comercio

y servicios, constituyen alrededor del 79.7% del total, ese porcentaje se reduce del 35% al 40% en los municipios conurbados.(9)

Vistas así las cosas, el comercio informal, conceptualizado para las zonas urbanas como una alternativa a la falta de empleos, parece ser más bien una respuesta pragmática de los trabajadores, a los bajos salarios de la industria formal; por ello la reducción del comercio informal a los niveles de hace 15 o 20 años, sólo será posible con incrementos salariales substanciales, que den a los trabajadores asalariados capacidades de compra equiparables también a las de hace 20 años.

3. Una ciudad poco atractiva para los trabajadores

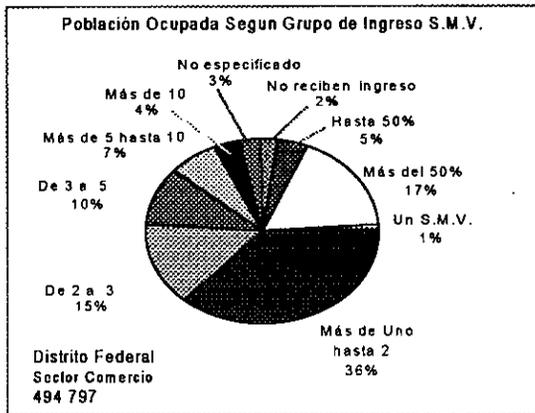
El número medio de años de educación que posee la población adulta en las diferentes entidades del país, de acuerdo con los censos de 1990 presenta un promedio nacional de un poco más de 6 años, resaltando el hecho de que la población adulta del D.F., tenía en promedio, dos años más de educación que la de cualquier otra entidad de la república.

Población Ocupada		
Concepto	Población Ocupada	%
Distrito Federal	2 884 807	100
◊ Comercio	494 797	17.2
◊ Industria Manufacturera	613 685	21.3
◊ Otras Ramas	2 390 010	61.5

Fuente: INEGI. XI Censo de Población 1990.

Si analizamos ahora el ingreso promedio, de la población remunerada de cada una de las entidades, resulta que la de el D.F., ocupa el séptimo lugar, generando un enorme desequilibrio social entre la educación y el ingreso, que sólo podrá resolverse de dos maneras: o bien se incrementan los ingresos de los trabajadores mediante actos de política deliberada, o si esto no sucede, estaremos viendo una reducción del nivel educativo y cultural de sus habitantes, no importando que tantas escuelas más se construyan.

Adicionalmente la migración de los jóvenes ilegales a otras entidades o a Estados Unidos, en un análisis refiere que se engloba la cuarta parte de los trabajadores ilegales que cruzan continuamente la frontera, tomando como base la migración de 20 municipios de nacimiento y 20 de residencia.



Fuente: INEGI. XI Censo de Población 1990.

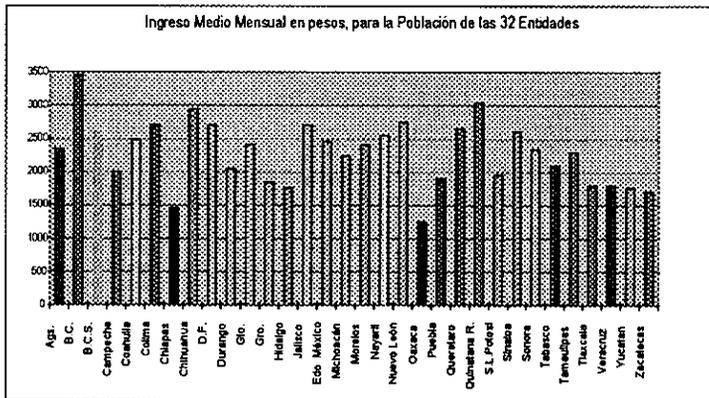
edad y en términos laborales menos aptos y con menor preparación.(10)

Los bajos salarios del Distrito Federal, respecto a otros estados, resultan así mismo sorprendentes a la información que nos dan los censos económicos de 1994, y que indican claramente que los trabajadores del D.F., son quienes alcanzan los mayores niveles de productividad, reflejándose en el ingreso medio mensual en el país.

Como resultado arrojo que el Distrito Federal, ocupa el 7°. lugar, en nacimiento y 3ro. para el de residencia, con jóvenes de 18 a 28 años, de ellos 92.8% hombres y el 52.2% solteros en busca de mejores oportunidades de empleo como esta sucediendo, mientras que la ciudad seguirá atrayendo y reteniendo a los habitantes de mayor

Población Ocupada por Delegación		
Delegación	P. Ocupada	%
Distrito Federal	2 884 807	100
Azcapotzalco	165 830	5.74
Coyoacán	230 840	8.00
Cuajimalpa	39 138	1.35
G.A. Madero	428 174	14.34
Iztacalco	158 420	5.39
Iztapalapa	485 558	16.54
Magdalena Contreras	66 789	2.31
Milpa Alta	19 106	0.66
Álvaro Obregón	227 381	7.48
Tláhuac	61 253	2.12
Tlalpan	165 686	5.79
Xochimilco	88 830	3.37
Benito Juárez	168 898	5.85
Cuauhtémoc	233 676	8.10
M. Hidalgo	159 633	5.53
V. Carranza	185 595	6.43

Fuente: INEGI. XI Censo de Población 1990.

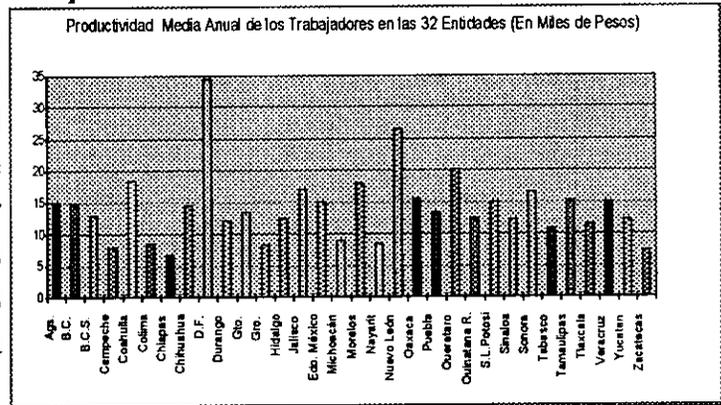


Fuente: INEGI. Censos Económicos 1994.

Los estados circunvecinos del Distrito Federal, como es los casos del Estado de México, Tlaxcala, Puebla, Querétaro, se encuentran por abajo del D.F.

Por otra parte, el comportamiento de mayor y menor ingreso, se refleja en estados con ubicación geográfica opuestos; el mayor en el Estado de Baja California y el menor en el Estado de Oaxaca..

Este mayor nivel de productividad no se debe a que los trabajadores del D.F., sean mejores, más trabajadores, o estén mejor preparados, sino a los altos niveles de inversión por trabajador que se alcanzan en el D.F., como ninguna otra entidad, es un lugar de empresas ricas y trabajadores pobres; la inequidad en el ingreso resulta mayor a la que se da en el campo, pero similar a las de otras ciudades integradas a los nuevos modelos globales, se observa en la productividad por estado en el país.



Fuente: INEGI. Censos Económicos 1994.

Por otra parte, por lo que respecta al concepto de Marginación en el comercio popular. Estableciendo que marginación es para “caracterizar aquellos grupos que han quedado al margen de los beneficios del desarrollo nacional y de los beneficios de esa riqueza ni mucho menos de las condiciones que la hacen posible.”(11)

La satisfacción de necesidades esenciales no es un resultado de la operación de las sociedades de mercado, ni siquiera en los países en los que, como en México, el Estado tiene una importante participación en la vida económica y social. Esto es así porque lo que interesa a los productores privados es la obtención de ganancias, independientemente de la utilidad de los bienes producidos. El que se trate de bienes básicos o suntuarios es insustancial mientras permitan una adecuada tasa de ganancia y, por tanto, de acumulación de capital. Por ello, junto con el desempeño económico nacional medido con base en la tasa de crecimiento del producto interno bruto (PIB) -el valor total generado en la economía-, debe de analizarse ese desempeño con base en la satisfacción de las necesidades esenciales de la población, lo que reflejaría además, la utilidad social global del esfuerzo productivo de la sociedad.

La insatisfacción de las necesidades esenciales en México es menos un resultado del bajo nivel de productividad que de la concentración de la riqueza social prevaleciente. El producto social global, adecuadamente distribuido, permitiría la satisfacción de las necesidades esenciales de toda la población y

un ritmo adecuado de crecimiento del aparato productivo, con la presencia del consumo suntuario de las clases altas. El aparato productivo resulta insuficiente para atenderlo y simultáneamente satisfacer las necesidades esenciales de los distintos grupos sociales, depende de su inserción en el sistema económico, de su organización y de su fuerza política.

Así, encontramos que la insatisfacción de las necesidades esenciales se localiza principalmente entre los grupos sociales siguientes:(12)

a) Aquellos que están desposeídos de medios de producción, poseen únicamente su capacidad de trabajo no calificada y no han logrado encontrar trabajo permanente en las ramas más productivas de la economía, y estar en

posibilidades de integrarse a los beneficios que otorga el sindicalismo organizado; esto es, los Trabajadores No Organizados. Este grupo se puede clasificar en subcategorías.

Trabajadores No Organizados, sin medios de producción	
<input type="checkbox"/>	Trabajan fuera de las empresas de mayor productividad,
<input type="checkbox"/>	Se encuentran desempleados o subempleados,
<input type="checkbox"/>	Fuerza de trabajo; con bajo grado de calificación como son:
o	Jornaleros agropecuarios permanentes o eventuales,
o	Asalariados eventuales urbanos, en la industria de la construcción,
o	Asalariados permanentes de actividades económicas urbanas de baja productividad; parte del comercio, industria tradicional, algunos servicios,
o	Asalariados no organizados urbanos del autotransporte urbano y suburbano, y
o	Desempleados permanentes o temporales.

Fuente: COPLAMAR. Geografía de la Marginación 1982.

Con medios de producción, individual o colectiva	
o	Campeños de zonas de temporal que trabajan con técnicas tradicionales,
o	Población indígena en zonas de refugio,
o	Artesanos depauperados por la competencia industrial y los oficiales aprendices que les auxilian,
o	Parte de los pequeños comerciantes,
o	Prestadores de servicios de baja productividad que requieren algunos medios de producción.
o	Los vendedores ambulantes, lavadores y cuidadores de automóviles, etc., deben considerarse como parte de la población subocupada.

Fuente: COPLAMAR. Geografía de la Marginación 1982.

b) Por otra parte, están aquellos que poseen medios de producción, en forma individual o colectiva, de mala calidad o de carácter tradicional.

Como se puede apreciar, los marginados de los beneficios del desarrollo son principalmente los desempleados y subempleados, parte de la población asalariada ocupada y, por último, una parte de la población que labora por su cuenta en niveles familiar o comunal, esto es, en formas de producción precapitalistas. De aquí se desprende que no es posible afirmar que toda la población marginada sea población tradicional que mantenga relaciones precapitalistas de producción. La transformación de los productores en

trabajadores asalariados no es ninguna garantía de mejoramiento en sus condiciones de vida.

El problema de la marginación no es necesariamente un resultado del insuficiente desarrollo horizontal -geográfico y por ramas de actividad- de la sociedad de mercado. Esta genera sus propias formas de marginación al tiempo que establece nuevas relaciones de desigualdad con aquellos grupos marginados que no se ubican directamente en las relaciones de trabajo asalariado. Sin olvidarnos que el Estado ha reconocido estos hechos.

Dentro de la ponderación de indicadores de marginación a estatal intervienen 19 variables; bajos ingresos de la PEA, subempleo, población rural, ocupación agrícola, incomunicación rural, subconsumo de leche, subconsumo de carne, subconsumo

Índices de Marginación de la Entidades Agrup. por Estratos				
Muy Alto	Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo
Oaxaca	Tlaxcala	Durango	Chihuahua	D.F.
Chiapas	Zacatecas	Edo.Méx.	B.C. Sur	
Guerrero	San L. Potosi	Sinaloa	Tamaulipas	
Hidalgo	Quintana Roo	Morelos	Coahuila	
Tabasco	Yucatán	Colima	Sonora	
Querétaro	Michoacán	Aguasc.	Nvo. León	
Puebla	Guanajuato	Jalisco	B. Calif.	
	Veracruz			
	Nayarit			
	Campeche			

Fuente: COPLAMAR. Geografía de la Marginación 1982.

de huevo, analfabetismo, población sin primaria, mortalidad general, mortalidad preescolar, habitantes por médico, viviendas sin agua entubada, hacinamiento, viviendas sin electricidad, viviendas sin drenaje, no disponibilidad de radio ni televisión y población que no usa calzado.(43)

Referencias Capitulo I

- 1 *Departamento del Distrito Federal., y el Colegio de México.* Atlas de la Ciudad, Fascículo No.1, 1988.
- 2 *Jean Tricart. Instituto de Geografía UNAM. Pro-Lagos.* Los Lagos del Eje Neovolcánico de México 1985.
- 3 *Véase: INEGI. XI Censo de Población 1990.* Población del Distrito Federal 1895-1990 y Población de la Ciudad de México D.F., 1790-1990. pag. 17 y 31.
- 4 *Véase: Departamento del Distrito Federal - Colegio de México.* Atlas de la Ciudad de México. Fascículo No. 3, 1988.
- 5 *Bustamente Lemus, Carlos. DDF-Instituto de Investigaciones Económicas. Colección: La Estructura Económica y Social, Crecimiento Metropolitano y Políticas Urbanas 1970-1992.* Zona Metropolitana de la Ciudad de México 1993. pag. 135.
- 6 *Véase: INEGI. Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos1996. y Anuario Estadístico del Distrito Federal.* Tasa de Desempleo Abierto General por Áreas Urbanas 1987-1995. Indicadores Trimestrales Seleccionados de la Población Desocupada en el Área Urbana de la Ciudad de México 1997. pag. 58 y 126.
- 7 *Nolasco y Acevedo, Margarita. SEP-INAH.* Migración Municipal en México 1960-1970. pag. 9.
- 8 *Véase: INEGI XI Censo de Población 1990.* Población Censal, Tasa de Crecimiento, Superficie y Densidad de Población por Entidad Federativa 1950-1990. pag. 3.
- 9 *Véase: INEGI. Censos Económicos 1989 y 1994.* Distrito Federal y el Estado de México. pag. 3 y 6.
- 10 *Nolasco y Acevedo, Margarita. Ob. cit.* pag. 17.
- 11 *Coordinación General del Plan Nacional De Zonas Deprimidas Y Grupos Marginados, Coplamar.* Necesidades Esenciales en México. Situación Actual y

Perspectivas al Año 2000. Editores S.XXI, 1982. pag.22.

12 *Idem.*

13 *Presidencia de la República. Coplamar. Ob. cit. pag. 30.*

II. Aspectos económicos del comercio de la Ciudad de México

1. Crecimiento económico

En el proceso de expansión de la zona metropolitana de la ciudad de México, se han identificado varias etapas que tienen relación con el modelo de desarrollo económico adoptado en el país que ha privilegiado la concentración industrial del país en un número reducido de ciudades (1), y por la otra, con criterios derivados de la política urbana para contener o flexibilizar el crecimiento de la población, el comercio y los servicios. Resulta importante considerar las características de la expansión demográfica, los problemas urbanos generados y las diversas regionalizaciones intrametropolitanas surgidas, para de esa manera clasificar los efectos espaciales de la integración urbana y regional, en función del tipo de integración espacial que deberá promoverse en los próximos años.

Un estudio elaborado para medir los impactos territoriales de los servicios en la ZMCM considera que la expansión física de ésta se ha desarrollado con un modelo de anillos concéntricos, es decir un crecimiento radial periférico, partiendo de la hipótesis “de que la segregación urbana tiene una expresión concreta en la desigual localización y calidad de servicios y equipamiento dentro del área urbana continua” (2). Así, durante una primera etapa la ciudad se desarrolla dentro de los límites del entonces Departamento Central. El fin de la segunda etapa ocurrió tentativamente en vísperas de su conurbación con el Estado de México y a partir de entonces el proceso se verifica principalmente en ésta última; una de las variables que más intervienen en este proceso expansivo se asocia con la descentralización del comercio y los servicios hacia las áreas intermedias, aunque la localización de nuevas industrias en el norte del Distrito Federal, intervienen de manera importante en la conurbación con municipios mexiquenses. Debe reconocerse, que posteriormente, la expansión física no depende de que existan o no actividades económicas previamente implantadas, sino a la reserva territorial para uso habitacional.

Entre 1900 y 1930 se reconoce como el periodo de consolidación de la ciudad interior (sector central). En esta etapa la ciudad se encuentra conformada básicamente por las principales delegaciones centrales,

caracterizándose por un alto nivel de concentración del equipamiento los servicios comerciales y recreativas (3). La permanente ocupación comercial y la secuela de expansión de pobladores se mantienen como constante de recomposición de las actividades.

Hasta los años 40's el crecimiento de la ciudad se dio hacia el poniente y norponiente, por su parte la población de mayores ingresos comienza a instalarse al sur conformando una nueva configuración de la traza urbana y morfología residencial de la ciudad de México. La actividad comercial en vía pública recaía en gran medida en el Centro de la Ciudad y romerías asociadas a festividades religiosas caracterizadas en los barrios del D.F.

Durante el periodo que comprende de 1930 a 1950 se configura el primer anillo o contorno de las áreas intermedias. Este proceso se desenvuelve de manera paralela a la especialización funcional del área central, desplazándose sobre la periferia de entonces y siguiendo la localización de la industria en el norte del D.F., la expansión se había observado en el Distrito Federal, hacia las Delegaciones de Azcapotzalco, Gustavo A. Madero, Alvaro Obregón, Iztapalapa e Iztacalco llevando la ciudad hasta los límites con el Estado de México.

Lo que se detecta entonces es un crecimiento radial de la ZMCM impulsado por la evolución del transporte, la consolidación de zonas de abasto popular y la refuncionalización del área industrial. El crecimiento y expansión se reproduce casi de manera similar entre un periodo y otro ya que en la áreas intermedias se presenta actualmente el mismo proceso de sustitución de usos de suelo y expulsión de pobladores que caracteriza a las áreas centrales.

A partir de 1950 los límites del Distrito Federal, se ven desbordados y se crean nuevos suburbios especializados. Al norte colonias industriales, al noroeste y sur clase alta y al oriente colonias proletariadas, el Centro Histórico aparece el uso de oficinas (4). En esta década, se define el segundo anillo o contorno de conurbación del D.F., con el Estado de México. En este nuevo proceso juegan un papel importante entre otros, las primeras grandes obras de infraestructura metropolitana, a saber: ampliación y modernización de la vieja planta industrial hacia Tlalnepantla y Ecatepec, la construcción del anillo periférico que impulsa la conurbación de Tlalpan, Xochimilco y la Magdalena

Contreras, así como las primeras reestructuraciones de los sistemas de abastecimiento de agua, drenaje y energéticos. Aquí aparece la expulsión masiva de población del área central y la proliferación de fraccionamientos ilegales. La ZMCM presentó un crecimiento constante reflejándose en su densidad de población, que de 730 Hab/Km² en 1950, llegó a 3,276 Hab/Km² en 1990, tres veces y media de crecimiento (5).

En tanto el Departamento Central incorpora y desarrolla un esquema de abastecimiento por delegación, colonias y barrios, permitiendo la ubicación a los comerciantes de vía pública a través de los Mercados Públicos desarrollados, cumpliendo con el ordenamiento publicado en el Diario Oficial el 1° de junio de 1951⁽⁶⁾. Durante este periodo 50-70, se construyeron 203 mercados públicos que representan el 65.06% de este canal de abasto en la actualidad (7).

En la Ciudad de México, el proceso urbano entre 1970 y 1986, permite conformar el tercer anillo. En este periodo se alcanzó a conurbar 17 municipios del Estado de México y colocó en la antesala de la conurbación a otros 13 para los 90's, ampliándose la influencia metropolitana directa a 30 kilómetros del centro (8). Esto configura lo que será la fase incontenible de metropolización. Coincide con actos significativos del desarrollo de obras como la expansión de la red del Sistema de Transporte Colectivo Metro, el intento de la reubicación del aeropuerto fuera de la Ciudad de México, la vía rápida a Toluca y la de Cuernavaca a través de la Sierra de las Cruces, el segmento carretero del periférico La Venta - Colegio Militar (que uniría por el poniente la carretera a Toluca y la de Cuernavaca) y la construcción de otros sistemas de abastecimiento de agua provenientes de fuentes lejanas. Además son actos que apuntan a la regionalización megalopolitana de la ciudad. Este periodo es el último por el cual se desarrollan mercados públicos, con la realización de 109 que representan el 34.94% de los existentes (9). A la fecha, los gobiernos de la ciudad no han desarrollado nuevos mercados públicos, salvo el desarrollo del programa de plazas del comercio popular para albergar a comerciantes de vía pública de los perímetros "A" y "B" del Centro Histórico de la Ciudad de México (10).

La sustitución de usos del suelo en las áreas centrales y la expansión de población resultante han formado parte sustancial del crecimiento de la

periferia. La metropolización aparece ahora como la forma principal de crecimiento y ser más regional que urbana, una de sus repercusiones espaciales ha sido no sólo que la influencia metropolitana directa se ha extendido a los municipios conurbados del resto de la Cuenca del Valle de México * (11). La influencia directa llega ahora más allá de los 30 kilómetros del centro y la masificación de los problemas urbanos y su articulación con una problemática cada vez más regional aparecen como las características más relevantes de la aglomeración metropolitana.

Sin embargo el proceso de expansión urbana no aparece espacialmente homogéneo y menos aun registra un crecimiento equilibrado de la población, lo cual genera un fenómeno de conurbación discontinuo.

La distribución desigual de los servicios en la ciudad como producto de la dinámica espacial de la población refleja finalmente que la división política no corresponde con la estructura real interna. Este fenómeno ha sido definido como fenómeno segregado de la ciudad identificándose tres grupos (12): los que cumplen la norma, los que se encuentran por encima de ella y los subequipados; en este sentido se detecta un perfil profundamente desigual que se caracteriza por el sobreequipamiento de las áreas centrales y subequipamiento de la periferia, apenas mediado por un equilibrio transitorio en áreas intermedias.

Lo anterior explica una forma de organización intraurbana del espacio, pero no anula las causas estructurales que subyacen en el crecimiento anárquico y desmesurado de la ZMCM. Si bien es cierto que los datos arrojados por el Censo de Población 1990 advierten sobre una desaceleración del crecimiento demográfico de la Ciudad de México (13), debe considerarse que en la práctica se trata de un fenómeno de contención de la inmigración rural en la década pasada, ligado a un proceso de expulsión de población de las áreas centrales que inmediatamente se asientan en la periferia e inciden en el proceso de conurbación.

* Se define como Cuenca de México; como una región natural a partir de su connotación físico-geográfica, especialmente por su carácter hidrológico, ya que comprende las tierras que recogen las aguas pluviales en su vertiente interior. La Cuenca de México incluye casi totalmente el territorio del D.F., la parte oriente del Estado de México, el occidente de Tlaxcala y una pequeña porción del oeste de Puebla. Tiene una longitud de 80 Km., de este a oeste y 125 Km., de norte a sur, en el fondo de la depresión se encuentra una amplia planicie de 4300 Km., donde tenían su asiento los lagos, de los cuales varios han desaparecido totalmente.

Así la expansión urbana de la ZMCM está asociada a un proceso histórico sustentado en la problemática estructural de la concentración, donde el crecimiento demográfico y sus demandas de servicios subsecuentes, orientan el uso de suelo, y en el caso de zonas con servicios y equipamiento impacta a las vías públicas. No obstante, a pesar de su concentración, la distribución espacial de la población en la Cuenca del Valle de México, no mantiene los mismos niveles intrarregionales. Más bien integra algunos rasgos de polarización y ello explica que los servicios también registren un patrón de crecimiento territorialmente segmentado con una fuerte carga hacia su localización en la ciudad central.

La metrópoli tiene una especialización territorial en los sectores industrial, comercial y de servicios que condicionan la atracción del empleo y explica la frecuencia de movimientos de la población en relación con su residencia y su trabajo. Es decir, la población trabajadora que vive fuera de la ciudad pero que labora en ella, genera una demanda adicional sobre el comercio y los servicios internos y presiona para la implantación de servicios complementario como panaderías, tortillerías, restaurantes, mercados públicos, tianguis, establecimiento del comercio en vía pública, etc.

2. La urbanización y el comercio

El Distrito Federal, al contar con la concentración de población más importante del país, constituye a la vez un gran centro productivo y un amplio mercado.

Cuenta con una superficie territorial del 499.0 Km.2 (14), con una topografía muy diversa, que de alguna manera ha influido en los asentamientos humanos y al desarrollo de actividades productivas (15). Este territorio representa el 0.1% de la extensión total del país, correspondiendo a las áreas urbanas el 42.56% y el 57.44%, de áreas de conservación ecológica. Esta última incluye, área de amortiguamiento, reserva territorial para crecimiento; vivienda, servicios, industria, áreas verdes para uso rural y reserva ecológica.(16)

A partir de la década de los 80's, el Distrito Federal, entró con gran celeridad en un proceso de transformaciones, como consecuencia de su peso

económico y la participación de los 27 municipios conurbados del estado de México.(17)

Participación relativa de la población estatal respecto al total nacional		
Cve	Nombre	Part. relativa
	Est. Unid. Mexicanos	100.00
01	Aguascalientes	0.89
02	Baja California	2.04
03	Baja California Sur	0.39
04	Campeche	0.65
05	Coahuila	2.43
06	Colima	0.52
07	Chiapas	3.95
08	Chihuahua	3.01
09	Distrito Federal	10.14
10	Durango	1.67
11	Guanajuato	4.91
12	Guerrero	3.23
13	Hidalgo	2.32
14	Jalisco	6.51
15	México	12.09
16	Michoacán	4.36
17	Morelos	1.47
18	Nayarit	1.01
19	Nuevo León	3.80
20	Oaxaca	3.92
21	Puebla	5.08
22	Querétaro	1.29
23	Quintana Roo	0.61
24	San Luis Potosí	2.47
25	Sinaloa	2.72
26	Sonora	2.25
27	Tabasco	1.85
28	Tamaulipas	2.77
29	Tlaxcala	0.99
30	Veracruz	7.65
31	Yucatán	1.68
32	Zacatecas	1.58

Fuente: INGI. Cifras Preliminares 1990.

En 1970, la participación en el PIB * nacional había sido del 27.6%, presentando una baja en 1985, situándose ésta en el 20.5%, y para 1992 se mantiene en promedio con el 21.5%. Sectorialmente, las manufacturas fabricadas en el Distrito Federal aportaron el 21.5% del PIB generado en esta Ciudad.

Por su parte, el comercio, restaurantes y hoteles participaron con el 21.36% y los servicios financieros, sociales y personales aportaron el 45.44%. En conjunto estos tres sectores representan el 66.80% del PIB generado en Ciudad de México, es por ello que actualmente la economía del Distrito Federal, se basa en forma preponderante en el comercio y los servicios, y forma parte de más de la mitad del empleo generado a nivel nacional en dicha actividad 73.0%.*

* PIB, Producto Interno Bruto: suma de bienes y servicios producidos y terminados en un país, en un periodo que por lo general es de un año.

Participación del D.F., en el PIB total, por gran división, 1970 - 1993 (Porcentajes)						
División	1970	1975	1980	1985	1988	1993
Agro., Silv. Caza y pesca	0.27	0.33	0.24	0.23	0.11	0.14
Minería	0.32	0.38	0.69	0.26	0.27	0.27
Industria manufacturera	27.67	26.61	26.97	27.53	29.55	21.57
Construcción	4.74	4.33	5.49	4.80	4.31	6.07
Electricidad, gas y agua	0.77	0.64	0.58	0.56	0.66	0.62
Com. Rest. y Hoteles	31.29	29.0	25.67	24.48	24.80	21.36
Transp. Almac. y comun.	5.74	7.06	7.97	8.23	9.87	10.84
Serv. finan. seg. b. inm.	10.33	9.34	8.38	10.68	11.5	16.73
Serv. com. soc. y pers.	21.02	24.62	25.98	25.64	22.28	28.70
Servicios bancarios	(2.17)	(1.92)	(1.97)	(2.43)	(3.36)	(6.31)

Fuente: INEGI. Centros Económicos 1989, Resultados Definitivos. Censos Económicos 1994, Resultados Oportunos 1994. INEGI. D.F. Anuario Estadístico 1997.

Si la contribución del Distrito Federal, al PIB nacional se analiza por sector de actividad económica, sólo en servicios financieros, seguros y bienes inmuebles aumentó ésta, pasando de 10.33% en 1970 a 16.73% en 1993.

*INEGI. Censos Oportunos 1994.

Esto sugiere una especialización natural de la zona metropolitana en esas actividades o también una pérdida de competitividad en otras vinculadas a los sectores agropecuario, silvicultura, caza, pesca y minería, que en su conjunto registraron una tendencia decreciente hasta ubicarse en niveles cercanos a cero en 1993.

Respecto a la distribución territorial del personal ocupado en el país, también se expresan cambios a partir de 1988, integrándose tres grandes regiones.

Zona	Distribución
• Centro.	Distrito Federal y Estado de México.
• Centro Occidente.	Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco y Querétaro.
• Frontera Norte, sin considerar resto de entidades.	Baja California, Coahuila, Chihuahua, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas.

Fuente: INEGI. Censos Económicos 1994.

De esta distribución las tres regiones en su conjunto concentran el 63.6% del total del personal ocupado y en el caso específico del Distrito Federal esta participación mostró una tendencia decreciente de 2.4% en 1993, mientras que en la Frontera Norte se concentro durante ese año el 21.1% y en la Zona de Occidente sólo el 13.2%.

Durante el periodo 1988 a 1993, el personal ocupado a nivel nacional se incrementó en 32.0%. En particular el sector comercial aumentó su personal en un 45.8% y el de servicios en 34.5%.*

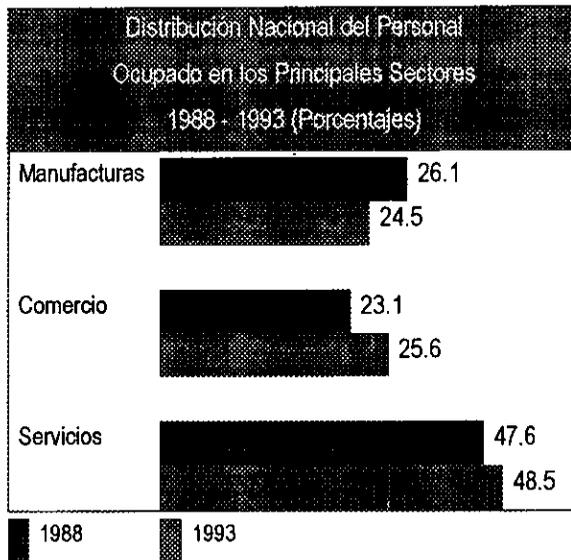
Personal Ocupado en México, 1988 - 1993				
Reportes	1988		1993	
	Absoluta	%	Absoluta	%
Centro	3'318,282	31.1	4'127,263	29.3
- D.F.	2'372,758	22.2	2'788,151	19.8
- Edo. México	945,524	8.9	1'339,088	9.5
Frontera Norte	2'230,720	20.9	2'971,778	21.1
Centro Occid.	1'326,421	12.4	1'860,706	13.2
Resto del País	6'875,423	35.5	5'119,794	36.4
Total Nacional	10'665,144	100.0	14'079,541	100.0

*INEGI. Censos Oportunos 1994.

Fuente: INEGI. Censos Económicos 1989. Resultados Definitivos.
Censos Económicos 1994. Resultados Oportunos 1994.

En el caso de los servicios privados, durante 1993 se da un incremento en 62.8%. Por otra parte, las manufacturas también reportaron un aumento de 23.8%.

Con respecto al número de establecimientos, durante el periodo de 1988 a 1993, se registran también variaciones significativas a nivel nacional.



Fuente: INEGI. Censos Económicos 1989. Resultados Definitivos.
Censos Económicos 1994. Resultados Oportunos 1994.

innecesarios, situación que ha afectado negativamente la productividad, en detrimento de los intereses del productor, del comerciante y del consumidor.

La economía mexicana ha estado inmersa en un proceso de continuos cambios y ajustes, participando en el fenómeno de la globalización y en una creciente apertura comercial, la cual se ha reflejado en la reciente firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Con el Tratado ha colocado a la economía de la Ciudad de México ante fuertes retos, para lograr no sólo crecimiento sino un desarrollo que permita controlar y combatir el desempleo, la pérdida de competitividad de las empresas, el agotamiento de las formas de organización productiva, la falta de articulación de los sectores, un proceso de desindustrialización, el crecimiento de la economía subterránea y el excesivo marco regulatorio que ha inhibido la actividad productiva, principalmente en la micro y pequeña empresa.

Esto sin dejar a un lado la existencia de unidades económicas heterogéneas, en donde se manifiestan diferentes perfiles en tamaño, nivel de desarrollo tecnológico, escasez de servicios competitivos para el comercio e insuficiencias en la infraestructura básica de la Ciudad.

La Ciudad de México, a diferencia de las entidades federativas que conforman el territorio nacional, se divide en 16 delegaciones cuyo tamaño y características particulares son muy variadas, presentando lo mismo zonas con

Número de Establecimientos por Sector a Nivel Nacional 1988 - 1993				
Sector	1988		1993	
	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	1'663,207	100.0	2'750,413,3,1	100
Minería y extrac. petróleo	2,402	0.1	76	0.1
Manufacturas	167,793	10.1	334,133	12.1
Electricidad	36	-	37	-
Comercio	902,771	54.3	1'418,706.99	51.6
Servicios	590,205	35.5	4,361	36.2
- Financieros	1,889	0.1	2,375	0.1
- Transp., y comunicación	8,284	0.5	22,011	0.8
- Privados	436,053	26.2	758,417	27.6
- Gubernamentales	143,979	8.7	211,558	7.7

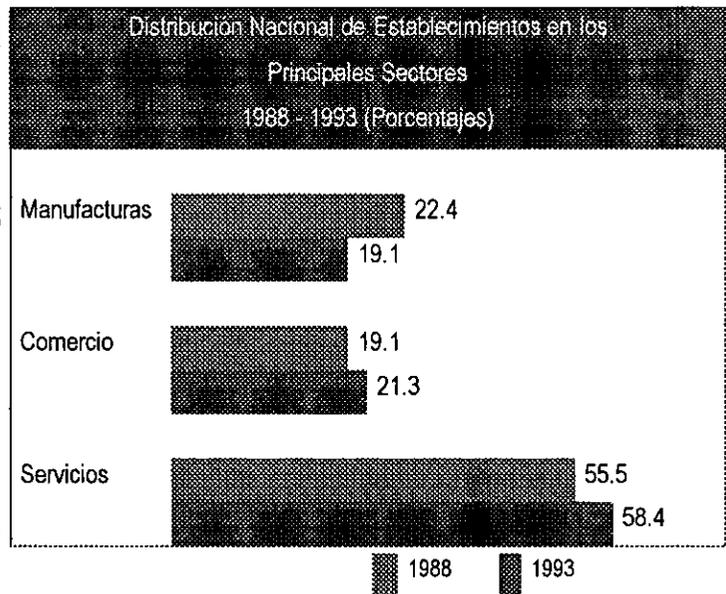
elevada concentración poblacional y desarrollo urbano, que áreas con población muy dispersa, actividades agrícolas o forestales y concentraciones de comerciantes populares específicos. Así como, saturación de comercio formal en diversas delegaciones.

Fuente: INEGI. Censos Económicos 1989. Resultados Definitivos.
Censos Económicos 1994. Resultados Oportunos 1994.

Por otra parte al ser el

Distrito Federal, el principal centro de consumo del país, la actividad comercial y de servicios constituye el motor estratégico para el desarrollo de esta Ciudad.

Por lo que respecta al personal ocupado en la actividad comercial, se observa una tendencia creciente, debido a que 1988 se registraron 449,724 empleos y para 1993, se tenían consignados 590,487 empleos.



Fuente: INEGI. Censos Económicos 1989. Resultados Definitivos.
Censos Económicos 1994. Resultados Oportunos 1994.

Cabe destacar que para ese último año, el 31.3% de los empleos se registraron en el comercio al por mayor y el 54.9% en el comercio al por menor.

La mayor parte del empleo comercial se genera en la compra y venta al por menor, tanto a nivel nacional como en la Ciudad de México.

Tamaño de los Establecimientos Comerciales en el Distrito Federal 1993			
Concepto	Absoluto	%	% t. crec.
Total	2'765,933	100.0	17.6
Minería	2,657	0.1	-94.2
Manufacturas	528,570	19.1	0.4
Electricidad	29,927	1.1	27.4
Comercio	590,487	21.3	31.3
Servicios	1'614,292	58.4	23.6

Fuente: INEGI. Distrito Federal. Censos Económicos 1994.

actividades, de los consignados por ocupación, se concentran más de la mitad de éstos, en 4 Delegaciones con el 53.0%, Azcapotzalco, Cuauhtémoc, Gustavo A. Madero e Iztapalapa.

Producto Interno Bruto del Comercio en el D.F. y Nacional 1988 - 1993 (miles de pesos)		
Concepto	1988	1993
PIB., en el Distrito Federal	15 551 899	38 778 650
PIB., Nacional	86 926 458	186 936 105
Tasa de participación Nacional	17.89%	20.74%

Fuente: INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales. PIB., por Entidad Productiva 1993.

No obstante que sólo el 8.0% de los establecimientos comerciales del Distrito Federal son mayoristas y ocuparon el 28.4% de la población dedicada a esta actividad, estos porcentajes son muy superiores al promedio nacional debido a que éstos se sitúan en el 6.0% y 21.0% respectivamente.

Cabe destacar

Durante 1993, se registraron en el Distrito Federal, 2'765,933 personas ocupadas y en servicios y comercio 2'204,779 que representa el 79.7% de personas ocupadas en estas actividades, de los consignados por ocupación, se concentran más de la mitad de éstos, en 4 Delegaciones con el 53.0%, Azcapotzalco, Cuauhtémoc, Gustavo A. Madero e Iztapalapa.

Le siguen en importancia Benito Juárez, Coyoacán y Miguel Hidalgo con el 22.32% y las restantes 9 con el 24.68% de personal ocupado.

Principales Establecimientos de Distrito Federal 1995 a Nivel Nacional 1988 - 1993		
Categoría	Establecimientos	Total
Centros Comerciales		20
Mercados Públicos	Distrito Federal	318
Megamercados	K. Mart., Wal Mart, Supercenter, Carrefour, Aurrerá, Comercial Mexicana, Gigante, De Todo, La Luna,	7
Bodegas, Hipermercados y Supermercados	Sumesa, Superama, Super Mart, Más x Menos	211
Tiendas de conveniencia	7 Eleven, Oxxo	82
Tiendas Departamentales*	Palacio de Hierro, Liverpool, Salinas y Rocha, Sanborn's, Sears, Suburbia, Woolwrth	120
Tiendas Especializadas*	Cía. Papetera escolar, Foot locker, Kids Foot L. General de Gas, Hecali, High Life, Home Mart, Martí, Mercería del refugio, Milano, Radio Shack, Robert's, Singer, Electrodom y Zara	198
Concentraciones		213

* En la información que se presenta no se contemplan estas dos categorías, ya que la mayoría de ellas se encuentran localizadas en los Centros Comerciales.

Fuente: ANTAD. Directorio, marzo de 1995. Investigación directa.

que en el comercio al por menor predominan las pequeñas empresas, caracterizándose éstas por un alto grado de ineficiencia excesiva intermediación, altos costos y precios, baja calidad de los productos expendidos y falta de modernización de esta actividad.

A partir de 1990, se ha activado en la Ciudad de México la apertura de numerosos y grandes centros comerciales de autoservicio o departamentales para venta al detalle, creciendo también en forma paralela al microcomercio y en especial el comercio informal.

Por ser fuente abastecedora de alimentos y bienes no duraderos, los mercados públicos y los supermercados han tenido un gran crecimiento en la Ciudad de México, concentrándose en las Delegaciones Gustavo A. Madero, Cuauhtémoc, Venustiano Carranza y Coyoacán, que en su conjunto representan el 48.0 % del total de estos establecimientos comerciales en la Ciudad. La menor densidad de este giro se localiza en Xochimilco, Milpa Alta, Cuajimalpa y Magdalena Contreras, Delegaciones que sólo concentran el 8.0%.

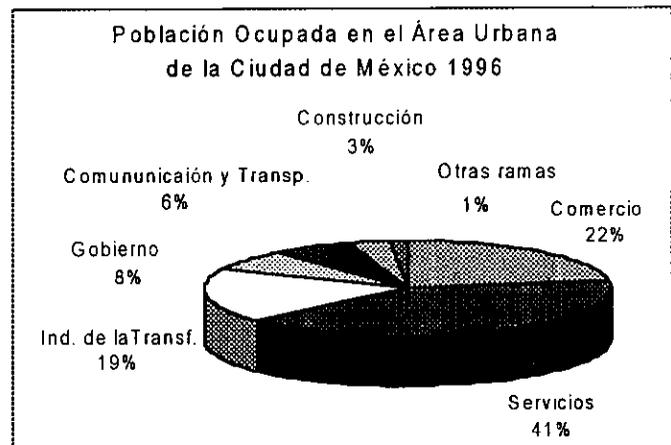
3. Problemática de la actividad comercial

El comercio ha desempeñado un papel trascendental en la economía de la Ciudad de México, articulando mercados y promoviendo el desarrollo de actividades productivas. No obstante, este importante sector ha presentado durante los últimos años una problemática muy particular como consecuencia de los cambios estructurales de la economía nacional, cabe destacar:

- El sistema comercial de la Ciudad de México, no ha respondido en forma adecuada al acelerado crecimiento demográfico.
- Las principales deficiencias del comercio se hacen notar en los sistemas de distribución y los servicios de mercado en las zonas urbanas.
- No existe una adecuada vinculación entre productores agropecuarios y comerciantes.
- Los centros de acopio y almacenamiento resultan ser ya insuficientes.

- Existe una deficiente red de almacenamiento en frío para la conservación de alimentos perecederos.
- El sistema de distribución al menudeo, se caracteriza por una estructura en la que confluye un comercio moderno y otro tradicional, este último resulta ya ser inadecuado, toda vez que opera con altos costos y reducidos márgenes de utilidad.
- Los Mercados Públicos representan uno de los principales canales de comercialización al menudeo. En la Ciudad de México existen 312 mercados; 48.0 % se encuentran en las Delegaciones de Gustavo A. Madero, Cuauhtémoc, Venustiano Carranza y Coyoacán. Hace años que no se construyen mercados al ritmo de crecimiento de la población, además el mantenimiento y la rehabilitación de los existentes presentan rezagos importantes.(18)

- En los últimos años se han expandido en forma dinámica los tianguis y el comercio informal, con la consecuente problemática de carácter legal, físico y social, y



Fuente: INEGI-D.F. Anuario Estadístico. Principales Ramas de Actividad 1997.

- Falta de infraestructura básica para cubrir los canales de distribución y comercialización.

4. Actividad comercial delegacional

La actividad comercial en la Ciudad de México ha cobrado gran importancia y participación a diferencia de otros sectores productivos, generando en 1993 el 21.36% del PIB del Distrito Federal.

Dado los diferentes grados de desarrollo económico en la Ciudad de México, las delegaciones se pueden dividir en los siguientes grupos:

- Concentración económica baja. La constituyen 4 Delegaciones: Tláhuac, Magdalena Contreras, Cuajimalpa y Milpa Alta. En esta zona se concentra sólo el 2.9% de la actividad empresarial.
- Concentración económica media. La constituyen 4 Delegaciones: Coyoacán, Alvaro Obregón, Tlalpan y Xochimilco. En esta zona se concentra el 14.0% de la actividad empresarial.
- Concentración económica alta. Comprende 8 Delegaciones: Cuauhtémoc, Gustavo A. Madero, Venustiano Carranza, Iztapalapa, Azcapotzalco, Iztacalco, Miguel Hidalgo y Benito Juárez. Aquí se concentra el 84.0% de la actividad empresarial.

Cabe destacar que en esta agrupación, la participación del sector comercio representa el 11.0% en el grupo de concentración baja, 21.0% en el grupo de concentración media y para el de concentración alta del 68.0%.*

En la Delegación Iztapalapa se encuentran concentrados el 38.0% de los establecimientos comerciales al mayoreo, a causa de que se encuentra ubicada la Central de Abastos.

Por su parte, la Delegación Cuauhtémoc tiene un gran número de comerciantes mayoristas, localizados principalmente en el Centro Histórico de la Ciudad de México. Asimismo, destacan por su importancia las Delegaciones cuya vocación productiva está orientada al sector primario, en gran parte a la inexistencia de centros de acopio, por lo que la comercialización de los productos agropecuarios se lleva a cabo en la Central de Abastos y en los mercados de Jamaica, Sonora y Merced, entre otros.

En el Distrito Federal, los mayores índices de ocupación en el comercio al por mayor se presentan en las Delegaciones Cuauhtémoc, Benito Juárez, Iztapalapa y Azcapotzalco, concentrándose en ellas las dos terceras partes de la

* Gobierno del Distrito Federal. Secretaría de Desarrollo Económico 1995-1997.

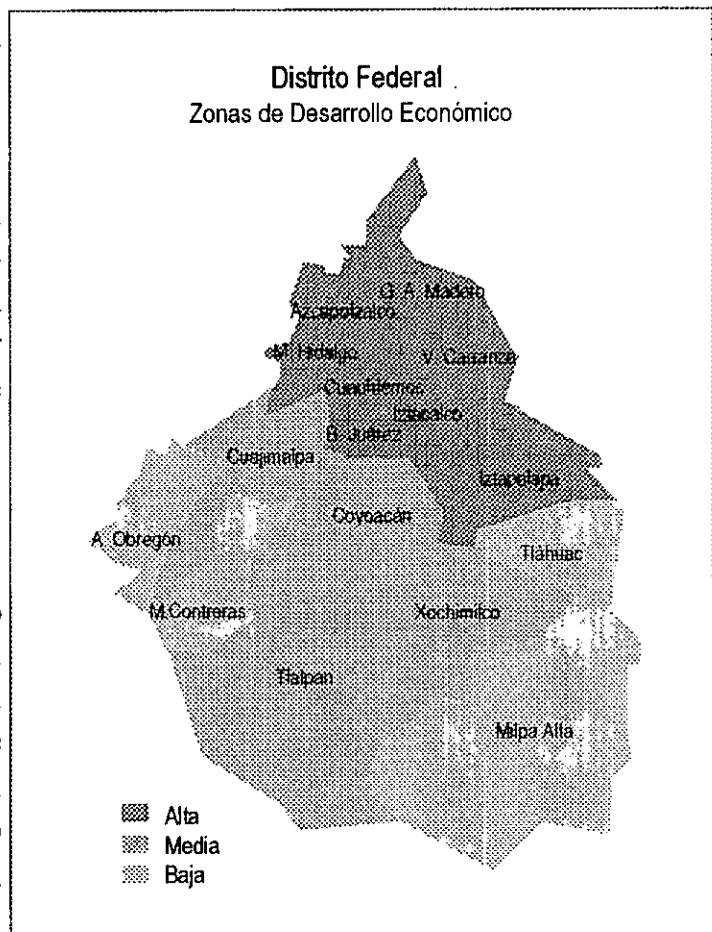
ocupación total de este tipo de comercio en el Distrito Federal con 26.0%, 13.9%, 15.1% y 10.0% respectivamente.

Por lo que respecta a los establecimientos comerciales al menudeo, éstos tienen una distribución espacial más equilibrada en las Delegaciones del Distrito Federal. No obstante, el liderazgo para este tipo de actividad lo tienen Cuauhtémoc, Iztapalapa, Venustiano Carranza y Gustavo A. Madero. También aquí sobresalen por su escaso comercio al menudeo las Delegaciones con vocación agropecuaria.

En el Centro de la Ciudad de México se tiene una fuerte concentración del comercio al detalle. La Delegación Cuauhtémoc, por sí sola, registra una cuarta parte de la ocupación total de este tipo de comercio. Por su parte, destacan Iztapalapa y Gustavo A. Madero, las cuales concentran el 14.0% y 12.5% respectivamente de la ocupación del comercio al detalle.

Durante 1993 la actividad comercial consignó 590,487 empleos en el Distrito Federal, representando el 21.3% de la población ocupada en esta Ciudad, solo superada por la industria manufacturera. Cabe señalar que en siete Delegaciones se concentra el 75.32% del empleo generado por el comercio.

Aun cuando en el 50.0 % de las Delegaciones se tiene un alto índice de empleo en actividades comerciales y de servicios, no implica que el resto de las Delegaciones no tengan vocación comercial, sino que la relación al



número y densidad de su población, así como a los giros de negocios establecidos en las mismas, el comercio no presenta perspectivas de desarrollarse en forma acelerada.

Caso especial es el de Tlalpan, Delegación que ya contaba con centros comerciales importantes como Perisur, pero su población ocupada en el comercio sólo representaba el 1.7% del total de ocupados en el Distrito Federal. Sin embargo, recientemente se han establecido otros centros comerciales como el Price Club, Bodega Aurrerá, comercial Mexicana, etc., las cuales en su conjunto han creado aproximadamente 4,300 fuentes de trabajo, por lo que el crecimiento del empleo en esta Delegación es en promedio de 11.0%, uno de los más altos del Distrito Federal.

Con el desarrollo de la nueva autopista a Toluca, Estado de México, en la demarcación de Cuajimalpa también ha crecido en forma importante el comercio. Por su parte, Magdalena Contreras también ha presentado un elevado dinamismo comercial originado por el amplio desarrollo inmobiliario que ha tenido a partir de 1990.

Número de Establecimientos Comerciales por Delegación 1988				
Delegación	Mayoreo		Menudeo	
	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	10,486	100.0	121,556	100.0
A. Obregón	219	2.1	4,839	4.0
Azcapotzalco	511	4.9	5,830	4.8
B. Juárez	916	8.7	6,880	5.7
C. Coyoacán	210	2.0	5,279	4.3
Cuajimalpa	40	0.4	1,068	0.9
Cuauhtémoc	2,085	19.9	23,947	19.6
G. A. Madero	579	5.5	15,163	12.5
Iztacalco	267	2.6	5,818	4.8
Iztapalapa	4,051	38.7	16,967	14.0
M. Contreras	36	0.2	1,242	1.0
Milpa Alta	43	0.4	934	0.8
M Hidalgo	739	7.1	8,306	6.8
Tláhuac	139	1.3	2,308	1.9
Tlalpan	144	1.4	4,083	3.4
V. Carranza	420	4.0	15,152	12.5
Xochimilco	87	0.8	3,686	3.0

Fuente: INEGI. Censos Industriales, Comerciales y de Servicios, 1988.

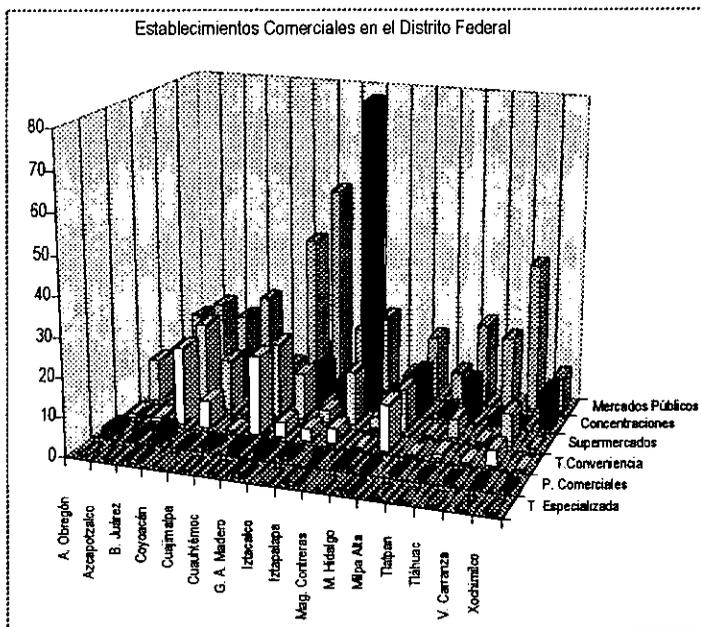
A causa de la contracción económica que tuvo el país en el periodo 1985 - 1988, las remuneraciones al personal ocupado se redujeron en 9.8% en el Distrito Federal. Esta disminución fue superior en el comercio al por menor 19.2%, que en el comercio al por mayor 8.1%, sin embargo afectó los ingresos de todo el sector, tanto en el comercio al por mayor como en

el comercio al por menor, todas las ramas disminuyeron sus remuneraciones medias por persona en proporciones variables.

En el cuadro de empleo generado en el Distrito Federal, se presentan las unidades de comercio y abasto por Delegaciones. En ellas predominan los mercados públicos y los mercados móviles; sobre ruedas, tianguis y concentraciones de comerciantes con una cobertura satisfactoria. Cabe además mencionar que el comercio en vía pública crece en toda la ciudad en forma ascendente.

Empleo Generado por el Comercio en las Delegaciones del D.F. 1989		
Delegación	Personas Ocupadas	Participación %
Total	421,644	100.0
Azcapotzalco	26,110	6.19
Coyoacán	20,841	4.94
Cuajimalpa	2,588	0.64
G. A. Madero	36,840	8.73
Iztacalco	16,010	3.79
Iztapalapa	48,951	11.62
Magd. Contreras	2,434	0.57
Milpa Alta	1,409	0.34
Alvaro Obregón	15,931	3.78
Tláhuac	4,602	1.09
Tlalpan	11,136	2.64
Xochimilco	9,887	2.35
Benito Juárez	44,120	10.46
Cuauhtémoc	109,171	25.89
Miguel Hidalgo	40,677	9.64
V. Carranza	30,937	7.33

Fuente: INEGI. Censos Económicos 1989.



Fuente: GDF. SEDECO. ANTAC 1994 y 1998.

aunado a ello la presencia de partidos políticos ha derivado en dificultades en su consolidación.

Por otra parte las tiendas de conveniencia han proliferado en los últimos cinco años, ubicándose en Delegaciones que por sus características de

El mayor número de concentraciones se localizan en la Delegación Iztapalapa, este canal de abasto popular funciona de manera irregular y que por sus características, el proceso de regularización deberá de identificar la situación de la tenencia del suelo para su ordenación.

Su operación es deficiente y con problemas en su comercialización

población y de hábitos de consumo, se han incrementado en la Cuauhtémoc, Benito Juárez y Miguel Hidalgo, representado el 67.5% en el Distrito Federal.

En la tabla de establecimientos, no se indica los centros comerciales del abasto popular desarrollados por el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, ejecutados en 1992, y entregados a comerciantes del Centro Histórico de la Ciudad de México en 1993, en 28 desarrollos comerciales, ubicados en las Delegaciones Cuauhtémoc y Venustiano Carranza; 18 en la primera y 10 en la segunda demarcación política, con más de 8,000 locales comerciales.

Principales Establecimientos Comerciales en las Delegaciones del D.F.
Tabla

Delegación del D.F.	Tiendas Espec.	tiendas Comerc.	tiendas de Comercio	Supermer.	Comercios	Merzales Públicos	Total
A. Obregón	0	2	1	11	10	15	39
Azcapotzalco	0	0	1	6	3	19	29
B. Juárez	1	3	20	22	0	16	62
Coyoacán	0	0	7	13	7	22	49
Cuajimalpa	0	1	0	0	4	4	9
Cuauhtémoc	0	1	20	19	0	37	77
G. A. Madero	1	1	4	12	9	53	80
Iztacalco	0	1	3	3	7	16	30
Iztapalapa	1	0	4	14	80	20	119
Mag. Cont.	0	1	0	3	0	5	9
M. Hidalgo	1	1	12	11	11	16	62
Miipa Alta	0	0	0	0	1	7	8
Tlalpan	0	0	1	5	10	21	37
Tláhuac	0	0	0	0	1	18	19
V. Carranza	0	0	4	8	0	34	46
Xochimilco	0	0	0	0	10	9	20
Total	4	11	77	128	153	312	681

Fuente: Gobierno del Distrito Federal. SEDECO 1998.
Asociación Nacional de Tiendas y Autoservicio y Departamentales 1994.

Referencias Capitulo II

- 1 *Garza, Gustavo. Dinámica industrial de la ciudad de México 1940-1988, en El Desarrollo Regional Teoría y Practica, Bassols, Delgadillo y Torres (Comp.). Instituto de investigaciones Económicas, UNAM. México 1992.*
- 2 *Delgado, Javier. Grandes Problemas de la Ciudad de México: La Estructura Segregada de la Ciudad de México 1970-986. Raúl Benitez Zenteno, José Benigno Morelos (compiladores). pag. 7, 1988.*
- 3 *Delgado, Javier. Ciudad - Región y Transporte en el México Central. Un Largo Camino de Rupturas y Continuidades. pag. 105-109.*
- 4 *Delgado, Javier. Ciudad - Región y Transporte. Ob. cit. pag. 106*
- 5 *Sánchez Almanza, Adolfo. Crecimiento y Distribución Territorial de la Población en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. Zona Metropolitana de la Ciudad de México. Ángel Bassols Batalla y Gloria González Salazar (coordinadores), 1993.*
- 6 *Véase: Diario Oficial de la Federación. Reglamento de Mercados Públicos del 1 de junio de 1951, Artículo 3, Inciso I, II, IV y V.*
- 7 *Departamento del Distrito Federal. Mercados Públicos. Coordinación General de Abasto y Distribución 1994.*
- 8 *Departamento del Distrito Federal - Colegio de México. Atlas de la Ciudad de México. Fascículo No. 2, 1988.*
- 9 *DDF. Mercados Públicos. Ob. cit. pag. 2.*
- 10 *Véase: Diario Oficial de la Federal. Bando por el que se Prohibe el Comercio en Vía Pública en el Centro Histórico de la Ciudad de México, 25 agosto 1993. Art. 1º. Inciso a y b.*
- 11 *Bassols Batalla, Ángel. Recursos Naturales de México. Teoría, Conocimiento y Uso 1997.*
- 12 *Delgado, Javier. Grandes Poblaciones... Ob. cit. pag. 186.*

- 13 *Camposortega Cruz, Sergio. Evolución y Tendencias Demográficas de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. La Zona Metropolitana de la Ciudad de México. CONAPO 1993.*
- 14 *Véase: INEGI. Cuadro Resumen. República Mexicana. Población Censal, Tasa de Crecimiento, Superficie y Densidad de Población por Entidad Federativa 1950-1990.*
- 15 *Rodas Carpizo, Alejandro R. Estructura Socioeconómica de México. pag.19 y 20, 1995.*
- 16 *Departamento del Distrito Federal - Colegio de México. Atlas de la Ciudad de México. Fascículo No. 8, 1988.*
- 17 *Véase: Densidad de Población. La población de los municipios 1950-1970. Consejo de Población. México 1992.*
- 18 *Véase: DDF. Memoria (s) de Gestión del Periodo de Diciembre de 1988 a Agosto de 1994. Subcoordinación de Integración Comercial y Social. noviembre 1988.*

III. Principales Canales de Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal

1. Impacto Urbano del comercio ambulante en la ciudad

El comercio en vía pública es un fenómeno muy antiguo, el cual se ha desarrollado en diferentes etapas históricas por los cuales ha atravesado la Ciudad de México, desde la época precolombina, sus connotaciones no sólo han afectado en el ámbito espacial, sino inclusive han sido económicas, sociales, políticas y antropológicas.

Las características que distinguen al comercio en la vía pública varían según la época. La prehispánica fue la de ser, la forma más generalizada de abasto para la población y su organización estaba acorde con las necesidades públicas que prevalecían en la colonia, dado el desequilibrio de actividades espaciales reglamentaron su funcionamiento y se circunscribieron a espacios reservados. Sin embargo, la poca o nula atención en su ordenamiento provocó en desbordamiento conforme se daba el crecimiento de la población. Durante la época independiente, en el siglo XIX, el comercio en la vía pública se le dio una salida formal ubicándose en espacios cerrados como son el mercado de la merced y el mercado del volador, no obstante el comercio ambulante, se incrementaba ubicándose con mercancías en las cercanías de los mercados o bien por las calles de la ciudad. Estas al igual que muchas otras tradiciones, el comercio en la vía pública se ha mantenido al paso de los años, adaptándose a los tiempos que se viven.

El comercio en vía pública es un fenómeno complejo de características multifactoriales con implicaciones económicas, socioculturales y políticas, profundamente arraigadas a las economías urbanas de los países en crecimiento. Esta práctica forma parte de la denominada economía informal, llamada así por no estar registrada en el sistema de cuentas nacionales de los países, por no aportar al producto interno bruto y no contribuir con impuestos al fisco.

Aunque el comercio en la vía pública pudiera identificarse como una actividad propia de nuestro tiempo por la dimensión que ha adquirido México, particularmente en el Distrito Federal, lo cierto es que su existencia se remonta a los tianguis de la época prehispánica y su desarrollo no es sólo privativo de

nuestro país, ya que diversos estudios lo señalan como una de las actividades más dinámicas en casi todas las ciudades del mundo, particularmente en Asia, África, Estados Unidos, Francia, Italia, España y Latinoamérica, donde destacan Perú, República Dominicana, Ecuador, Venezuela, Brasil, Chile, Argentina y México.

Si bien resulta irrefutable el hecho de que la economía informal en general, y el ambulante en particular, ha sido una válvula de escape o de presión para la falta de soluciones formales a los problemas económicos de baja productividad, desempleo y bajos sueldos de la población trabajadora, lo cierto también es que el producto generado por esta actividad que aprovecha las economías de escala y ventajas comparativas que pagan otros sectores de la sociedad, no ha retribuido a la población que afecta, ni al gobierno y si ha potenciado la anarquía del mercado, creando monopolios privados, y algunos liderazgos que obstaculizan el reencauzamiento legal de la problemática, procurando alejarse de políticas reguladoras y equitativas para su control y ordenamiento.

Frente a estas posiciones, la sociedad se manifiesta cada vez más abiertamente, porque se tomen medidas y decisiones que tiendan a incorporar a este sector de la población a la economía formal. Al respecto, el Gobierno de la Ciudad deberá enfrentar de fondo y regular la operación del ambulante. Se deberán fortalecer las políticas macroeconómicas orientadas a la generación de empleos, la consolidación de la planta productiva y la promoción de espacios formales para transformar al vendedor callejero en comerciante detallista. Sin olvidarnos en preservar, conservar y consolidar la identidad de la ciudad.

Lo anterior, ha repercutido en darse un impacto negativo para el urbanismo de la Ciudad de México, y en especial para el Centro Histórico. El conocer los antecedentes del comercio en vía pública, tan arraigado en las formas y costumbres de nuestra historia y en el quehacer social y político, ha permitido que sea un sector tolerado y sea la no observancia en la aplicación de leyes y reglamentos.

El comercio en vía pública y sus diversas modalidades, ha provocado que el urbanismo en la ciudad, sufra desequilibrios en su comportamiento funcional, creando zonas vulnerables e impactando negativamente en zonas

plenamente identificadas como son: alteraciones en los espacios que dan identidad cultural al Distrito Federal, afectación estructural al sistema de red vial de la ciudad con la alteración e incremento a los flujos vehiculares, creación de zonas de riesgo en accesos y cruces de alta intensidad en el STC-Metro, invasión y deterioro en parques y jardines, y en pasos a desnivel, alteración y creación de conflictos en la incompatibilidad de funcionamiento de usos de suelo. Aunado ha ello este sector indirectamente ha incrementado en los asentamientos que hacen de la vía pública a la delincuencia, afectando a vecinos, negocios, centros comerciales, etc.

Para identificar el comercio en la vía pública de la Ciudad del México, se mostrará las diversas características y su operación en el D.F., en los apartados siguientes:

2. Planteamiento del comercio en vía pública

a) Definición general del comercio en vía pública

Se entiende por comercio en vía pública

La compra-venta de bienes y servicios que se ejerce en áreas destinadas al tránsito peatonal y vehicular de uso público, sean éstas un espacio abierto o cerrado.

Las transacciones se llevan a cabo sin manejo de facturas y las operaciones no son registradas, opera su contabilidad. Su ejercicio a veces está amparado por un permiso de las autoridades.

La gama de las transacciones es muy grande, ya que se ofertan desde comestibles y artículos de primera necesidad a artículos de moda de alto costo, pasando por antigüedades y objetos usados, servicios a domicilio y venta de objetos de medio uso.

b) Paralelismo y divergencia del comercio en vía pública con el comercio establecido.

El comercio, ya sea establecido o en la vía pública, es el canal a través del cual llegan las mercancías a nuestra población. Ambos coexisten en la Ciudad de México, ya que la gente aprecia lo que cada uno le puede ofrecer.

Los productos que hoy en día ambos presentan al público pueden ser o no de la misma calidad, pero en general la gama de mercancías es muy amplia y puede adquirirse desde un artículo artesanal hasta un moderno equipo electrónico.

Dentro de ambos tipos de comercio encontramos, guardando las proporciones, comercios bien acondicionados y comercios improvisados. Es de hacerse notar que ambos pueden contar con energía eléctrica, gas, refrigeración y hasta teléfono.(1)

El diseño y fabricación industrial de casetas para puestos destinados al comercio en la vía pública, posibilita que su uso sea prolongado y más variado, sirviendo también para resguardar la mercancía, ello asemeja más el comercio informal al formal.

Legalmente ambos deben contar con ciertos requisitos para ejercer su actividad y como gremio se organizan para proteger sus intereses.(2)

El comercio suele aparecer disperso o concentrado: de igual forma localizamos centros comerciales que tianguis.

Lo que distingue fundamentalmente al comercio informal del formal es que el primero ocupa un espacio de uso común: la vía pública. Otra característica (con tendencia a disminuir) es la movilidad, que implica que el comerciante de vía pública se puede localizar en diferentes lugares ofreciendo su mercancía durante una sola jornada de trabajo o varias. Aún cuando muchos comerciantes de vía pública se instalan diariamente, es común ver muchas instalaciones que no son retiradas de la vía pública cuando están fuera de servicio.

El comercio en vía pública tiene mayores posibilidades de extenderse con rapidez, ya que los requisitos para instalarse (al margen de lo legal), se resuelven con relativa facilidad.

c) El comercio en vía pública como forma de abasto

Los orígenes del comercio se encuentran en los espacios abiertos y dispersos que caracterizan a las comunidades humanas en la época del desarrollo de la producción agrícola-artesanal, el avance de la civilización trajo consigo la aparición de la ciudad y dentro de ella a los centros de confluencia de los productores y mercaderes de distintos géneros de mercancías y productos originarios de lugares próximos y distantes.

La necesidad de un abasto permanente, el cual no se viera interrumpido por contingencias de tipo climatológico, del transporte, por las guerras o de otro tipo, crea una demanda permanente de mercancías, una vez que se han estabilizado los núcleos poblacionales.

La necesidad de cubrir esta oferta especializada a los comerciantes, les obliga a proveerse de los recursos necesarios para su satisfacción, a la aparición de lugares para su almacenamiento y conservación. Conforme la demanda se incrementa y permite el desarrollo del comercio, aquélla se estabiliza también y con ello los comerciantes se ven en la necesidad de buscar un mercado más amplio, se establece en un lugar fijo.⁽³⁾

Históricamente, el comercio en los espacios públicos antecedió a los grandes edificios comerciales, a las concentraciones de comerciantes, al comerciante establecido. Sin embargo, el comercio en los espacios públicos permanece, continúa funcionando; el motivo por el cual no desaparece es tan antiguo como su origen, se encuentra en la necesidad de satisfacción de las necesidades de abasto, pero quizá también en otras causas como ejemplo, la pobreza.

En la época actual la Ciudad de México cuenta con instalaciones y zonas específicas para el establecimiento y desarrollo del comercio, entre los establecimientos que destacan encontramos a tiendas de autoservicio de los organismos públicos y gremiales, los cuales son una respuesta del gobierno a la necesidad de controlar y alentar al abasto popular. Paralelamente existen las medianas y grandes cadenas de autoservicio, de almacenes particulares y las tiendas medianas y de barrio que con las anteriores forman el llamado “comercio establecido”.

Sin embargo todo el establecimiento formal, su infraestructura y gran aparato, incluyendo aquí a las acciones de organismos gubernamentales como IMPECSA, BNCI y CONASUPO que apoyaron al pequeño comercio, no lograron disminuir o anular en su momento al comercio en la vía pública, siendo éste en la actualidad, un fenómeno creciente y aparente de difícil control.

La sobrevivencia del comercio en los espacios públicos está dada por su gran capacidad de crecimiento y adaptabilidad. Este procura adecuarse a las situaciones imperantes, a las necesidades, gustos, diferenciación social de sus clientes, al espacio, a las adversidades económicas e inclemencias del clima. El comerciante ambulante acondiciona su instalación, la mercancía que ofrece, a sus posibilidades económicas y también a las expectativas de pertenencia a este gremio y de permanencia en esta actividad, buscando con ello su reconocimiento social y aceptación.

Sus posibilidades son ilimitadas, adopta nuevos espacios, nuevas mercancías y nuevos consumidores, se moderniza sin perder su toque de tradicionalidad. Quienes podrían dar una explicación sobre la existencia de los comerciantes en la vía pública son sus mismos clientes, los consumidores.

El comerciante en la vía pública aprovecha toda oportunidad para salir adelante, le “sale” al paso al cliente, al paseante o al trabajador que no dispone de tiempo para lanzarse a la búsqueda de lo que necesita; acuden a él quienes buscan una oportunidad, un precio más accesible, o también la mercancía que antes no encontraron en el comercio formal.

La expectativa de todo comerciante en vía pública de establecerse de manera formal esta pendiente, ya que los resultados que obtuvo el PMCP, no fueron tan claros. Mientras tanto éste recibe apoyo como detallista, abasteciéndose de mercancías nuevas y usadas por parte de fabricantes formales e informales, comerciantes establecidos, introductores de contrabando, particulares que se deshacen de objetos usados, artesanos y agricultores, incluso hay quien elabora su propia mercancía utilizando material nuevo o de desperdicio, añadiendo a la variedad de mercancías que se ofertan su propio ingenio y mano de obra.

3. Clasificación del comercio en vía pública

a) Heterogeneidad del comercio en vía pública

Del comercio que se lleva en vía pública podemos distinguir a los prestadores de servicios de los vendedores de mercancías, y por la manera en que podemos localizarlos, unos se encuentran dispersos y otros agrupados o en concentraciones.

Para el caso de este estudio, nos referimos en particular a los comerciantes de vía pública que venden mercancías y se encuentran agrupados o formando parte de una concentración, siempre y cuando no se localicen en tianguis, mercados sobre ruedas o bazares.

◇ Por su ubicación

Los lugares donde se ubican tienen la singularidad de concentrar mucha actividad, sea por motivos laborales, comerciales, de esparcimiento, religiosos, de salud, de servicios, etc.

Es por ello que puede ser de alta densidad de comerciantes que se instalan en una zona, aún cuando con frecuencia se ofrezcan productos similares.

◇ Por su arraigo

La existencia de concentraciones de comerciantes viene de mucho tiempo atrás, y algunas de ellas persisten a la fecha, lo cual significa un arraigo al lugar a través de haberlo acreditado. Se puede hablar en este caso, de algunas familias de comerciantes que se han sucedido en esta actividad.

Pero el ejercicio del comercio en vía pública no se ha quedado ahí; su desarrollo ha seguido el crecimiento de la ciudad. A las zonas de concentración antiguas o tradicionales que siguen activas, se han venido a incrementar muchas más a consecuencia del crecimiento de la mancha urbana. Este crecimiento trae consigo el surgimiento de centros de población y la modernización de otros,

con sus respectivas áreas de servicios y recreativas; todos ellos se convierten en atractivos lugares propicios para el desempeño de la actividad de referencia.

A estas zonas nuevas llegan comerciantes que deben abrirse camino para ser aceptados. Son comerciantes que pueden estarse iniciando como tales o tener experiencia anterior. Su permanencia depende del arraigo que logre, es decir, de la aceptación en el espacio que ocupan y del nivel de organización que alcancen.

◇ Por su mercancía

Cada concentración de comerciantes tiene su aspecto particular en relación a las mercancías que vende. En algunos casos, la tradición de una concentración impone su sello distintivo y de antaño se conoce que se especializa en ciertas mercancías, aún cuando la tendencia actual parece ser la de incorporar mercancías novedosas.

La mercancía se encuentra muy diversificada en unas zonas y muy especializada en otras. Como se menciona anteriormente, este aspecto está ligado a la antigüedad y sobre todo, al ambiente o espacio en que se ubica cada concentración.

◇ Por su población

La población ocupada en esta actividad tiene diferentes características, que pueden asociarse al tipo de concentración a la que pertenece antigua o reciente.

Cada concentración tiene características distintas debido a la integración de cada uno de los comerciantes con su zona en particular. Es decir, podemos encontrar concentraciones compuestas en su mayor parte por vecinos del lugar, y otras compuestas por integrantes de diferentes lugares que sólo coinciden por el lugar en que venden. De hecho en ambos tipos de concentración puede darse la incorporación de nuevos miembros, en un proceso aún no definido de aceptación al grupo.

Se tiene comúnmente la imagen del vendedor de vía pública que con vestimenta sencilla ofrece mercancía en pequeña escala y que por la forma en que se instala denota precariedad. Su actividad se asocia a lo humilde de su extracción, la cual no le permite acceder más que a trabajos de la misma escala por su nivel de preparación en general. Por tanto sus posibilidades de ubicarse en una ocupación formal son escasas, a ello pudiéramos agregar que como resultado del costo de la vida y el nivel de ingresos al que puede aspirar este sector de los comerciantes, debe aquilatar los beneficios que obtendría a través de una ocupación formal con las desventajas que le puede representar.(4)

Quienes se dedican a esta actividad informal aceleran el crecimiento bruto de la población, la incrementan; la migración del campo que se dedica a esta actividad informal, la migración del campo a la ciudad y de las localidades menores y medias a grandes metrópolis. Es sobre todo la población rural e indígena la que tiene los más bajos niveles de escolaridad pero, sobre todo, la que cuenta con menos capacitación para el trabajo, la que se dedica a estas actividades. Esto se justifica con el mito de la abundancia, de la ganancia fácil y de una vida más divertida e intensa que la existente en la comunidad rural tradicional o en la ciudad tranquila de provincia.

Desventajas de la Informalidad	
1.	Efectuar un trabajo pesado o de alto riesgo de accidente,
2.	De bajo ingreso,
3.	Altos costos de transporte, en el aspecto económico, de tiempo y de fatiga,
4.	Con prestaciones insuficientes o nulas (para cubrir sus necesidades),
5.	De carácter inestable (por existir gran oferta de mano de obra y contracción actual en las fuentes generadoras de empleo),
6.	También podemos agregar que dentro de este sector tienen mayores inconvenientes:
o	Los menores de edad,
o	Las mujeres con hijos o familia a su cargo, y
o	Las personas de edad avanzada.

Fuente: COABASTO 1993.

Otro grupo que viene a sumarse es el de la población que con mayor capacitación pero a falta de empleos suficientes, se encuentra desempleada y busca el auto-empleo desarrollando esta actividad, bien sea de manera esporádica, temporal, permanente o en tanto encuentra una mejor oportunidad de obtener un mayor ingreso o estabilidad y prestaciones.

De hecho, la incorporación de otros sectores de la población al comercio en vía pública, se debe a la aparente facilidad con que actualmente se puede acceder a vender mercancías de moda que tienen alta demanda y buen margen de ganancias; a que el poder adquisitivo se ha deteriorado y esta actividad permite obtener o complementar un ingreso de una forma accesible que sin

traba de horario, trámites costosos y largos o requisitos mayores, puede realizarse de tiempo parcial o completo y a que por este deterioro del poder adquisitivo los clientes buscan en el comercio en vía pública una manera de efectuar adquisiciones a un menor costo, es decir, darle un mayor rendimiento a su ingreso.

◇ Organización del comercio en vía pública

Por organización de los comerciantes en la vía pública se entiende, por una parte, la forma en que éstos se coordinan o se ponen de acuerdo para realizar sus actividades cotidianas, esto es, para dividirse y asignarse los espacios, para colocar sus instalaciones cuando las tienen, para adquirir, transportar, guardar sus mercancías e inclusive para la vigilancia en el territorio con el fin de protegerse de los delincuentes y también de los policías, inspectores y encargados de la vía pública de las delegaciones. Por otra parte, se entiende por organización del comercio en vía pública la creación y funcionamiento de las instituciones gremiales que los representan y que les permiten tener una fuerza que oponer a las autoridades gubernamentales para la defensa de sus intereses comunes.

Podríamos decir que hay algunos aspectos de los que se señalaron que son comunes a ambas formas de organización, sin embargo, dada la peculiaridad que caracteriza a los “ambulantes” en este sentido, es posible contemplarla en dos aspectos.

La organización por una parte surge de la necesidad de contar con un procedimiento, de una mecánica para realizar su actividad como comerciante y por la otra, surge de la necesidad de la defensa de su espacio y de su ocupación, o bien es la forma por la cual un individuo puede iniciarse como comerciante en la vía pública.

Por ahora dejaremos a un lado al aspecto práctico de la organización y nos centraremos en el segundo, no sin antes señalar que existe la necesidad de conocer las formas de organización cotidianas como son las formas de abastecimiento, transportación de la mercancía, de resguardarla, almacenarla, y protegerla, esto con la finalidad de conocer qué problemas enfrentan y cómo lo

están solucionando, qué tanto influyen éstos en los costos y repercuten por lo tanto en el precio de venta, qué tanto se ve mermada su ganancia.

En lo relativo a las organizaciones que lo representan, éstas surgen como una manera de defenderse de quienes se oponen a que realicen sus actividades y entre ellos no sólo se encuentran las autoridades, sino también los comerciantes de los pequeños, medianos y grandes establecimientos.

El comercio en la vía pública ha sido condenado por diferentes sectores de la sociedad bajo distintos argumentos, para unos representa una competencia desleal ya que no están obligados a pagar instalaciones, trámites para autorizaciones e impuestos, para otros desfavorece la imagen y entorpece el tránsito, otros más aluden que no responden por la mercancía ante los clientes, y también se dice que contamina el medio ambiente y son transmisores de enfermedades.⁽⁵⁾

Se aboga a su favor en el sentido de que es un freno a la delincuencia, como una alternativa para los desempleados, los incapacitados y los marginados, porque son un mecanismo de equilibrio en los precios y que frena la voracidad del comercio establecido. También son una alternativa para los consumidores que no tienen suficientes recursos y que son un factor de activación de la economía al dar salida a grandes volúmenes de productos procedentes de pequeñas y medianas empresas manufactureras y artesanales, que no cuentan con capital suficiente ni créditos, por lo cual requieren de una recuperación rápida de su inversión.

El gobierno capitalino por otra parte, ha llevado a cabo acciones para desalentar al comercio en la vía pública o bien frenar su crecimiento, pero esto no ha sido suficiente, los vendedores en la vía pública siguen creciendo y ocupando nuevos espacios. Los organismos que los representan han jugado un papel importante, éstos tratan con las autoridades de las delegaciones el respeto a sus áreas de venta, la dotación de nuevos espacios, la obtención de locales en los mercados públicos o de puestos en zonas de diversión.

Las organizaciones también funcionan como mecanismo de presión a las mismas autoridades y para ello organizan concentraciones o desfiles en forma de plantones, mítines, manifestaciones o bien invasiones de espacios.

b) Mercados móviles en vía pública

Como consecuencia de los factores antes mencionados, la Ciudad de México, ha experimentado en las últimas dos décadas, un importante incremento en el número de personas que se dedican a esta actividad, adoptando diversos esquemas y modalidades para su desarrollo. Por sus principales características esta actividad se puede clasificar en los mercados informales siguientes:

◊ *Mercados sobre ruedas*

El sistema de comercialización fue establecido con base en el acuerdo que fija las bases para el funcionamiento de los mercados sobre ruedas en el Diario Oficial del 5 de febrero de 1978. Su funcionamiento se da a través de grupos móviles que se establecen en terrenos baldíos, camellones, banquetas o arroyos de calles, constituidos en su mayor parte por locales semifijos que expenden productos básicos, especialmente hortofrutícolas. Operan en rutas propuestas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, con ubicaciones diferentes cada día. Se establecen en su mayoría en zonas populares y de alta concentración poblacional, para servir a las clientelas locales.⁽⁶⁾

Operan regularmente de las 08:00 a las 18:00 hrs., y realizan sus operaciones cumpliendo normas de ubicación y tamaño de los puestos, giros que manejan, utilización de básculas y medidas de higiene.

◊ *Tianguis*

Los tianguis representan un canal de apoyo popular de distribución de productos de consumo generalizado; principalmente en frutas y legumbres e incluso cárnicos, pescados y mariscos. Presentan en muchos casos, un medio accesible y eficiente para que grandes sectores de la población cubran necesidades de abasto en condiciones adecuadas de calidad y precio.

El ámbito de operación de los tianguis se presenta en las 16 Delegaciones del Distrito Federal, con aproximadamente 22,000 oferentes al

día en 163 ubicaciones diarias. Actualmente los tianguis enfrentan problemas relacionados con su operación, destacando como fundamental, su crecimiento desmedido y anárquico, que deriva conflictos tanto al interior de los mismos por la oferta excesiva como al exterior, al transformar la vía pública en asentamientos casi permanentes ocasionando problemas con los vecinos mas cercanos de la ubicación y su entorno urbano.(7)

La obsolencia del Reglamento de Mercados, marco jurídico que regula a los tianguis, ha permitido que las organizaciones se manejen al libre arbitrio de sus representantes.

En su operación un alto numero de tianguistas no cumplen las normas establecidas, privando en ellos la insalubridad, derivada de la carencia de servicios sanitarios, de la deficiente recolección de basura y del inadecuado manejo de productos perecederos y alimentos preparados, situación que genera riesgos para la salud de los consumidores. La mayoría de los tianguis afectan la vialidad representando en algunos casos serios riesgos para la ciudadanía. Prácticamente en todas las Delegaciones existe saturación de ubicaciones, un mismo espacio es utilizado el mismo día por dos o mas asociaciones y varios de ellos son ocupados todos los días por una o más de éstas, configurando de hecho concentraciones móviles en vía pública, presentan algunas características similares a los mercados sobre ruedas.

Los tianguis están regulados principalmente por el Reglamento de Mercados Públicos, sin embargo algunos lineamientos aparecen estipulados en el formato denominado Permiso de Operación de Mercados Móviles, así como en su anexo identificado como Normas Mínimas de Operación de los Mercados Móviles.(8)

Los Permisos de Operación de los Mercados Móviles que la anterior Coordinadora General de Abasto y Distribución (COABASTO), en coordinación con las Delegaciones del Distrito Federal, entrego en el año de 1988, ya han sido rebasados en sus padrones y reubicados en muchos casos por las Delegaciones.

A la actividad comercial del tianguis le resulta aplicable lo dispuesto por la Circular 015 emitida el 12 de noviembre de 1991 por la Secretaría General

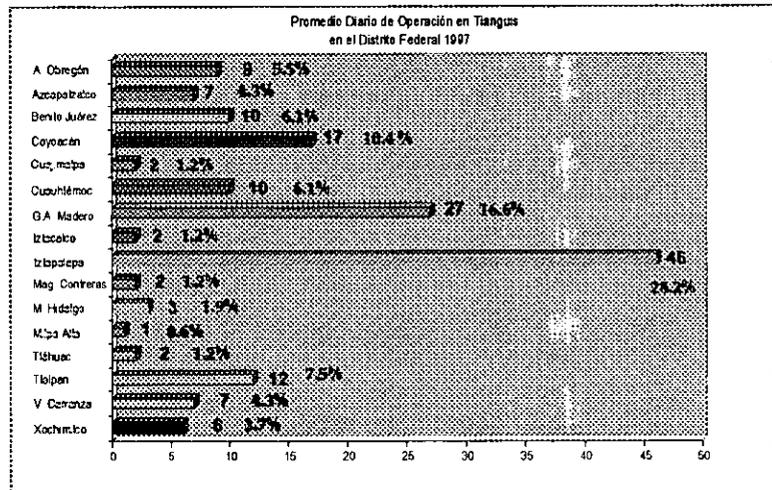
de Gobierno del Distrito Federal, en la que se establece que no se debe autorizar ningún nuevo tianguis, ni cambio de rutas, ni puestos adicionales a los ya existentes. Así mismo, establece que todo cambio de ruta debe ser valorado debidamente y reportado a dicha Secretaría General (9). Sin embargo, con los cambios de gobierno dados en el Distrito Federal, a partir del 6 de diciembre de 1997, con un gobierno electo hasta el año 2000, las características

Tabla de Promedio Diario de Ofrendes de Tianguis por Delegación									
No	Delegación	Lun.	Mart.	Miér.	Juev.	Vier.	Sáb.	Dom.	Promedio
1	A. OBREGÓN	853	737	351	787	762	707	1985	883
2	AZCAPOTCO	692	417	1063	1646	909	1096	68	958
3	B. JUÁREZ	761	735	975	1523	775	950	849	938
4	COYOACÁN	1990	1235	1721	1736	1124	2980	5023	2258
5	CUAJIMALPA	175	35	477	0	78	277	261	186
6	CUAUHTÉMOC	450	308	769	176	586	1534	2430	893
7	G.A. MADERO	2554	3015	4690	2999	2316	5755	7522	4121
8	IZTACALCO	580	1223	359	602	1216	956	627	794
9	IZTAPALAPA	4355	4879	9331	8797	5284	16041	9080	7959
10	M. CONTRERAS	320	200	145	310	260	470	435	306
11	M. HIDALGO	549	868	168	266	416	504	369	448
12	MILPA ALTA	0	0	0	0	0	0	150	150
13	TLÁHUAC	164	64	64	410	170	0	220	156
14	TLALPAN	953	933	605	954	940	927	1848	1023
15	V. CARRANZA	615	846	751	954	728	206	1110	744
16	XOCHIMILCO	108	83	136	131	125	355	157	156
	TOTAL	15119	15578	21605	21291	15669	32758	31775	21973

de los tianguis rebasa por mucho la reglamentación vigente, por lo cual es necesario actualizarla, en coordinación con la Asamblea de Representantes, aplicable a los mercados móviles, fijos, públicos y concentraciones de comerciantes.

(*) La Delegación de Tláhuac, opera solo un día.
Fuente: GDF. Secretaría de Desarrollo Económico 1997. Doc. Int.

La operación de estos asentamientos por lo regular hacen que se presenten conflictos viales y dificultades con los vecinos, entre otros el bloqueo de cocheras y el servicio de sanitarios, comercialmente presentan irregularidades en su operación y mantenimiento.



Fuente: GDF. DGACD, 1997.

La mayoría de las 163 ubicaciones en promedio diarias, se localizan en Coyoacán, Gustavo A. Madero e Iztapalapa, representando el 65% del total de ubicaciones en el D.F., con un promedio diario de casi 14,300 comerciantes.

◇ Concentraciones

Las concentraciones iniciaron su operación en los años 50's, como un mercado informal en zonas deprimidas y en general en terrenos irregulares, sin embargo el acelerado crecimiento de la población de la Ciudad de México, sobre todo a partir de los años 60's originó la proliferación de asentamientos irregulares y necesidades de servicios públicos que rebasaron en mucho la capacidad financiera del gobierno capitalino para satisfacerlas.

Surgieron bajo un esquema comercial carente de los servicios, aparecieron con el crecimiento de la mancha urbana y de las necesidades de abasto de esta población, quedando fuera de los radios de influencia de los mercados públicos.

Las grandes migraciones provenientes de las áreas rurales y en general de regiones atrasadas del país o de escaso desarrollo económico originaron polos de concentración demográfica importantes, como son los casos de Ciudad Nezahualcóyotl e Iztapalapa. Sin embargo, el rápido crecimiento de la población no propicio la generación de fuentes de trabajo, apareciendo los fenómenos del subempleo, pobreza y marginación social. Bajo este entorno socioeconómico, se generaron en la ciudad las condiciones para el surgimiento de las concentraciones de pequeños comerciantes, las cuales en principio se presentaban como actos dispersos e irregulares de comercio, pero con el tiempo se constituyeron en un importante canal al menudeo de alimentos para la población de más bajos recursos.(10)

Concentraciones en el Distrito Federal 1997		
Año	No.	Participación %
1950-1960	5	2.3
1961-1970	29	13.7
1971-1980	99	46.7
1981-1990	42	19.8
1991-1993	1	0.5
1994-1995	36	17.0
Total	212	100.0

Fuente: DDF. COABASTO 1994.

Operan en la ciudad 212 concentraciones que agrupan a 16,960 comerciantes aproximadamente, son instalaciones rudimentarias, cartón lámina o madera y en su caso ladrillo, sus ubicaciones son principalmente en remanentes y vialidades.

Operan sin permisos, licencia de uso de suelo, licencias de operación, etc. Sin embargo por su tamaño constituyen un canal específica de distribución al menudeo. La importancia relativa de cada giro se da con frutas, legumbres y artículos varios con el 60%.

El grueso de las ventas de las concentraciones está representado por alimentos en una proporción del 54.0%, siguiendo ropa y artículos del hogar con el 46.0%. Otra diferencia con los mercados públicos es que no manejan mercería, jarciaría, cremería, salchichonería, flores y plantas.

Giros Comerciales	
Concepto	Porcentaje
Frutas y legumbres	28.0
Carnes	7.0
Abarrotes	7.0
Alimentos preparados	12.0
Ropa	14.0
Artículos varios	32.0
Total	100.0

Fuente: GDF. DGACyD. Doc. Int. 1997.

Las concentraciones se ubican regularmente en las Delegaciones con población de menores ingresos. Así tenemos que el 56.6% operan en Iztapalapa y con Gustavo A. Madero, Iztacalco, Tlalpan y Xochimilco concentrando el 85.35% de los comerciantes agrupados y más de la mitad en Iztapalapa.

Concentraciones en H.D.F.		
Delegación	Número	%
TOTAL	212	100
Alvaro Obregón	11	5.18
Azcapotzalco	3	1.41
Benito Juárez	-	-
Coyoacán	8	3.77
Cuajimalpa	5	2.35
Cuauhtémoc	-	-
G.A. Madero	22	10.37
Iztacalco	9	4.24
Iztapalapa	120	56.60
Magd. Contreras	-	-
M. Hidalgo	1	0.47
Milpa Alta	-	-
Tláhuac	3	1.41
Tlalpan	16	7.54
V. Carranza	-	-
Xochimilco	14	6.60

Fuente: GDF. DGACyD 1997.

Por otra parte no existen concentraciones en las Delegaciones de Benito Juárez, Cuauhtémoc, Magdalena Contreras, Milpa Alta y Venustiano Carranza.

Desde el punto de vista de operación, las concentraciones cuentan con una infraestructura comercial precaria. Que se traduce a terrenos no legalizados, piso de tierra y escaso equipo de conservación para alimentos. Los locales tienen en promedio entre 4 y 8 M2, de acuerdo al giro que trabajan. Por su nivel de ventas compran poco y venden caro, no utilizan sistemas

de compra en común.

No existen en este momento, políticas a corto plazo para ordenarlas y regularizarlas en forma jurídica, funcional y comercialmente

◇ Bazares

Asentamientos comerciales tipo tianguis, que se ubican en zonas estratégicas de la Ciudad, operan por lo general los sábados, domingos y días festivos. Sus giros preponderantes son las artesanías, pinturas, objetos antiguos y ropa. La anuencia para su funcionamiento la otorga la Delegación Política.

Entre los bazares más conocidos se pueden mencionar el jardín de San Jacinto en San Angel, Jardín del Arte en la Colonia Cuauhtémoc, el del Oro en la Col. Roma, la Lagunilla y San Felipe de Jesús, entre otros.

c) Esquemas de reordenamiento del comercio popular

Estos corredores y pasajes fueron establecidos en 1993, con motivo del reordenamiento del comercio popular en el Centro Histórico de la Ciudad de México, con lo cual se ordenaron zonas de comercio público que habían llegado a extremos conflictivos en materia de sanidad, seguridad y paso vehicular. Materia de este estudio que se desarrolla en el tema IV.

◇ *Corredor Comercial*

Edificación construida con recursos crediticios de los comerciantes sobre la vía pública y en explanadas del S.T.C.-Metro, para el reordenamiento del comercio ambulante. Operan mediante la expedición de un Permiso Administrativo Temporal y Revocable a título oneroso.

Existen cuatro corredores, ubicados uno de ellos a un costado de la Basílica de Guadalupe, Delegación Gustavo A. Madero y tres en las explanadas del Metro Pino Suárez, Merced y Candelaria, en las Delegaciones de Cuauhtémoc y Venustiano Carranza, estas desarrolladas para comerciantes de vía pública del Centro Histórico - Merced de la Ciudad de México.(11)

◇ *Pasajes Comerciales*

Instalaciones comerciales fijas ubicadas en el interior de pasos a desnivel peatonales, operan con anuencia de la Delegación. Los pasajes se localizan principalmente, en los pasos de la calzada de Tlalpan y zonas de la Merced, en las Delegaciones Benito Juárez y Venustiano Carranza.

d) Oferentes de Servicios

Constituye un grupo heterogéneo con múltiples actividades, que ofrecen sus servicios mediante un pago convenido o mediante aportación voluntaria, ya sea un pago convenido o mediante aportación voluntaria, ya sea en áreas de alta afluencia peatonal o en puntos de concentración vehicular.

Entre los integrantes de este grupo, se distinguen subgrupos con peculiaridades distintas: Billeteros, voceadores y boleros, que lo mismo deambulan que se establecen en ciertos sitios, tienen una organización sindical y cumplen horarios diversos. Por la especialidad que desarrollan y por las características distintas, no se consideran como parte del ambulante. (12)

Otro grupo es el de oficios, algunos tan tradicionales como los zapateros remendones, soldadores y afiladores. También se consideran a quienes desarrollan actividades artísticas populares, entre los que se pueden mencionar a los mismos, organilleros, merolicos y músicos.

Los servicios asociados al flujo vehicular se han extendido últimamente. En este rubro se comprende a los de limpia parabrisas y payasos, que aparecen frente a los automóviles, en cruces viales importantes.

Los grupos de servicios, talleres automotrices y empresas de transportes que efectúan maniobras en la vía pública, son conceptos con una problemática compleja, con repercusiones vecinales y con una afectación importante al medio ambiente.

Por último, se incluye al grupo de vendedores que ofrecen seguros, terrenos y casa, servicios funerarios, viajes, etc.

e) Concentraciones temporales asociadas a festividades populares

Son conglomerados de comerciantes que se instalan en determinadas zonas y fechas, para aprovechar la concurrencia de personas con motivo de festividades . Operan mediante permisos de la autoridad delegacional y generalmente con la anuencia de los vecinos.

En este rubro se incluyen ferias callejeras alrededor de la iglesia de la colonia, con juegos mecánicos, expendedores de alimentos y golosinas. También se clasifican en este rubro principalmente a las Romerías Navideñas, la Feria del Juguete y Muertos.(13)

f) Ambulantes

Este concepto del comercio en vía pública constituye una problemática muy especial para la Ciudad, por su alto contenido social, económico y político. Es un fenómeno, que si bien tradicionalmente ha existido, a la fecha ha alcanzado altos niveles de crecimiento y concentración afectando derechos de los comerciantes establecidos, vecinos y de la comunidad en general.(14)

El ambulante es una figura comercial, por excelencia autónomo, que si bien forma conglomerados al coincidir con otros en determinados lugares , no constituyen esquemas estructurados que obedecen a reglas de operación, como es el caso de los mercados sobre ruedas.

Quizá en su origen el ambulante fue estrictamente itinerante para diferenciarse del comerciante establecido. Sin embargo a la fecha, el término es simplemente genérico y comprende diferentes modalidades, como quienes trabajan de forma permanente o quienes lo hacen eventualmente, asociados a espectáculos públicos o a puestos de concentración de fines de semana.

En esencia, el ambulante se rige por las condiciones de la calle, negocian su estancia en un determinado sitio con líderes y autoridades y elige libremente horarios y mercancías que expende. Se distinguen tres tipos de ellos: Los tempraneros, que inician su actividad generalmente a las 5:00 hrs., y terminan a las 9:00 hrs., los nocturnos, que operan a partir de las 19:00 hrs, y por último, los diurnos, que son la mayoría y que incluye todos los sitios, giros y modalidades.(15)

4. Formas de operación comercial

En su forma de operar, los comerciantes ejercen su actividad presentando tres modalidades: En puestos con algún tipo de estructura ya sea

fija o móvil, utilizando puestos sin estructura y finalmente, expendiendo sus productos o servicios sin necesidad de una instalación.

a) En puestos fijos

Comerciantes y prestadores de servicios que utilizan puestos generalmente metálicos, anclados en las banquetas y que expenden en la mayoría de los casos alimentos preparados y algunos servicios como cerrajerías y puestos de lotería. Funcionan mediante la tolerancia de la Delegación y su forma de organización es heterogénea, algunos pertenecen a liderazgos tradicionales, otros a organizaciones de invidentes y el resto son comerciantes independientes.

b) En puestos semifijos

Trabajan en estructuras desarmables, en su mayoría, tubulares o de madera, utilizando mesas y cajas con tablas, con paraguas o lonas para protegerse del sol y la lluvia. Se caracterizan por instalarse en la vía pública todos los días, retirándose con su mercancía al final de la jornada. Este grupo es el más abundante y el más dinámico.

Se organizan alrededor de líderes, existiendo la figura del “delegado” o responsable de calle, quien es el representante de la organización ante los inspectores de vía pública y los vendedores.

c) En vehículos rodantes

Por lo general trabajan un solo giro, como es el caso de los vendedores de hot dogs, algoneros y fruteros. Cumplen el servicio de proveer alimentos y bebidas a los comerciantes de tianguis y puestos semifijos y se organizan siguiendo a los liderazgos de los semifijos o de forma independiente.

Existen en particular comerciantes de dulces, chocolates y cigarros, que expenden su mercancía en carritos, por lo general de color naranja o de alguna marca cigarrera. Se observan principalmente en el centro de la Ciudad, parques, jardines, deportivos y accesos a cines, teatros y espectáculos públicos.

Tienden a desdoblarse sus giros con tinajas para venta de refrescos, sus liderazgos son independientes al resto de rodantes.

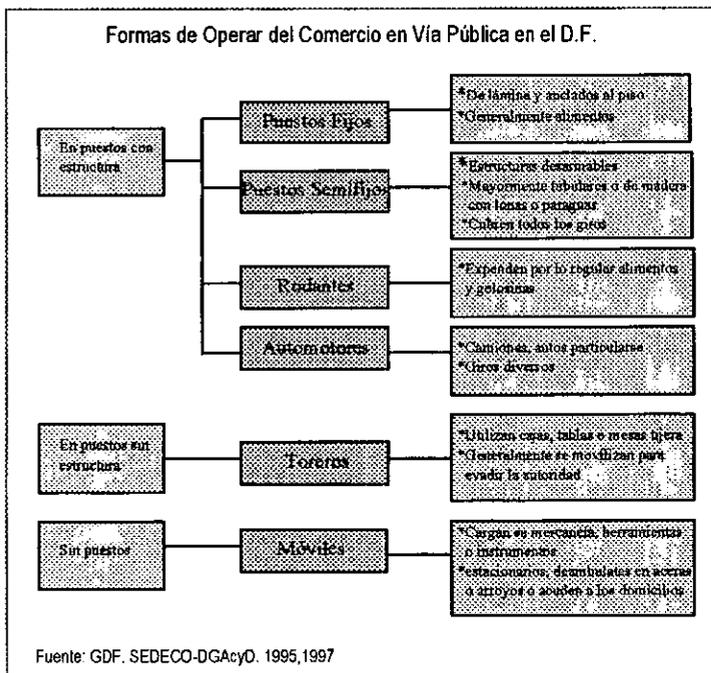
d) Vehículos automotores

Son vendedores que utilizan automotores, tipo sedán, combis, pick up y camiones. Se ubican principalmente en calles de la Merced, Central de Abasto, colas de tianguis, cruceros de vialidades importantes y alrededor de zonas y centros comerciales.

Trabajan por lo general productos de temporada como frutas, legumbres, flores, artesanías, perfumes y artículos de moda. Se instalan sin permiso oficial.

e) Comerciantes en puestos sin estructura

Grupo de comerciantes conocido como “toreros”. Son vendedores ambulantes que para expender su mercancía utilizan una manta, diablo o mesa tipo tijera y realizan su actividad evadiendo constantemente a los inspectores.



Algunos prefieren trabajar en forma itinerante o dentro de una determinada zona. Su esquema de organización y asignación de espacios o zonas de trabajo, es similar a la de los ambulantes semifijos, incluso buscan los mismos liderazgos, con el objeto de convertirse posteriormente en semifijos.

f) Comerciantes sin puestos

Son vendedores “móviles” que cargan sus mercancías, herramientas o instrumentos en bolsas, mochilas, cajas, cubetas o en las manos.

Se caracterizan por ejercer el comercio bajo un constante movimiento, ya sea deambulando por las calles o trasladándose de un lugar a otro. En esta categoría se identifican cuatro modalidades principalmente.

Modalidades Principales de Comercio	
1.	Asociados a espectáculos públicos (cines, teatros, fútbol).
2.	Asociados a semáforos y vialidades de alta concentración vehicular.
3.	Asociados al transporte público, ya sea abordando los vehículos o deambulando en los paraderos o estaciones.
4.	Vendedores de puerta en puerta.

Fuente: GDF.SECRETARÍA DE GOBIERNO-SEDECO 1995.

g) Cuantificación del comercio ambulante

Como se refirió, existe una gran heterogeneidad de personas dedicadas al comercio de bienes y servicios en la vía pública, ya que se encuentran tanto hombres como mujeres, personas adultas y jóvenes, gente sin oportunidad de trabajo formal y algunas que utilizan para obtener un ingreso adicional, vendedores con grandes recursos y otros con un limitado capital de trabajo, personas con educación formal y otras que carecen de ella, así como comerciantes con altos y medianos márgenes de utilidad y otros que sólo buscan sobrevivir.(16)

Participación Delegacional del Ambulantaje en el D.F.				
Delegación	Total	% D.F.	Importancia	% del D.F.
1. Cuauhtémoc	25,568	26.0	Alta Concentración	67.3
2. G.A. Madero	12,763	13.0		
3. Iztapalapa	7,895	8.0	Intermedias	15.6
4. Miguel Hidalgo	7,913	8.0		
5. V. Carranza	12,030	12.3		
6. A. Obregón	5,012	5.1		
7. Coyoacán	5,282	5.4		
8. Iztacalco	5,048	5.1		
9. Azcapotzalco	2,913	3.0	Baja Concentración	17.1
10. Benito Juárez	3,403	3.5		
11. Cuajimalpa	810	0.8		
12. M. Contreras	725	0.7		
13. Milpa Alta	781	0.8		
14. Tiáhuac	2,770	2.8		
15. Tlalpan	3,073	3.1		
16. Xochimilco	2,393	2.4		
Total	98,379	100.0		100.0

Fuente: Secretaría de Gobierno. Delegaciones Políticas 1996.

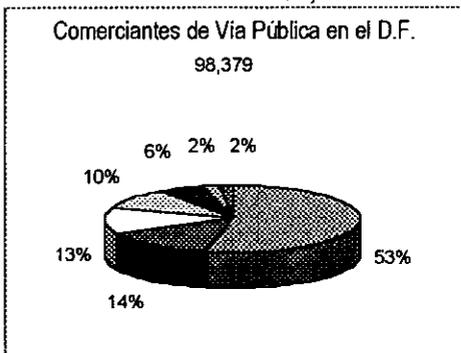
Dentro del comercio informal, destaca por su dinamismo, complejidad y problemática que genera para la sociedad, el grupo de ambulantes que de acuerdo con las cifras de diciembre de 1996, asciende a cerca de 100,000 mil personas, concentrándose cerca del 70% en cinco Delegaciones del Distrito Federal: Cuauhtémoc, Gustavo A.

Madero, Iztapalapa, Miguel Hidalgo y Venustiano Carranza.(17)

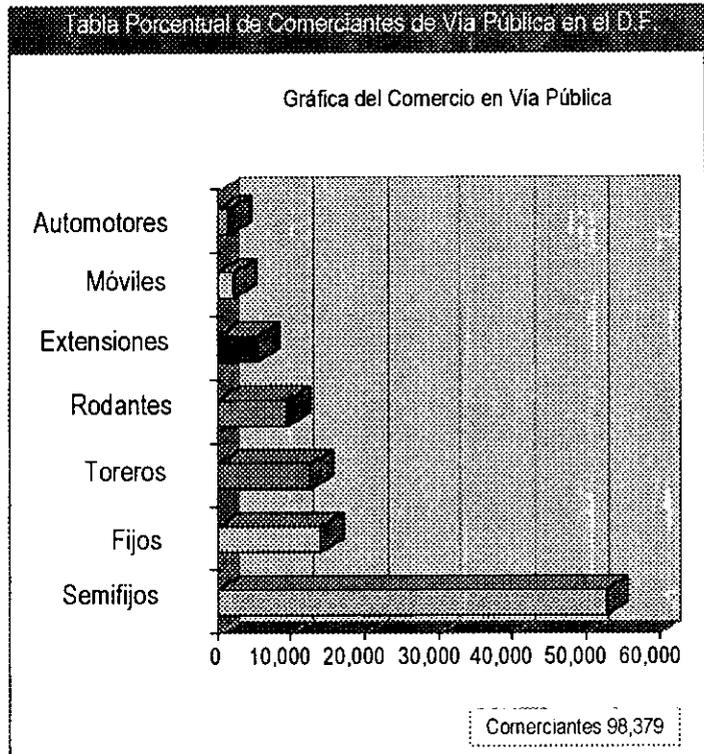
Para 1996, se estimó una cantidad de comerciantes en vía pública en el Distrito Federal, con la clasificación siguiente:

Comerciantes en vía pública:

<input type="checkbox"/> Semifijos	52,603
<input type="checkbox"/> Fijos	14,015
<input type="checkbox"/> Toreros	12,728
<input type="checkbox"/> Rodantes	9,647
<input type="checkbox"/> Extensiones	5,510
<input type="checkbox"/> Móviles	2,227
<input type="checkbox"/> Automotores	1,649
Total	98,379



Fuente: S.G. Delegaciones Políticas, 1996. Gráfica.



Fuente: Secretaría de Gobierno-Delegaciones Políticas GDF., 1996.

h) Marco regulatorio y atención institucional

Existe una diversidad de ordenamientos relativos al comercio en vía pública, como son : (18)

◇ Leyes

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.	⇒	Art. 27
Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal.	⇒	<ul style="list-style-type: none"> • SEDECO Art. 22. Fracción XVIII.- Establecer y coordinar los programas de abasto y comercialización de productos básicos, promoviendo la modernización y optimización en la materia. • DELEGACIONES Art. 32 fracción IV.- Otorgar permisos para el uso de la vía pública, sin que se afecte la naturaleza y destino de la misma. ver, V, VII, X,

	⇒	XV, XXIII, XXX, XLIV.
Ley General de Bienes Nacionales.	⇒	Art. 1, 2, 16, 17 fracciones IV, V. 18, 20, 29, 30, 96, 97, 98.
Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal.	⇒	Art. 1, 3 fracciones III, IX, 5, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 45, 90, 91.
Ley sobre Justicia en materia de Faltas de Policía y Buen Gobierno.	⇒	Art. 1, 2, 6, 8, 10, 13, 18, 19, 21.

◇ Reglamentos

Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal.	⇒	<ul style="list-style-type: none">• Dirección General de Abasto Comercio y Distribución. Art. 1, 2, 29.- fracción IV, Normar y supervisar las operaciones y funcionamiento de los Mercados Públicos, Plazas y Pasajes Comerciales, Centrales de Abasto, Concentraciones, Tianguis, Mercados Sobre Ruedas y Centros de Acopio, Comercialización de bienes de consumo.• Delegaciones del GDF. Art.76, 77 fracción II.- Otorgar licencias y autorizaciones de los giros sujetos a los reglamentos gubernativos.
Reglamento de la Ley sobre Justicia en materia de faltas de policía y buen gobierno.	⇒	Art. 1, 3, Fracciones VI, XI, XV.
Reglamento de Construcciones.	⇒	Art. 6, 12, 13, 14, 16, 337, 344, 345, 346.

◇ Códigos

Código Financiero 1997.	⇒	Art. 263 fracción II.
-------------------------	---	-----------------------

◇ Bandos, Acuerdos y Ordenanzas

a) Bando.	⇒	Bando por el que se prohíbe el ejercicio del comercio en la vía pública en puestos fijos, semifijos y de cualquier otro tipo en las calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el DDF para la primera fase de desarrollo del PMCP (D.O. 12 julio de 1993).
-----------	---	--

b) Bando.	⇒	Acuerdo que tiene por objeto dictar en el orden administrativo las medidas conducentes al adecuado cumplimiento del Bando expedido por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, en el que se prohíbe la utilización de la vía pública dentro de los perímetros referidos en los considerandos del bando citado (D. O. 27 agosto de 1993).
c) Ordenanza.	⇒	Ordenanza expedida por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, mediante la cual las instalaciones del Sistema de Transporte Colectivo - Metro, han sido declaradas zonas de alta seguridad y por lo tanto, ha quedado prohibida la instalación de puestos semifijos para el comercio de cualquier género de objetos. (D. O. 6 enero de 1993).
d) Acuerdo.	⇒	Acuerdo número 11/98 mediante el cual se emite el programa de reordenamiento del comercio en vía pública y los criterios para la aplicación de las cuotas por concepto de aprovechamiento por el uso o explotación de vías y áreas públicas para realizar actividades mercantiles. (G.O. D.F. 16 febrero de 1998).
e) Acuerdo.	⇒	Acuerdo por el que se publican los formatos que se deberá utilizar en las Delegaciones políticas del Distrito Federal, para el otorgamiento de permisos de uso en la vía pública y el de encuesta que se aplicaran con fines comerciales.(G.O.D.F. 23 marzo 1998).

El Reglamento de Mercados Públicos les norma a grandes rasgos, en su capítulo I, relativo a las disposiciones generales, se define el funcionamiento de los mercados en el Distrito Federal como un servicio público, el cual estará a cargo del GDF (Art. 1).

El artículo tercero del Reglamento de Mercados, en sus diversas fracciones define figuras, tales como:

- I. Mercado Público;
- II. Comerciantes Permanentes;
- III. Comerciantes temporales;
- IV. Comerciantes ambulantes A;
- V. Comerciantes ambulantes B;
- VI. Zonas de Mercados;
- VII. Puestos permanentes o fijos, y
- VIII. Puestos temporales o semifijos

Fuente: Reglamento de Mercados D.O 1951.

Por su importancia y relación con el tema, se debe entender por:

Mercado Público como: el lugar o local, sea o no propiedad del GDF, donde concurren una diversidad de comerciantes y consumidores en libre competencia, cuya oferta y demanda se refiera principalmente a artículos de primera necesidad.

Puestos Temporales o Semifijos, donde los comerciantes temporales deban ejercitar sus actividades de comercio.

Asimismo, en su Capítulo VI trata de manera general a las Asociaciones de Comerciantes, su formación con un mínimo de 100 asociados (Art. 77), la obligatoriedad de su inscripción en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio, y ante el propio G.D.F., (Art. 79), su obligación de colaborar con el G.D.F., en el debido cumplimiento de este Reglamento y de la Ley de Hacienda del G.D.F., (Art. 80), y su posibilidad de constituirse en federaciones, constituidas con 20 asociaciones como mínimo y éstas a su vez en confederaciones (Art. 81).

El esquema comercial de los Mercados Sobre Ruedas es coordinado por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y su marco jurídico se basa principalmente en el Acuerdo que fija las bases para el funcionamiento de los Mercados Sobre Ruedas, publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 5 de septiembre de 1978 y en el Instructivo de Operación del Sistema Nacional de Mercados Sobre Ruedas, publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 3 de abril de 1979.

Para el caso del comercio en vía pública a través de las plazas comerciales populares. Durante los ejercicios fiscales correspondientes a los años de 1993 a 1998, el Gobierno del Distrito Federal apoyo, emitiendo un Acuerdo por el que se otorgan subsidios fiscales y facilidades administrativas a las personas físicas y morales que construyan espacios comerciales en el Distrito Federal, así como a los comerciantes de vía pública del Centro Histórico que adquirieran los locales. El 29 de enero de 1998 el Gobierno del Distrito Federal, refrenda el acuerdo. Contemplando apoyos sobresalientes que, en materia de (ambulante) mejoramiento del comercio popular, se requieren para consolidar las plazas del comercio popular.

Referencias Capitulo III

- 1 *Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México. Economía Informal. Perspectiva del Vendedor de Vía Pública. Adalberto García Rocha. Colegio de México-CANACO 1990. pag.15.*
- 2 *Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México. Quién Provee a los Ambulantes?. Simplificación Administrativa CANACO 1989. pag.4 - 9.*
- 3 *Fernando Rello y Demetrio Sodi. Abasto y Distribución de Alimentos en las Grandes Metrópolis. Nueva Imagen. pag. 18.*
- 4 *Idem.*
- 5 *CANACO, Economía Informal. Ob. cit. pag. 9.*
- 6 *Véase: Diario Oficial de la Federación del 5 de septiembre de 1978. Acuerdo que fija las Bases para el Funcionamiento de los Mercados sobre Ruedas. SECOFI.*
- 7 *Documento de Información para las Delegaciones del Distrito Federal. Secretaría de Desarrollo Económico y la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución 1997.*
- 8 *Véase: Permiso de Operación de Mercados Móviles y Normas Mínimas de Operación 1988, (Anexo 1 y 2).*
- 9 *Véase: Circular 015, emitida el 12 de noviembre de 1991, por la Secretaría General de Gobierno del Distrito Federal, (Anexo 3).*
- 10 *DDF-COABASTO. Programa de Regulación de Concentraciones 1994.*
- 11 *Véase: DDF. Memoria (s) de Gestión del Periodo de Diciembre de 1988 a Agosto de 1994. Coordinación General de Abasto, y Distribución. COABASTO, noviembre 1988.*
- 12 *Véase: SEDECO-DGACyD . Dirección de Modernización. Esquemas del Comercio 1995.*

- 13 *Idem.*
- 14 *Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México. Economía Informal y Ambulantaje en la Ciudad de México 1997. pag. 2.*
- 15 *Esquemas de Comercio. Ob. cit. pag.1.*
- 16 *Véase: DDF. Memoria (s) de Gestión del Periodo de Diciembre de 1988 a Agosto de 1994. Subcoordinación de Integración Comercial y Social, noviembre 1988. pag. 22 y 23.*

DDF. SEDECO-DGACyD. Memoria (s) de Gestión del periodo de diciembre de 1994 a noviembre 1997. Secretaría de Desarrollo Económico y Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución. pag.16-20.

- 17 *DDF. SEDECO-DGACyD. Foro de Consulta Popular de Abasto y Comercialización, 25 de abril de 1995.*

DDF. SEDECO-DGACyD. Memoria del Foro Sobre el Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal, del 25 al 28 de febrero de 1997.

- 18 *Consulta: Ordenamientos Normativos. Diario Oficial de la Federación. Reglamento de Mercados 1951.*

Véase: Estadística Básica de la Ciudad de México. Consejo de Fomento del Distrito Federal 1997. pag. 3.

IV. Realización del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular

El reordenamiento de 10,000 comerciantes del Centro Histórico de la Ciudad de México constituyó, sin duda, un reto sin precedentes para las autoridades del Distrito Federal, sobre todo si se toma el breve tiempo en que debía ser atendido este compromiso, el cual involucro por su propia naturaleza, importantes connotaciones políticas, económicas y sociales.(1)

El Programa de Reordenamiento del Comercio Popular, constituido por el Gobierno de la Ciudad, para dar atención inmediata a la problemática que dicho reordenamiento suponía, y cuya coordinación y vigilancia recayó en la extinta Coordinación General de Abasto y Distribución del D.F., proponiendo instrumentar estrategias y acciones, que permitieran a las autoridades capitalinas ofrecer a los comerciantes en vía pública, al comercio formalmente establecido y a la ciudadanía en su conjunto, soluciones para garantizar en el corto plazo, una convivencia armónica y justa, con ello pretendiendo dar respuesta con ello a los planteamientos que en ese momento la sociedad demandaba.

Por sus características, el Programa previó la realización de un conjunto de actividades heterogéneas, para cuyo cumplimiento se establecía una participación corresponsable en las diferentes dependencias del Gobierno del Distrito Federal en 1993.

El presente documento pretende mostrar, el esquema general de operación desarrollado para la instrumentación del Programa, en el que se describen los objetivos, alcances, atención geográfico, instrumentos de apoyo, mecanismos de concertación, sistema inmobiliario, proyectos, desarrollo y ejecución de obras, esquema financiero y su entorno urbano. Así como una evaluación del mismo y los resultados obtenidos.

1. Factores Generales

El comercio popular constituye uno de los canales de abasto y distribución de mayor relevancia en el país y es especialmente significativo, por su magnitud en el ámbito de la Ciudad de México, tanto el que se desarrolla al

interior de los mercados públicos, como el que se lleva a cabo a través de establecimientos mercantiles de carácter público y privado.⁽²⁾

En forma paralela a este segmento formalmente constituido, se ha desarrollado tradicionalmente el denominado comercio en vía pública o ambulante. Su origen en el país es muy remoto y forma parte de un fenómeno mundial que opera bajo muy distintas características, así como con diferentes niveles de observancia de la legislación en la materia. En la Ciudad de México, esta forma de comercio encuentra en la actualidad una de sus más extendidas y complejas manifestaciones.

Hace algunas décadas el abasto de productos básicos, en ausencia de la infraestructura comercial necesaria, recaía en buena medida en el comercio instalado en la vía pública, cuya proliferación alcanzaba ya niveles muy importantes, generando con ello problemas de vialidad, salud y seguridad pública. A ello se dio respuesta con la construcción y operación de un gran número de mercados públicos que permitieron en su momento el ordenamiento de esa modalidad comercial.

En efecto, durante el periodo 1951-1988, se construyeron con dicho propósito, 310 mercados públicos, que representan el 99.35% del total existente a la fecha ⁽³⁾. Si bien es innegable que después de dicho lapso se dejaron de construir mercados, también lo es que en las últimas décadas, con escasas excepciones, poco se atendió la creación de espacios comerciales públicos para especialidades distintas a las del abasto alimentario y abarrotero.

A esta situación vino a añadirse el crecimiento demográfico natural de la población, los importantes movimientos migratorios del campo a la ciudad que la han convertido en una de las más populosas del orbe, con el consiguiente aumento de todo tipo de actividades, tanto en el sector formal, como de manera especial en el sector informal de la economía capitalina.

Lo anterior, obedece fundamentalmente a una estricta lógica comercial derivada de una oferta y demanda reales, para un grupo importante de productos que la propia población ha hecho necesarios. Esta situación, implica que, quienes ejercen el comercio en la vía pública realizan esta actividad por resultarles remunerativa, aunado al hecho de una ausencia de opciones de

empleo de niveles de ingreso equivalentes a los obtenidos mediante dicha modalidad.

Todo esto ha configurado una problemática social, política y económica que, en la actualidad adquiere características de extrema gravedad, pues si bien es innegable el derecho de cualquier mexicano para hacer del comercio su actividad económica, también lo es que este esquema de mercado representa una violación flagrante al derecho de los comerciantes formal y legalmente constituidos, ya que esta práctica afecta su actividad económica. Esta situación impacta también en la sociedad en su conjunto, cuyos índices en materia de seguridad, vialidad, contaminación y salud se han visto seriamente deteriorados.

2. Atención del Gobierno de la Ciudad

Es responsabilidad del gobierno del Distrito Federal, regular, ordenar y establecer el equilibrio de una sociedad. Además de preservar, mantener y mejorar la imagen urbana de la Ciudad de México, especialmente en aquellas zonas que, como el Centro Histórico, le proporcionan identidad histórica y enriquecen su patrimonio cultural.

Por ello, fue que ante esta petición de la sociedad y de sus responsabilidades, el Gobierno inicio a partir del primero de julio de 1992, el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular (PMCP). En este sentido, el programa se estableció para ser desarrollado en forma integral, es decir con una planeación que ofreciera alternativas con resultados inmediatos y concretos, conjugando los diversos factores que integran la problemática y estableciendo opciones de solución, bajo un esquema de diálogo con todos los participantes.

a) Objetivos

El programa de Mejoramiento del Comercio Popular, por conducto de la Coordinación General de Abasto y Distribución, estableció los objetivos siguientes:

- ◇ Fortalecer y hacer más eficientes las condiciones de trabajo del comerciante informal, proporcionar seguridad en el desarrollo de su

actividad y dotarlo de un patrimonio familiar propio, así como transparentar las operaciones comerciales realizadas por este segmento del comercio popular.

- ◇ Fomentar la incorporación gradual del comercio popular en la vía pública, hacia un régimen formal, estable y permanente, y
- ◇ Establecer las bases y acciones necesarias que conduzcan a garantizar la desocupación del Centro Histórico de la Ciudad de México por parte de comerciantes ambulantes.

En el marco de estos objetivos generales, al programa se le asignó un objetivo lindante: el Rescate Urbano del Centro Histórico, esto quiere decir que en las calles ahí comprendidas, a partir de que entren en funcionamiento los nuevos espacios comerciales, que constituyen el ámbito operativo del programa, no se permitirá la actividad de ningún comerciante en vía pública, lo que significaba la reubicación de alrededor de 10,000 comerciantes. Adicionalmente se darían apoyos a inmuebles colindantes para su remozamiento.

b) Dimensionamiento del Programa

Para el cumplimiento de los objetivos señalados, los cuales en esta fase del Programa aún no reflejaban la magnitud de la problemática a la que se tendrían que dar respuesta, hizo necesario definir con toda precisión el espacio territorial objeto del mismo, a efecto de ubicarlo en su dimensión exacta y determinar así los alcances de éste.

□ Ámbito Geográfico

De esta manera, el Programa como primera etapa identifico plenamente dentro del área correspondiente al Centro Histórico de la Ciudad de

Cuauhtémoc	Venustiano Carranza
1. La Merced poniente	1. La Merced Oriente (San Lázaro - Tapo)
2. Primer cuadro norte	
3. Primer cuadro sur	
4. Allende	
5. La Alameda	

Fuente: PMCP. Encuesta 1992. Doc. int.

México, la demarcación geográfica que interesaba atender, la cual se conformó con el perímetro "A" de la Delegación Cuauhtémoc y por un segmento del perímetro "B" de la

Delegación Venustiano Carranza, constituyéndose este espacio en el universo de atención del Programa.

Con el propósito de normar, ordenar y orientar los trabajos de auscultación del espacio territorial en estudio, dicha área se subdividió en seis zonas delimitadas en las Delegaciones participantes.

La determinación de dicho ámbito espacial respondió a criterios del Programa, de objetivos, de necesidad y urgencia y al reconocimiento de que dichas zonas son las que popular y oficialmente se reconocen como Centro Histórico de la Ciudad de México, donde se ubica el mayor número de edificios estéticamente relevantes e históricamente significativos, y donde igualmente se localiza el sector urbano en el que la ocupación de calles y banquetas agrava con mayor repercusión los problemas de vialidad, afecta el desarrollo turístico y obstruye la operación regular del comercio establecido.(4)

c) Concertación con grupos organizados

Una vez definido el alcance territorial y con el propósito de conocer fielmente el universo de los comerciantes ambulantes establecidos en dicha demarcación, lo que permitiría contar con información sobre la exacta dimensión de la problemática observada y en consecuencia, sopesar las medidas de acción que tendría que ofrecer el PMCP, identificó a todas y cada una de las agrupaciones representadas en ese espacio, con las que mantuvo un diálogo permanente, que coadyuvó a la generación de soluciones recíprocas.

Al respecto, participaron más de sesenta organizaciones formalmente constituidas con las cuales se llevaron a cabo innumerables reuniones de trabajo a fin de darles a conocer la importancia y trascendencia del Programa, los alcances, acciones y estrategia del mismo, las tareas que se tendrían que emprender coordinadamente, así como la conveniencia de asumir compromisos formales para la consecución del proyecto. Sobre el particular, llevaron a cabo más de 1,000 reuniones, con una duración total de 1,610 horas, lo que significó 210 días laborables de diálogo ininterrumpido.(5)

En este sentido, el Programa alcanzó en el corto plazo avances significativos, toda vez que logró entre las organizaciones mencionadas y el

Gobierno de la Ciudad, suscribir un acuerdo, mediante el cual ambas partes se obligaron en el ámbito de sus respectivas responsabilidades a adoptar las medidas y acciones necesarias para regular la actividad comercial en la vía pública y avanzar conjuntamente hacia la inserción gradual de este segmento del comercio popular a un régimen formal y estable de su actividad. Al respecto, conviene señalar que para la firma de dicho acuerdo, convinieron entre las organizaciones de ambulantes y las autoridades del Gobierno, la no intervención de partido político alguna, con el propósito de que el Programa no adquiriese matices partidistas.(6)

d) Cuantificación del Ambulantaje

Dentro de este contexto, se estableció el compromiso formal de emprender las acciones inmediatas que condujeran a la cuantificación e identificación de los comerciantes en la vía pública; precisándose, el número de éstos, los giros comerciales representados, el tipo de puestos existentes, la agrupación a la que pertenecían, su ubicación física y horarios entre otros.

Es así que practicaron seis censos, más de veinte conteos, e innumerables levantamientos diarios y semanales en 307 manzanas, 164 calles y 1,081 tramos, de que se conformaron las seis zonas objeto del Programa. Durante el período comprendido entre los meses de julio y diciembre de 1992 el PMCP, obtuvo un censo único y definitivo con información precisa sobre el número de comerciantes de vía pública, establecidos en los perímetros del Centro Histórico de la Ciudad de México.(7)

Como resultado de dichos levantamientos, se identificaron las calles y los tramos ocupados por vendedores en vía pública. Información que sirvió de base para la determinación del universo del ambulantaje en el Centro Histórico de la Ciudad de México, el cual ascendió en números redondos a 10,000 comerciantes informales.(8)

Distribución de Giros en Censos		
Giros	%	Acti %
1. Alimentos preparados	11	
2. Alimentos sin preparar	11	22
3. Ropa y calzado	30	
4. Bisutería y perfumes	10	
5. Aparatos eléctricos	5	
6. Cassettes y discos	4	
7. Papelería y artículos escolares	3	
8. Herramientas y refacciones	2	
9. Juguetes	4	
10. Combinaciones (No perecederos)	2	
11. Otros (No perecederos)	18	78
Total	100	100

Fuente: Programa Censal 1992.

De los levantamientos de información, se desprendió el hecho de que del total de los comerciantes en vía pública, el 78% expende productos no perecederos y el 22% restante se dedica a la venta de alimentos preparados y sin preparar.(9)

La distribución porcentual por tipo de giro, obtenida del proceso de levantamiento censal, mostró los giros y el comportamiento de comerciantes.

Concepto	%
1. Alimentos preparados	11
2. Alimentos sin preparar	11
3. Ropa y calzado	30
4. Bisutería y perfumes	10
5. Aparatos eléctricos	5
6. Cassettes y discos	4
7. Papelería y artículos escolares	3
8. Herramientas y refacciones	2
9. Juguetes	4
10. Combinaciones (No perecederos)	2
11. Otros (No perecederos)	18
Total	100

Fuente: PMCP. Encuesta 1992. Doc. Int.

Estos indicadores constituyeron la información básica a partir de la cual, se planteó el diseño de los espacios formales de reordenamiento, determinándose así, como solución a la problemática del ambulante, la formalización de proyectos para la construcción de plazas, pasajes y corredores comerciales.

Esta información represento, uno de los insumos que permitió el proceso de adquisición de predios, necesarios para la realización de los estudios de factibilidad para el desarrollo y ejecución de los proyectos comerciales.

Los diferentes puntos que se han expuesto en este apartado tuvieron como propósito, presentar de una manera global, una visión cualitativa y cuantitativa de la problemática que el ambulante representaba y que el Programa estableció, previa ejecución del proyecto del Mercado de San Ciprián (10), que sirvió de referencia en la solución de los objetivos del PMCP.

3. Instrumentos del programa

Identificado plenamente por el Programa, la magnitud de lo que representaba para el Gobierno, dar respuesta con acciones concretas a la problemática del comercio en vía pública, como parte de sus objetivos, contempló la realización de una serie de actividades orientadas a la materialización de los proyectos integrantes del mismo. Es decir, ya contaba

con información fidedigna sobre el universo objeto del Programa, correspondía después, llevar a cabo las tareas concretas de solución.

a) Establecimiento de una Bolsa Inmobiliaria

Para responder a la demanda de terrenos que se requerían, se consideró imprescindible el establecimiento de una bolsa inmobiliaria, mediante la cual se dotaría al Programa de los predios más adecuados en materia comercial.

Para la localización de los predios factibles de incorporar a la bolsa inmobiliaria, se procedió en primera instancia a la realización de recorridos terrestres y aéreos, en todas aquellas zonas aledañas al Centro Histórico, cuya ubicación geográfica apuntaba a su posible viabilidad comercial, así como a la revisión del catastro del Gobierno del Distrito Federal en la identificación de predios baldíos en la demarcación de atención.⁽¹¹⁾

Derivado de estas tareas examinaron alrededor de 700 predios, los que a su vez fueron objeto de una evaluación previa, cuya calificación inicial los validara para los objetivos del Programa y proceder en su caso, a la identificación del propietario y negociación preliminar, definiendo hasta posibles costos de adquisición.

Una vez determinados ambos elementos y confirmada la virtual disponibilidad del terreno, ya fuese por ser éste propiedad del Gobierno del D.F., ya porque existía disposición del propietario para negociar su enajenación, el mismo se incorporaba a una segunda fase de evaluación que incluía la formalización de un avalúo por parte de la Comisión de Avalúos de Bienes Nacionales (CABIN), los levantamientos topográficos necesarios y la integración primaria de expedientes, y según el caso, la prenegociación con el propietario, o la solicitud de adjudicación por parte del Departamento Central en los términos de la legislación en la materia.

Asimismo, dichos predios fueron objeto de proyectos iniciales, a afecto de confirmar su viabilidad comercial y su aceptación en cualquiera de las modalidades de operación comercial establecido, así como para la realización preliminar de proyectos urbanísticos y arquitectónicos, que incluyeron perspectivas, dimensionamientos y cálculos globales ⁽¹²⁾. Esta tarea fue

fundamental, ya que precisamente la viabilidad comercial fue una condición indispensable para que la oferta de nuevos espacios tuviera validez y coadyuvara al proceso de reordenamiento.

De los 700 predios incorporados provisionalmente a la bolsa inmobiliaria para su evaluación y en consecuencia, determinar su aceptación o rechazo, se seleccionaron 40 de ellos, los cuales reunieron las condiciones de disponibilidad, viabilidad comercial, ubicación estratégica, costos y aceptación por parte de las agrupaciones de comerciantes.⁽¹³⁾

Conjuntados todos los elementos anteriores, procedieron en el caso de los terrenos propiedad de particulares a la negociación con los propietarios, para formalizar su compra, escrituración e inscripción en el Registro Público de la Propiedad, mientras que para los predios del G.D.F., realizaron las gestiones necesarias para su desincorporación y/o cesión de derechos a título oneroso. De esta manera, el Programa incorporo recursos territoriales que le permitieron comenzar formalmente la construcción de plazas, pasajes y corredores comerciales, dando inicio al proceso de reordenamiento.

b) Proyectos y construcción

Una vez confirmada la viabilidad comercial de los predios que integraban la bolsa inmobiliaria definitiva, procedieron a la definición de los proyectos inmobiliarios, en el entendido de que las diferentes modalidades de plazas, pasajes y corredores previstas en el Programa, respondían a características urbanas y comerciales distintas, de acuerdo con las condiciones de cada predio disponible o con la naturaleza del giro comercial objeto de reordenamiento.

La infraestructura comercial que planteó el PMCP, constituyó un nuevo concepto comercial para el abasto popular, ya que incorporó hasta donde fue factible tecnología moderna. Bajo esta nueva concepción, la infraestructura estuvo conformada en un 90% por pasajes y corredores, con el propósito de lograr en lo posible, la lógica de compraventa tal y como se practica en las calles, propiciando con ello la afluencia masiva de compradores potenciales.

Por ello, es que los proyectos se asentaron en las cercanías de las estaciones del S.T.C-Metro, paraderos de transporte colectivo y de espacios destinados a servicios públicos. Cuando los predios no contaban con estas características, reencauzaron vialidades existentes, construyeron desviaciones y reubicaron paraderos, para asegurar la afluencia comercial.

El Programa contempló también, como parte del esquema de recuperación financiera, la construcción de grandes plazas comerciales, bajo una concepción que incluyera espacios comerciales destinados para su enajenación a la iniciativa privada, los que dieron lugar al establecimiento de las denominadas “tiendas ancla”, que resultaran atractivas para el comprador potencial y que no le representaran competencia alguna a los giros de los comerciantes ambulantes, a efecto de asegurar el éxito comercial de los proyectos. Esto se sujetó a las características específicas de los terrenos, a la combinación de los giros, al número de comerciantes y a la ubicación de cada grupo de reordenación.

Incluyeron en algunos casos, como parte del mencionado esquema de recuperación inmobiliaria, la construcción de estacionamientos a efecto de que éstos se vendieran a particulares, conjuntándose 3,035 cajones de estacionamiento, mismos que coadyuvaron a satisfacer esta necesidad en el Centro Histórico de la Ciudad.

Cuando el proyecto se aprobaba, se le asignaban los recursos necesarios, a través de mecanismos financieros y se convocaba a licitación pública para la adjudicación del contrato de obra a las empresas constructoras que garantizaran la realización de la

Plazas Comerciales Populares		
Ubicación	No. Locales	Ent. a Comerciantes
Cauhtémoc:		
1. Pino Suárez	402	12 mayo 93
2. San Antonio Abad II	264	12 mayo 93
3. Tacuba	238	12 julio 93
4. Pensador Mexicano	325	14 agosto 93
5. La Paja	101	21 agosto 93
6. Soledad-Circunvalación	765	29 agosto 93
7. Roldan	300	29 agosto 93
8. Vizcaínas	243	29 agosto 93
9. San Antonio Abad I	156	31 agosto 93
10. Meave	406	25 noviembre 93
11. Isabel La Católica	91	26 noviembre 93
12. Mesones	578	26 noviembre 93
13. Artesanos del Centro	179	29 noviembre 93
14. San Ildefonso	105	6 diciembre 93
15. Carranza	159	* diciembre 1997
16. Rayón I	275	* diciembre 1997
17. Colombia (I.P.)	350	6 marzo 1994
18. Cauhtémoc (I.P.)	397	* diciembre 1997
Venustiano Carranza		
1. San Lázaro Tapo	252	20 agosto 93
2. General Anaya	21	30 agosto 93
3. Manzaneros	65	30 agosto 93
4. Hierbas	107	30 agosto 93
5. C.C. Candelaria	232	31 agosto 93
6. C.C. Merced	559	31 agosto 93
7. Conjunto Merced	1523	15 octubre 93
8. Canal	46	22 noviembre 93
9. Esteban Martí	74	26 noviembre 93
10. Naranjeros	40	26 noviembre 93
Total 28 plazas	5253	

Fuente: Carpeta de Entrega DDF. COABASTO 1993 y SEDECO 1997.

misma en los tiempos y costos previstos para el proyecto correspondiente. Con objeto de asegurar el cumplimiento de los requisitos técnicos de los proyectos y de los avances previstos en los calendarios de obra, el Programa instrumentó un sistema de seguimiento físico - financiero.(14)

El Programa llevó a cabo la construcción de 28 plazas comerciales, que contienen alrededor de 9,000 locales. Estos proyectos se sembraron en una superficie cercana a los 200,000 metros cuadrados.(15)

c) Esquema Financiero

El programa previó la construcción de plazas comerciales bajo el régimen de propiedad en condominio, y la edificación de plazas para arrendamiento. Esto último para aquellas que se ubicaron en predios propiedad del Sistema de Transporte Colectivo-Metro.

Las condiciones financieras dadas, fueron blandas y accesibles que las del mercado que imperaban, de tal suerte que los convirtiera en verdaderos sujetos de crédito, dado que ayudaría a la máxima recuperación del capital invertido.

Con un esquema instrumentado con Nacional Financiera, para la obtención de un financiamiento global individualizado (crédito puente), destinado a la compra de los predios que el programa demandó, para la evaluación de la viabilidad comercial, para la construcción y supervisión de las obras, así como para los gastos de operación y promoción de los proyectos.

El financiamiento fue del 100% de los recursos necesarios, los cuales ascendieron a 270 millones de pesos aproximadamente. El plazo para el pago del crédito puente, se dio igual al periodo de construcción de los inmuebles, más un mes de gracia, aceptándose pagos anticipados a cuenta de capital.(16)

El esquema consideró la asignación de créditos individuales, a fin de que los comerciantes en vía pública pudieran adquirir sus propios locales. El financiamiento en estos casos fue de hasta el 90% de la operación de compraventa. El plazo de amortización fue de seis años, el que incluyó un periodo de seis meses de gracia.

En todos los casos el comerciante en vía pública, de manera individual, figuro como el sujeto de crédito ante Nacional Financiera. En los desarrollos privados las asociaciones de comerciantes aportaron el aval o responsiva necesaria, mientras que en los otros desarrollos fue el G.D.F., el que figuro como aval ante NAFIN. En cuanto a la tasa de interés bancaria, se negoció que fuera igual al costo porcentual promedio de captación, más 6% con ajustes mensuales a la alza o a la baja, pagaderos en un sólo ajuste anual, ya que se tiene previsto que los pagos mensuales sean iguales.

Para el caso de los locales en arrendamiento, dado que éstos se ubicaron en las propias instalaciones del Metro, se contempló la utilización de un permiso administrativo temporal revocable, mediante el cual se garantiza a los comerciantes ambulantes su permanencia durante el tiempo convenido. Tal es el caso de la Plaza Pino Suárez y de los corredores La Merced y Candelaria.

La mecánica de operación a la que estuvo sujeto el esquema financiero del programa, fue la figura del fideicomiso privado, lo que además de dar seguridad, permitió garantizar las aportaciones de todas las partes involucradas. De esta manera, se constituyeron tantos fideicomisos como plazas y corredores realizados.

En materia de garantías el PMCP previo que para ambos casos, vía fideicomisos, el comerciante actuaría como garante, en los siguientes términos:

1. Cubriendo la diferencia negativa entre el monto de la inversión y el monto de recuperación por ventas, para el caso de aquellos que no cubran el total del crédito y sus accesorios.
2. Se establecieron pagos fijos en el crédito destinado a la individualización, las diferencias entre cargas financieras y real se cubrirían por el comerciante y la real generada por el crédito. En el caso de que la tasa real exceda a la tasa proyectada, se le disminuirá el plazo de pago, y

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

3. La cobertura de cartera vencida, en cuanto al derecho de uso de locales, en corredores comerciales, en caso de incumplimiento en los pagos, el nuevo locatario debería de cubrirlos.

En plazo de amortización y de gracia el PMCP, dio lo siguiente:

1. El esquema de venta, para el pago del crédito puente (financiamiento para la compra del terreno, elaboración de proyectos, construcción, supervisión de obras, operación y promoción), el plazo sería equivalente al periodo de construcción más un mes, aceptándose pagos anticipados a cuenta del capital mientras que, para los créditos destinados a la individualización, el plazo será de 6 años con seis meses de gracia incluidos.
2. Esquema de certificado de uso, periodo de construcción más un mes, aceptándose pagos anticipados a cuenta del capital, sobre el periodo de pagos disminuyéndose su plazo considerablemente, y
3. El sujeto de crédito en todos los casos, sería el comerciante ambulante en forma individual, ante NAFINSA.

Estas condiciones permitió realizar otros elementos planeados por la estrategia básica del programa, es decir la identificación, negociación e instrumentación de mecanismos financieros, que hicieron accesible a los beneficiarios, la adquisición o uso de las instalaciones comerciales a desarrollar por el Programa.

d) Atención a comerciantes

Se instalaron veinte módulos de atención, en el Centro Histórico de la Ciudad de México, con objeto de facilitar a los vendedores ambulantes, la realización de trámites para la captación de las solicitudes de crédito y la recepción de la documentación necesaria de los contratos respectivos e individualización de los créditos correspondientes.(17)

Los módulos reforzaron los instrumentos operativos del programa y se abocaron a la tarea de impulsar y orientar a los comerciantes, para concretar los

trabajos en la fase terminal, con lo cual confirmarían la certeza y la dimensión de los compromisos contraídos. Fue así como ratificaron las cifras de los levantamientos censales, y permitió definir para el ambulante un destino final dentro de las plazas y corredores comerciales. Adicionalmente permitió la firma de los contratos de crédito individuales y el instrumento de captación de los enganches correspondientes.

e) Adjudicación de espacios comerciales

A través de los módulos de atención, así como los conteos y levantamientos de campo, obtuvieron información sobre la identificación del comerciante, su ubicación, manzana, calle, tramo, acera, etc., así como el giro comercial y el tipo de puesto con su actividad. Esta información y mediante el diálogo con las distintas agrupaciones, determinó la reubicación del comerciante, considerando su ubicación de origen dentro de alguna de las seis zonas en que para efectos del Programa, subdividieron el Centro Histórico.(18)

En función de lo anterior se precisó la plaza o corredor comercial que específicamente se le asignó a cada comerciante, en el entendido de que únicamente se adjudicó un local a cada uno de los vendedores ambulantes registrados.

Fase I	
I.	Identificación de comerciantes
1.	Localización de asentamientos,
2.	Identificación de los asentamientos,
3.	Elaboración de la cartográfica,
4.	Conteo de asentamientos,
5.	Censo de comerciantes por asentamientos,
6.	Captura y proceso de censo,
7.	Edición de padrones y reportes, y
8.	Elaboración y entrega de gafetes

Fuente: PMCP. Programa de Entrega 1993.

El espacio comercial fue entregado al comerciante una vez que cubrió todos los requisitos y trámites

establecidos y formalizado cabalmente la contratación del crédito respectivo.

Fase II	
II.	Adjudicación de espacios Comerciales
1.	Difusión del programa entre comerciantes,
2.	Presentación del comerciante a ventanilla,
3.	Llenar carta compromiso,
4.	Elegir local y solicitar plan de pagos,
5.	Llenar y firmar convenio de adhesión al fideicomiso,
6.	Llenar solicitud de crédito,
7.	Recibir ordenes de pago inicial,
8.	Acudir a efectuar pago al banco habilitado,
9.	Llenar solicitud y entrega de documentación,
10.	Firma de contrato de crédito,
11.	Entrega-Recepción de espacio comercial,
12.	Establecimiento del Reg. en Propiedad en Condómino, y
13.	Escrituración del espacio comercial.

Fuente: PMCP. Programa de Entrega 1993.

A partir de estos criterios generales, el organismo, procedió a establecer un sistema de identificación de comerciantes y adjudicación de espacios comerciales con dos fases subsecuentes.

Con esto se desprende de esta relación de actividades, varias de ellas realizadas en forma paralela a fases previas del proceso de diálogo y negociación con las asociaciones de comerciantes y en su momento, al convenio de adhesión al fideicomiso respectivo.

El Acuerdo de Apoyo 1998 contempla los siguientes aspectos:	
Objeto	◊ Otorgar subsidios fiscales y facilidades administrativas
Dirigido	◊ Personas físicas y morales (públicas o privadas) que construyan espacios comerciales o rehabiliten o adapten inmuebles, cuyos locales se enajenen a los comerciantes en vía pública del Centro Histórico de la Ciudad de México, y
Monto del subsidio	◊ Comerciantes en Vía Pública que adquieran un local de los espacios construidos (sólo la primera adquisición).
Rubros Subsidiar	<ul style="list-style-type: none"> • El subsidio se otorgara con cargo al presupuesto de egresos del GDF., por el equivalente al 50% de los créditos fiscales correspondientes: 1. Impuesto sobre adquisición de inmuebles, 2. Contribuciones de mejoras, 3. Derechos por la expedición de licencias de construcción, 4. Derechos por la expedición de licencias de subdivisión, relotificación o fusión de predios, 5. Derechos de inscripción en el Registro Público de la Propiedad, 6. Derecho por el Registro de la Constitución de Régimen de Propiedad en Condominio, 7. Derechos por la solicitud de constancias y/o certificados de zonificación de uso de suelo y por la expedición o proroga de licencia de uso de suelo. * Impuesto sobre adquisición de inmuebles. * Derecho de inscripción en el registro público de la propiedad. • <i>Únicamente para los comerciantes de la vía pública.</i>
Facilidades Activas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. No se requiere la presentación de la licencia de construcción anterior para el trámite de la nueva licencia, 2. Se tiene por cumplido el requisito de dejar sin construir superficies de terrenos, 3. Se autorizan las fusiones o subdivisiones que sean estrictamente necesarias, 4. Se exime de parte o de la totalidad de cajones de estacionamiento, y 5. Se tendrán por otorgados los permisos, autorizaciones administrativas urbanas y sanitarias establecidas en el artículo 3° de la Ley sobre Régimen de Propiedad en Condominio.

Fuente: Gaceta Oficial del GDF. 29 de enero de 1998, Refrendo.

Es factible concluir en que la estrategia básica establecida se resuelve en el desarrollo de tres procesos paralelos:

1. El de concretar la oferta física de los nuevos espacios comerciales.
2. El de instrumentar el esquema de crédito, y
3. El de identificar a los comerciantes para proceder a la adjudicación de los locales, a los que en su momento se añade la puesta en marcha y la supervisión operativa de cada unidad.

f) Estímulos en apoyo al programa.

El programa una vez evaluado la factibilidad comercial, financiera, urbana y arquitectónica y con apoyo de las autoridades del Gobierno, y con el propósito

de coadyuvar al cumplimiento de las metas establecidas dispusieron, mediante la publicación en el Diario Oficial de la Federación el 4 de agosto de 1993, otorgar subsidios fiscales y facilidades administrativas a las personas físicas y morales que construyeran espacios comerciales en el Distrito Federal, así como a los comerciantes de vía pública del Centro Histórico de la Ciudad de México, que adquirieran locales de los mismos, en los términos de apoyo del Acuerdo.⁽¹⁹⁾

g) Aspectos administrativos y jurídicos

El Programa adicionalmente planteo una serie de acciones complementarias a la estrategia general, de tipo administrativa en la recaudación de ingreso por uso de piso, con el propósito de alcanzar los objetivos planteados:

- ◇ Definió las zonas de protección alrededor de los nuevos centros de comercio y las áreas de recuperación del uso de suelo original, y
- ◇ Cancelaron las formas de pago DR-1 por concepto de pago de derecho de piso y sustitución de las mismas por credenciales individuales de identificación, con nombre, asociación, ubicación, giro comercial, horario, fotografía y horario correspondiente del beneficiario.

Establecieron una serie de instrumentos jurídicos por el cual se prohibía el comercio en vía pública en el Centro Histórico de la Ciudad de México y también en instalaciones del Sistema de Transporte Colectivo - Metro.

La emisión y entrada en vigor de bandos, acuerdos y ordenanzas el gobierno las llevo a cabo en coordinación con la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, estableciendo los objetivos y prioridades del Programa. Esto permitió consolidar y proteger zonas comerciales a través de la siguiente normatividad:

1. Ordenanza expedida por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, mediante la cual las instalaciones del Sistema de Transporte Colectivo - Metro, han sido declaradas zonas de alta seguridad y por lo

tanto, ha quedado prohibida la instalación de puestos semifijos para el comercio de cualquier género de objetos.(20)

2. Bando por el que se prohíbe el ejercicio del comercio en la vía pública en puestos fijos, semifijos y de cualquier otro tipo en las calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el GDF., para la primera fase de desarrollo del PMCP.(21)
3. Acuerdo que tiene por objeto dictar en el orden administrativo las medidas conducentes al adecuado cumplimiento del Bando, expedido por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, en el que se prohíbe la utilización de la vía pública dentro de los perímetros referidos en los considerandos del bando citado.(22)

h) Instrumentos de apoyo al rescate urbano y protección comercial

El Programa diseño e instrumento programas específicos de rescate urbano para zonas prioritarias de atención, con especial énfasis en:(23)

1. Ubicación de zonas de asentamientos.

- Elaboración de cartografías comerciales específicas para cada una de las zonas prioritarias de atención y las zonas de protección comercial, estableciendo nuevos criterios para la autorización y liberación de constancias de uso del suelo comercial.

2. Rehabilitación de la imagen urbana a través:

- Remodelación de fachadas,
- Instalación y reparación de luminarias,
- Reposición e instalación de adocreto y carpeta asfáltica,
- Reparación y reposición de banquetas y guarniciones,
- Reposición de especies arbóreas, podas y fumigación,
- Instalación, reposición de señalización; vertical, horizontal, de servicios y centros de interés,
- Instalación de equipamiento urbano, bancas, paraderos de transporte, kioscos de periódicos, botes de basura ,etc.,

- Rehabilitación de plazas y jardines, y
- Readecuación del Programa Parcial de Desarrollo Urbano Delegacional, Programa de Vivienda, Plan Vial y de Transporte.

i) Difusión

El gobierno identificó claramente la presencia del Programa y del organismo que lo desarrolló, y dispuso adicionalmente de una imagen institucional, a través de un logotipo y su tipografía correspondiente.(24)

Con el apoyo de la representación gráfica inició una campaña de difusión cuya magnitud correspondió a las dimensiones del Programa o a la importancia de los objetivos que debía cumplir.

El instrumentó de campaña de difusión abarcó objetivos, avances y resultados, dirigida a la sociedad en su conjunto puesto que, el pleno conocimiento del Programa permitiría lograr los objetivos planteados. La campaña se dio en forma permanente con información y difusión a través de medios directos o masivos, que en ese momento se ajustaron al Programa.

Referencias Capitulo IV

- 1 *Programa de Mejoramiento del Comercio Popular*. DDF-COABASTO 1993.
- 2 *Programa de Modernización de los Mercados Públicos del D.F.* Gobierno del Distrito Federal-Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución 1997.
- 3 *Directorio de los Mercados Públicos del D.F.* Gobierno del Distrito Federal-SEDECO, Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución 1997.
- 4 *Consulta: Centro Histórico, Ciudad de México. Guía de Forasteros.* Guías Turísticas S.A. de C.V., 1991.
- 5 Véase: DDF. Memoria (s) de Gestión del Periodo de Diciembre de 1988 a Agosto de 1994. Coordinación General de Abasto, y Distribución. COABASTO, noviembre 1988. pag. 41.

DDF. Memoria (s) de Gestión del Periodo de Diciembre de 1988 a Agosto de 1994. Coordinación General de Abasto, y Distribución. COABASTO-Subcoordinación de Integración Comercial, noviembre 1988. pag. 5.
- 6 Véase: DDF-Programa de Mejoramiento del Comercio Popular. Documento Convenios de Concertación 1992.
- 7 *Consulta: COABASTO.* Documento del Programa de Encuestas del PMCP, a comerciantes del Centro Histórico de la Ciudad de México 1992.
- 8 *Idem.*
- 9 *PMCP. Ob. cit.* pag. 6.
- 10 Véase: Programa de Reordenamiento del Centro Histórico de la Merced. Recorrido Delegación Venustiano Carranza 1991.
- 11 *Programa de Bolsa Inmobiliaria del D.F.* COABASTO-PMCP., 1992.
- 12 *Programa de Viabilidad Comercial del D.F.* COABASTO-PMCP., 1992.

- 13 *Programa de Recuperación Financiera del D.F. COABASTO-PMCP. Informe Ejecutivo 1993.*
- 14 *Idem.*
- 15 *Programa de Ejecución de Obra del D.F. COABASTO-PMCP., 1992.*
- 16 *Programa de Recuperación. Ob. Cit.*
- 17 *Programa de Atención a Comerciantes de Vía Pública. DDF-COABASTO. FONDEDF. Módulos 1992.*
- 18 *Programa de Asignación de Locales Comerciales a Comerciantes de Vía Pública. DDF-COABASTO. FONDEDF 1992.*
- 19 Véase: Gaceta Oficial del GDF., del 20 de enero de 1998. Refrendo del Acuerdo que establece otorgar subsidios fiscales y facilidades administrativas a las personas físicas y morales que construyeran espacios comerciales en el Distrito Federal, así como a los comerciantes de vía pública del Centro Histórico de la Ciudad de México, que adquirieran locales de los mismos.
- 20 Véase: Diario Oficial de la Federación del 6 de enero de 1993. Acuerdo que establece la Ordenanza en el STC-Metro, de prohibir la instalación de puestos semifijos para el comercio de cualquier género de objetos.
- 21 Véase: Diario Oficial de la Federación del 12 de julio de 1993. Acuerdo que establece el Bando por el que se prohíbe el comercio en vía pública, en las calles comprendidas dentro del perímetro "A" y un segmento del "B", determinado por el D.D.F., para el desarrollo del PMCP.
- 22 Véase: Diario Oficial de la Federación del 27 de agosto de 1993. Acuerdo para dictar en el orden administrativo el cumplimiento del Bando expedido por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal.
- 23 *Programa de Rescate Urbano y Protección Comercial de Inmuebles y Plazas Comerciales. DDF-COABASTO. Delegación Cuauhtémoc 1992.*
- 24 *Programa de Difusión del PMCP. Departamento del Distrito Federal-Coordinación General de Abasto y Distribución 1992-1993.*

V. CONCLUSIONES

1. Resultados del Programa de las Plazas Comerciales Populares del PMCP

a) Plazas del Comercio Popular

◇ Antecedentes

La administración del Departamento del Distrito Federal, a través de la Coordinación General de Abasto y Distribución del D.F., COABASTO, llevo a cabo en julio de 1992 el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular (PMCP), por medio del cual se comprometió al cumplimiento de los objetivos siguientes:

- Reordenar las actividades del comercio en la vía pública en el Centro Histórico de la Ciudad de México, considerando específicamente el perímetro "A" que corresponde a la Delegación Cuauhtémoc, y el segmento del perímetro "B" que se localiza en la jurisdicción de la Delegación Venustiano Carranza,
- A emprender el reordenamiento de 10,000 comerciantes en un plazo máximo de un año, y
- A que dicho reordenamiento será el resultado de un intenso proceso de negociación, que conciliará las diferencias y respetará los intereses de todos y cada uno de los sectores involucrados, para beneficio de la Ciudad de México.

Con los objetivos planteados el Programa considero alcanzar las acciones siguientes:

1. Propiciar la reubicación de quienes se dedican al comercio popular en la vía pública fuera de aquellas zonas en las que expresamente esta actividad se haya prohibido,

2. Fomentar la incorporación gradual del comercio popular en la vía pública fuera de aquellas zonas en las que expresamente se haya prohibido,
3. Propiciar el mejoramiento y desarrollo de la imagen urbana en aquellas zonas que dan identidad a la Ciudad de México, y en las que actualmente se ejerce el comercio en la vía pública, y
4. Establecer esquemas flexibles de recuperación financiera que se adecuen a las posibilidades de los comerciantes en la vía pública y que, al mismo tiempo, no impacten significativamente los recursos gubernamentales.

◇ Consideraciones

El 1º de agosto de 1993, entró en vigor el Bando emitido por la II Asamblea de Representantes del Distrito Federal, que prohíbe el ejercicio del comercio en vía pública del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Con esta importante acción se abrió la posibilidad de que el PMCP, cumpliera sus objetivos.

Consideramos que el primer objetivo se cumplió en parte, pues fueron reubicados la mayoría de los comerciantes con puntos de venta semifijos en la vía pública. Sin embargo, los comerciantes que pertenecen a esta categoría y que no fueron considerados en el PMCP, o bien los que pertenecen a otras categorías como son: rodantes, toreros y fijos, no tuvieron la posibilidad de acceder a una plaza comercial, por tal motivo se vieron en la necesidad de cambiar la forma de expender sus productos, para subsistir, ahora transformados todos ellos en toreros. Lo anterior y el alejamiento de los comerciantes de las organizaciones que no los apoyaron para ser reubicados, dieron motivo a que muchas personas se sumaran a ejercer esta actividad sin necesidad de afiliarse a alguna organización y por su facilidad de entrada, lo cual dio motivo meses después para que el fenómeno se desbordara una vez más.

El objetivo de “fomentar la incorporación gradual del comercio popular en la vía pública hacia un régimen formal, estable y permanente”, simplemente no se alcanzó, porque a partir de que los comerciantes fueron reubicados en las

plazas comerciales prácticamente no se hizo nada por incorporarlos al sector formal de la economía, aunque hay que reconocer que si hubo un traslado definitivo.

Por otra parte, también se amplió la problemática de cambio de uso de suelo en la zona, puesto que numerosos lugares no autorizados (vecindades, estacionamientos, comercios establecidos, entre otros) se empezaron a utilizar para acomodar toreros, lo que evidentemente va en detrimento del óptimo funcionamiento de las plazas y en una clara violación al Bando.

El programa no considero aspectos que por su tiempo de ejecución significaba rebasar los compromisos establecidos, pero en este momento consolidados los espacios, se considera necesario que dichos comerciantes sean integrados al sistema de seguridad social, construir mecanismos para hacerlos sujeto crédito e incorporarlos al sistema fiscal. Con lo anterior no únicamente se estaría accediendo a un régimen formal, sino también logrando que los comerciantes cumplan con sus obligaciones financieras contratadas.

El objetivo de desarrollar 10,000 locales para igual número de comerciantes no se cumplió, ya que solo desarrollaron el 82.53% y el 17.47% no se llevo a cabo por las dificultades de adquisición de suelo, cancelaciones por el INAH, insuficiencia presupuestal y cancelación de obras que excedían los tiempos de ejecución establecidos por el PMCP. Los proyectos cancelados fueron; Alhóndiga, Bazar Oriente, Guatemala, Rayón II, III, IV,V, Talavera, Templo Mayor y Topacio conformando con ellos más de 2,000 locales comerciales.

El objetivo de respetar el bando en parte se alcanzó, ya que en algunas calles los comerciantes han vuelto a posesionarse de ellas.

◇ Aportaciones y carencias del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular

Conocer las aportaciones y carencias del PMCP, para considerarlas en posteriores acciones que se emprendan para enfrentar y buscar soluciones al fenómeno del comercio en vía pública.

1. Es necesario reconocer que el PMCP, como un medio para reubicar a los comerciantes en la vía pública del Centro Histórico de la Ciudad de México fue trascendente, por ser el primero en su género y haber logrado reubicar a la mayoría de comerciantes con puntos de venta semifijos, en las plazas comerciales construidas para este fin y rescatar con una imagen adecuada el entorno urbano, con inmuebles y predios que tenían situaciones irregulares y en desuso. Lo anterior el PMCP, logró mediante un largo y complicado proceso de concertación y con base en la información obtenida en los levantamientos censales, por medio del cual se convenció primero a los representantes y después a comerciantes, de las ventajas de tener un lugar seguro para expender sus productos e ir construyendo a la vez un patrimonio familiar y estar protegidos de los elementos naturales (lluvia, calor, viento, etc.), la delincuencia común y los sobornos del personal de vía pública, tarea complicada, porque no solo consistió en cambiar una forma de trabajo, sino más bien, toda una forma de vida, procesos de convivencia y de organización social, política y cultural específicas, que con el resultado de los proyectos, pretendió realizar obra comercial con un carácter social y que las organizaciones de comerciantes beneficiadas, de antemano tenían un destino de plaza.
2. El PMCP, llevó a cabo la selección de los predios más aptos con un universo de estudio de más de 700 predios, para conformar la bolsa inmobiliaria definitiva, que permitió la ubicación más adecuada a los intereses y necesidades de los ambulantes y a la funcionalidad urbana del Centro Histórico.
3. No obstante que el dialogo superó todos los obstáculos que se oponían a la concertación, surgieron dificultades; en los procesos de adquisición de terrenos, no siempre se consolidaron en los términos esperados, ya que un número importante de operaciones de compraventa no pudieron concretarse con los propietarios; otros fueron rechazados por las propias agrupaciones o por el Instituto Nacional de Antropología e Historia, o bien los inmuebles o predios no se ajustaban en su precio de avalúo a los costos esperados por el Programa.
4. Como resultado de lo anterior, se cancelaron 10 plazas comerciales, lo que necesariamente llevó a la corrección y al replanteamiento de algunos

proyectos, en donde se les diera cabida a los comerciantes afectados por esa situación.

5. Otro aspecto que por su relevancia no ignoraron, pero generó retrasos en el desarrollo de algunos proyectos, fue el relativo a las no menos importantes acciones de rescate arqueológico solicitadas por el INAH, situación que afectó el ritmo de construcción y entrega de más de 1,000 locales comerciales.
6. En adición a lo anterior, el número de plazas comerciales del programa, estuvo supeditado a la posibilidad real de contratación y a los tiempos que algunos proyectos exigían, por el volumen de locales.
7. Las cancelaciones y modificaciones que se dieron en los diferentes proyectos que configuraron el esquema general, provocó que el número de plazas previsto originalmente, disminuyera de 38 a 28 desarrollos, lo que implicó reducir la construcción de los 10,000 espacios comerciales a 8,253.
8. Por otra parte los avances se aceleraron, con los trabajos de diálogo con las diferentes organizaciones de comerciantes con resultados adecuados.
9. En materia de financiamiento, el Programa logró con la convocatoria de las instituciones financieras, simplificar y agilizar los trámites y requisitos para la obtención y formalización de los contratos de crédito correspondientes, con lo cual se acortaron tiempos de gestión, coadyuvando con ello a motivar entre los comerciantes en vía pública una adhesión más expedita.
10. Asimismo, y con el propósito de incorporar al Programa elementos complementarios, que permitieran al comerciante reubicado capitalizar los beneficios del proceso de reordenamiento, lograron el otorgamiento de capacitación y asistencia técnica en materia de comercialización, servicios al cliente, aspectos fiscales y organización, adecuando los conceptos y términos a los comerciantes.
11. En los aspectos de impacto urbano, se realizaron mejoras a calles y avenidas como Corregidora, Palma, Aldaco, Meave, Tacuba, Roldan, Topacio, San Antonio, etc.

12. Otro aspecto interesante fue la forma como operaron el crédito para acceder a los centros comerciales, ya que los requisitos fueron sencillos y mínimos.
13. Fue limitado en cuanto se tomó en cuenta únicamente a los comerciantes con puntos de venta semifijos, mientras que los toreros y rodantes principalmente, ante la falta de opciones, pocos días después de la reubicación por condiciones diversas (liderazgos, venta de espacios en vía pública, ambiente político, falta de capacitación en elementos administrativos y comerciales, responsabilidad de tener una propiedad, obligaciones de propiedad, respeto a un reglamento interno, conocimiento de la reglamentación operación, conocimiento de modalidades de esquemas de comercialización y difusión, capacidad de crédito, oferta de productos, atención al público, etc.), volvieron a salir a la calle.
14. No previó el control que siguen manteniendo los representantes sobre los agremiados ya reubicados en las plazas y corredores comerciales, lo cual inhibe la puesta en práctica de una administración autónoma que realmente beneficie a los comerciantes.
15. No previó elementos administrativo y financieros (cesiones, permutas, abandonos, etc.), que afectan el desarrollo diario de las plazas comerciales.
16. La falta de seguimiento y continuidad que le dieron las autoridades al PMCP, se debe fundamentalmente a que los programas que se ponen en práctica, generalmente se acaban cuando el funcionario termina su gestión.
17. La falta de voluntad institucional de crear un organismo capaz de llevar y crear los instrumentos de desarrollo, control y fomento de la actividad comercial popular.
18. La diferencia de locales faltantes, influyo en reacomodos y crecimientos de comerciantes en la zona norte del Bando, y
19. El comercio en vía pública en México, es un reflejo de la economía, de la cultura y la sociedad. Los países en desarrollo igualmente acusan de este fenómeno.

La solución a este complejo fenómeno no está en desalentar la construcción de plazas comerciales para reubicar a los comerciantes en la vía pública. Sino que debe verse con un enfoque integral conducido por una sola institución, mejorando las condiciones de trabajo y de vida y que sea a su vez, financieramente saludable para la hacienda de la ciudad

Adicionalmente, será necesario implementar y combinar políticas de apoyo social, de comercialización y difusión. Si se apoyan los niveles de educación, salud, nutrición, etc., de los comerciantes, se obtendrá una mayor eficiencia en la unidad comercializadora dentro de las plazas. Por lo anterior, las políticas no pueden limitarse al apoyo urbano y comercial según la concepción actual, sino también deberán incorporarse las múltiples acciones para este tipo de actividad.

◇ Relación de mercados públicos y plazas comerciales

Con el propósito de dimensionar justamente la magnitud e importancia de lo que fue el Programa, en sus alcances, conviene mencionar que durante 37 años (1951-1988), se construyeron el 100.0% del total de los 312 mercados públicos con que cuenta actualmente la Ciudad de México, lo que significó construir un mercado cada 45 días, considerando que para tal efecto no fue necesario dialogar con los comerciantes ambulantes, ni elaborar proyectos sujetos a características urbanas específicas, así como tampoco localizar los predios requeridos bajo las condiciones de saturación urbana de las que es objeto actualmente el Distrito Federal, aunado al hecho de que estos mercados se construyeron totalmente con recursos presupuestales del Estado.

En contraste el Programa, de acuerdo a sus objetivos, involucró la construcción de una plaza comercial cada 15 días, con la peculiaridad de que las actuales albergan en promedio 322 locales comerciales, contra un promedio de 193 en los mercados construidos en el periodo de los 37 años ya señalado. Sin embargo, estos alcances son producto de condiciones muy diferentes y de exigencias cuantitativa y cualitativamente diferentes.

◇ Situación actual

La finalidad del Programa de ofrecer un lugar digno de trabajo para aproximadamente 10,000 comerciantes y que los desarrollos comerciales impactaran mejorando el entorno urbano de su emplazamiento, sumo un total de 8,253 locales útiles, distribuidos en 28 plazas y corredores comerciales, es decir no concluyo la meta fijada.

Sin embargo, no todos los espacios fueron ocupados desde el principio ya que algunos nunca se asignaron y en otros casos los comerciantes no se presentaron a ejercer su actividad en el local. Por otra parte, en el desarrollo de las plazas comerciales, aproximadamente 515* acreditados cancelaron su crédito entregando el local a las instituciones de crédito por diversas razones, falta de éxito comercial, falta de recursos para enfrentar los pagos del local, presiones de los representantes que impiden desarrollar adecuadamente su actividad, etc.

Por otra parte, existen actualmente solicitudes por parte de algunos comerciantes de las mismas plazas que están interesados en adquirir más locales, así como otras personas que no tienen un lugar en ellas. También existen casos de comerciantes que están ocupando locales sin la formalización del crédito correspondiente por varias causas, entre las que se encuentran: asignaciones por parte de los representantes sin aviso a las instituciones de crédito correspondiente, rezago en la formalización que ha impedido determinar el monto del crédito en virtud de que los precios de los locales establecidos al inicio del PMCP, ya no son adecuados.

Derivado de las consideraciones anteriores, a la fecha existen 831* locales disponibles y que no se han ocupado, porque nunca se asignaron o bien porque el crédito fue cancelado. Respecto a los 8,253 locales se encuentran abandonados 2,093* esto es, los comerciantes desertaron de la plaza, por otra parte se utilizan como bodega 1,019 locales, de tal forma que si consideramos estas cifras únicamente se tiene ocupación real de 62.29% del total de locales considerados dentro de las 28 plazas y corredores.

Ante la situación anterior es necesario llevar acciones tendientes a lograr la ocupación óptima de los locales disponibles, con ello se pretendería incrementar en un 13.0% la ocupación de las plazas superando al menos el

Fuente: FONDECO GDF. * Fideicomisos de Plazas del Comercio Popular, abril 1998.

75.0%. Por otra parte, para lograr la ocupación de los locales abandonados, debe procederse a invitar a los comerciantes a ocupar los locales o bien a dejarlos para ofrecerlos a otros comerciantes que realmente estén interesados en el desarrollo de las plazas.

Un impedimento importante para la reasignación de los locales es la falta de una actualización del precio de los locales, ya que no se pueden ofertar a los precios determinados originalmente por la extinguida Coordinación General de Abasto y Distribución del Distrito Federal, en diciembre de 1993, en la que determinó el precio de los locales secos y de comida siendo éstos el origen de los créditos otorgados a los comerciantes. Por lo tanto, para tener un indicador actual que determine el precio que debe darse a los locales disponibles se propone el planteamiento siguiente:

b) Propuesta de precios

Considerando que los precios de los locales tuvieron desde un inicio un subsidio, no se puede determinar el nuevo precio de estos basándose en un avalúo como sería en otro tipo de situaciones, sería conveniente considerar los aspectos siguientes:

1. Se trata de un programa de beneficio social y se debe considerar el costo que han tenido los citados locales para los comerciantes, esto es; el costo financiero, y
2. Se debe considerar el nivel de desarrollo comercial de las plazas para determinar su viabilidad.

En consecuencia combinando estos dos elementos se debe determinar los precios de los locales acordes tanto al costo financiero como al nivel de comercialización de las plazas, con la finalidad de hacerlos atractivos a los comerciantes interesados en ellos.

Se deberá establecer un sistema de descuento, de contado y a plazos con la finalidad de garantizar la ocupación de locales.

Por otra parte los precios de origen se determinaron sin tomar en cuenta la viabilidad comercial de la plaza y la ubicación del local, y dado que a lo largo de su funcionamiento se ha diagnosticado que existen plazas comerciales más competitivas que otras, existe la necesidad de realizar una propuesta de precios con base en la zonificación de cada local y a su entorno urbano y comercial, con el fin de lograr un incremento en la ocupación de locales y darle una viabilidad comercial.

La propuesta de precios no debe definirse bajo el esquema de oferta y demanda, lo que hará que los precios estén por debajo del costo real, ya que solo la demanda se ha dado por organizaciones de comerciantes.

c) Procedimiento para la determinación del valor actual de locales

Para determinar el precio de los locales comerciales, en posesión de las instituciones de crédito se propone los criterios en la tabla de propuestas.

Criterios Propuestos en Plazas Comerciales Populares	
o	Actualización del precio original (CPP ó INPC),
o	Viabilidad comercial y su entorno urbano, y
o	La ubicación del local en la plaza.

Fuente: Tabla de Propuestas 1998.

◇ Actualización del precio original (CPP-UDIS ó INPC)

Con base para la determinación del precio de los locales se debe tomar en cuenta el incremento que en el tiempo han tenido las tasas de interés así como el Índice Nacional de Precios al Consumidor.

Índice Nacional de Precios al Consumidor Factor de Actualización - Diferencias Mes a Mes							
Mes	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Enero	0.9040	0.7520	0.4610	4.7070	4.0180	3.5570	4.4850
Febrero	0.8240	0.5040	0.5100	7.3360	3.9620	2.7660	2.9730
Marzo	0.7400	0.5060	0.4760	10.194	5.3080	2.4320	2.3160
Abril	0.5110	0.5170	0.4670	5.5910	3.4400	1.9730	
Mayo	0.5230	0.5230	0.4900	4.3780	3.1470	1.9560	
Junio	0.4790	0.4330	0.4420	2.8860	2.6190	1.9480	
Julio	0.4670	0.5080	0.4630	2.3340	2.5160	0.0240	
Agosto	0.4350	0.4780	0.5370	2.5560	2.4170	2.0780	
Septiembre	0.6290	0.3740	0.5600	3.3500	2.6120	1.8780	
Octubre	0.7580	0.4220	0.5790	4.1400	3.2720	2.6240	
Noviembre	1.3760	0.7540	0.9471	5.3480	6.8910	3.2920	
Diciembre	1.1670	0.7480	0.9480	5.3480	6.8910	5.3830	

Fuente: BANCO DE MÉXICO. Índice Nacional de Precios al Consumidor. Diferencia Mes a Mes 1998.

Cabe señalar que de acuerdo a los criterios generalmente aceptados, la actualización de precios de inmuebles debe tener como base el I.N.P.C., pero por las condiciones mismas del Programa de Mejoramiento del

Comercio Popular, en el que los locales se otorgaron a través de un crédito con tasa CPP + 6 UDIS, se muestra también la variación que ha tenido dicho indicador. Para el caso de las tasas de interés se estaría tomando en cuenta el comportamiento del C.P.P. Esta tasa fue la que contrataron originalmente los créditos.

Se presenta el factor de actualización del I.N.P.C., al 31 de marzo de 1998 así como el del CPP + 6 UDIS.

Estas dos tablas presentan el factor que debe tomarse en cuenta para la actualización del precio de los locales; el procedimiento es sencillo, ya que solo debe buscarse el factor que corresponda al mes

Mes	Costo Porcentual Promedio + 6 UDIS							
	Promedio aritmético en el mes en por ciento anual							
	CPP/1995	CPP (1)UDIS 1995	CPP/1996	CPP/UDIS 1996	CPP/1997	CPP/UDIS 1997	CPP/1998	CPP/UDIS 1998
1993 Dic.	14.68							
1994 Dic.	16.96							
1995 Dic.	46.54							
Enero			40.18	7.15	24.08	6.61	16.98	5.52
Febrero			35.91	8.05	21.06	6.32	17.03	5.54
Marzo	56.82		39.12	8.32	21.10	6.42	17.37	5.60
Abril	70.26		35.21	8.36	21.07	6.55		
Mayo	57.86		29.38	8.30	18.73	6.78		
Junio	46.39		27.05	8.09	18.78	6.90		
Julio	41.42		29.18	8.11	18.05	7.20		
Agosto	37.10		27.52	7.98	17.34	7.21		
Septiembre	34.61		24.92	7.77	17.18	7.05		
Octubre	37.09		25.04	7.91	16.56	6.55		
Noviembre	47.54	6.62	28.03	7.71	17.74	5.76		
Diciembre	46.54	6.99	26.97	7.27	17.79	5.78		

Fuente: BANCO DE MÉXICO, C.C.P. 1998 Histórico.

(1) El costo de captación a plazo de pasivos unidades de inversión CCP-UDIS, se empezó a publicar en noviembre de 1995, (Diario Oficial de la Federación del 6 de noviembre de 1995).

en que empezó a operar la plaza y multiplicarlo por el monto original del crédito del local. Es conveniente señalar que esta es una referencia para la actualización de los precios, pero debe tomarse en cuenta también la viabilidad comercial de la plaza, su entorno urbano, y la ubicación del local dentro de los centros comerciales.

◇ Criterios generales para evaluar la viabilidad comercial, la participación del entorno urbano de las plazas, bazares y corredores.

La crisis económica por la cual atraviesa el país, han afectado las plazas del comercio popular, llevando a los locatarios a que su adeudo con la institución sea difícil y no cubran sus pagos correspondientes, siendo necesario buscar salidas de solución al problema.

En la actualidad la viabilidad comercial de las plazas y corredores, es desigual, a causa de factores externos e internos en el mercado, tales como; servicios, entorno urbano, transporte, ambulante, promoción comercial, seguridad y políticas de atención en las plazas, propiciando con ello que las ventas tengan niveles bajos y no se reactive la economía de los acreditados.

Por lo anterior, precisaremos algunos criterios que influyen directamente en el éxito comercial de las plazas y que sirven de base para establecer una metodología que nos permita la evaluación objetiva de las plazas, con el fin de hacerlas rentables y mejorar su imagen.

d) Propuesta de Normas para la Calificación de Viabilidad Comercial y Urbana en las Plazas, Corredores y Bazares Comerciales:

◇ De la viabilidad comercial y el entorno urbano

PRIMERA.- La calificación de viabilidad comercial de las plazas comerciales se puede comprender en cuatro aspectos y que se reflejarán de manera cuantitativa.

Calificación de Plazas	
1.	Entorno urbano,
2.	Ocupación de la Plaza,
3.	Organización, e
4.	Infraestructura.

Fuente: Propuesta 1998.

SEGUNDA.- La calificación de viabilidad comercial se hará de acuerdo a una asignación de valores, dependiendo de las características especiales que en cada concepto de los citados en la primera norma y de acuerdo a la metodología para la calificación de plazas y corredores, *Norma Sexta*. La calificación de viabilidad comercial tendrá como valor máximo 100 puntos y como mínimo 50, de tal forma que a mayor calificación, mayor viabilidad.

TERCERA.- La calificación se hará plaza por plaza, teniendo todas y cada una de ellas su calificación respectiva.

CUARTA.- Se entiende por entorno urbano, la serie de factores geográficos, económicos, comerciales y de servicios donde se haya situado la plaza; por ocupación de la plaza se entiende la asistencia de comerciantes que registra la misma; por organización se entiende el nivel de orden de la plaza tanto en términos administrativos como políticos, y por infraestructura se entienden las condiciones de operación de la propia plaza así como las de su entorno.

Clasificación	
A.- Excelente,	D.- Mala, y
B.- Buena,	E.- Nula.
C.- Regular,	

Fuente: Propuesta 1998.

QUINTA.- Las plazas y corredores se clasificarán de acuerdo a la calificación de viabilidad comercial que obtengan y con base en la tabla de calificación.

SEXTA.- Los rangos que se utilizarán para determinar el tipo de plaza de acuerdo a su viabilidad son los siguientes:

Rangos de plazas	
A.- Excelente	de 95 a 100 puntos,
B.- Buena	de 85 a 94 puntos,
C.- Regular	de 75 a 84 puntos,
D.- Mala	de 65 a 74 puntos, y
E.- Nula	menos de 65 puntos.

Fuente: Propuesta 1998.

SÉPTIMA.- Para la calificación de cada uno de los elementos considerados deberá dejarse constancia documental donde se indique la base por la que se asignó dicha calificación.

OCTAVA.- La operación de calificación de viabilidad comercial de las plazas comerciales debe establecerse trimestralmente, con la finalidad de dar seguimiento al desarrollo de las mismas, además de servir de parámetro para definir el grado de avance en la solución de la problemática de las plazas.

NOVENA.- Los resultados de la calificación se presentaran en un cuadro resumen, como el que se presenta en la *Norma Décima. Tabla de Calificación*, conservándose los soportes para cualquier consulta adicional.

◇ De la ubicación de locales en la plaza

DÉCIMA.- Para cada local se establecerá un precio diferenciado, de acuerdo a su zonificación en la plaza o corredor comercial, diferencia que dependerá de su ubicación en los centros comerciales, tomando como base los aspectos siguientes:

Zonificación de Plaza Comercial	
1.- Zona comercial	Es el área de la plaza que comprende el mayor volumen de ventas, beneficiada por las siguientes condiciones: accesos adecuados a la plaza, servicios, estacionamientos, constante flujo de consumidores y la influencia de los comercios externos de la plaza.
2.- Zona abandonada.	Son la áreas que presentan la mayor cantidad de locales cerrados, abandonados y el flujo de consumidores es poco o nulo.
3.- Ubicación física del local.	Es el espacio o lugar determinado en la plaza donde se sitúa un local.
4.- Infraestructura del local.	Son instalaciones, servicios y remodelaciones con las que cuenta un local.

Fuente: Propuesta de Zonificación 1998.

Con base en los aspectos del apartado anterior, se hizo una calificación preliminar de cada local dentro de las plazas, delimitando en los planos arquitectónicos la zona comercial, abandonada y la ubicación física del local, de tal forma que a mayor calificación mejor es su ubicación..

Clasificación		
Tipo de local	Escala de Calificación	Incremento %
1.- Excelente	de 60 a 100 puntos	15
2.- Bueno	de 45 a 59 puntos	10
3.- Regular	de 25 a 44 puntos	5
4.- Malo	menos de 24 puntos	0

Fuente: Propuesta de Parámetros. Diseño 1998.

Utilizando los parámetros anteriores, los locales disponibles se clasificaron de acuerdo a la suma total obtenida y a los rangos establecidos para determinar el tipo

De local por su ubicación, con la finalidad de obtener un incremento adicional para el precio diferenciado de cada local, como se observa en el cuadro de clasificación.

Es decir una vez actualizado el precio del local con tasa del CPP + 6 UDIS y con base en la viabilidad comercial de la plaza obtenemos el precio base, lo que permitirá que el costo total del local por su ubicación sea incrementado de acuerdo al tipo de local.

Ejemplo:

marzo 1998

Plaza	No. de Local	Precio Base	Viabilidad Comercial	Calificación	Incremento %	Precio Total UDIS
Soledad	213 de 4 M2 de superf.	\$20,000.0	1	A	15	\$24,288.00

Si se diera por el CCP+6 actual sería \$53,288.00 comercial, sin considerar el fin de un proyecto social-comercial.

◇ Recomendación

Partiendo del hecho de que los locales se ofrecieron con créditos cuya base de interés fue el CPP + 6, se propone que los precios de los locales que están disponibles se ofrezcan con un precio acorde a su viabilidad comercial y con base en el indicador de actualización de CPP + 6 UDIS, más el incremento adicional del que resulte de acuerdo al tipo de cada local con esto, se contribuiría a que las plazas con menos viabilidad se vean beneficiadas con una posible mayor demanda por el menor precio de los locales que los de aquellas

que han consolidado su operación. Por otra parte, debe considerarse que los acreditados que aún siguen con el local, han pagado el costo financiero con base en el CPP + 6, por lo cual, sería más adecuado tomar esa base, tratando de no ofrecer locales con un costo real menor que el que han pagado las personas que están en la plaza y aplicando ventajas de instrumentos financieros acordes a proyectos sociales, como las UDIS que funcionan para este tipo de Programa.

Calificación	Porcentaje de Incremento
A	100 % de actualización CCP + 6
B	80 % de actualización CCP + 6
C	60 % de actualización CCP + 6
D	50 % de actualización CCP + 6
E	40 % de actualización CCP + 6

Fuente: Diseño Cuadro Calificación 1988.

De acuerdo al cuadro de calificación se propone que los precios de los locales en instituciones de crédito, se definan bajo el siguiente esquema tomando como base la calificación de las diferentes plazas y el tipo de cada local.

Sobre esta base, se estaría en condiciones de ofrecer precios de los locales disponibles, acordes con la viabilidad comercial de las plazas, por otra parte, este indicador será la propuesta de guía para mejorar y lograr la viabilidad de las plazas, y sería un esquema general de precios a los desarrollos de canales de abasto popular en la Ciudad de México.

Es conveniente que a esta propuesta se acompañe de un esquema de publicidad y promoción contando con el apoyo de líderes, representantes, administradores, organizaciones y autoridades.

e) Calificación de plazas y corredores

Metodología

Concepto	Características	Valor
1	Entorno	45.00
1.1	Ubicación de la plaza en zona 100% comercial	6.00
1.2	Ubicación de la plaza con su entorno urbano	4.00
1.3	Ubicación de la plaza en zona habitacional, institucional o de servicios	3.00
1.4	Existen señalamientos suficientes que conduzcan a la plaza	1.00
1.5	Existe suficiente vigilancia en la plaza y sus alrededores	1.00
1.6.1	La plaza ha especializado al menos en un 50% los giro que maneja	5.00
1.6.2	Los productos que se comercializan tienen calidad competitiva	2.00

16.3	Los precios que se ofrecen en la plaza son competitivos en el mercado	3.00
16.4	Los productos que se venden son de gran demanda por los consumidores	5.00
17.1	El flujo de personas en las calles de acceso y adyacentes por día es 30 veces el número de locales de la plaza	15.00
17.2	El flujo de personas en las calles de acceso y adyacentes por día es 20 veces el número de locales de la plaza	12.00
17.3	El flujo de personas en las calles de acceso y adyacentes por día es 10 veces el número de locales de la plaza	9.00
17.4	El flujo de personas en las calles de acceso y adyacentes por día es 5 veces el número de locales de la plaza	6.00
17.5	El flujo de personas en las calles de acceso y adyacentes por día es 3 veces el número de locales de la plaza	3.00
17.6	El flujo de personas en las calles de acceso y adyacentes por día es menor a 3 veces el número de locales de la plaza	0.00
2	Ocupación de la Plaza	25.00
2.1.1	de 95 a 100 % de ocupación	25.00
2.1.2	de 85 a 94.9 % de ocupación	20.00
2.1.3	de 75 a 84.9 % de ocupación	15.00
2.1.4	de 65 a 74.9 % de ocupación	10.00
2.1.5	de 50 a 64.9 % de ocupación	5.00
2.1.6	Menos de 50% de ocupación	0.00
3	Organización	20.00
3.1.1	Existencia de una estructura orgánica definida	2.00
3.1.2	Existencia de políticas de administración definidas	1.00
3.1.3	Funciones administrativas definidas	2.00
3.1.4	Existencia de reglamento interno vigente y aplicado	1.00
3.1.5	Existencia de controles administrativos adecuados	1.00
3.1.6	Existencia de los controles de permisos y licencias	1.00
3.1.7	Claridad en la asignación de recursos y control presupuestal	2.00
3.2.1	Buena relación líder - locatarios	2.50
3.2.2	Buena relación líder - instituciones de crédito	2.50
3.2.3	Buena relación líder - autoridades	2.50
3.2.4	Buena relación entre líderes de plaza	2.50
4	Infraestructura	10.00
4.1.1	Condiciones adecuadas de la plaza	1.00
4.1.2	Funcionamiento adecuado de servicios	2.00
4.1.3	Diseño funcional de la plaza y locales comerciales	1.00
4.1.4	Fallas de obra o detalles y acabados deficientes	1.00
4.1.5	Adecuada señalización en la plaza	1.00
4.2.1	Existencia de medios de transporte público que desemboquen en la plaza o que circulen por calles adyacentes	2.00
4.2.2	Existencia de vías de comunicación que permitan fácil acceso a la plaza	1.00
4.2.3	Suficiente visibilidad de la plaza que permita su fácil identificación	1.00
	Total	100.00

Con la metodología propuesta es factible medir el comportamiento de las plazas populares:

Determinación de la Viabilidad Comercial de Plazas y Corredores							
Nº	Plaza	Entorno	Ocupación de la Plaza	Organización	Infraestructura	Calificación Total	Clase
1	Meave	45	25	20	10	100	A
2	Pino Suárez	43	25	16	10	94	B
3	Tacuba	43	20	20	10	93	B
4	Metro Merced	43	25	13	10	91	B
5	Soledad	43	20	18	10	91	B
6	La Paja	41	20	19	10	90	B
7	Metro Candelaria	37	25	19	8	89	B
8	Mesones	41	20	19	8	88	B
9	San Lázaro Tapo	39	20	18	8	75	D
10	Roldan	34	15	17	7	73	D
11	Hierbas	30	15	20	7	72	D
12	Cuauhtémoc	30	15	20	8	70	D
13	Manzanares	28	16	19	7	71	D
14	Naranjeros	27	15	20	7	69	D
15	V. Carranza	26	15	19	6	66	D
16	Gral. Anaya	26	15	8	7	66	D
17	El Canal	25	15	8	7	65	D
18	Colombia	27	16	15	7	65	D
19	Isabel la Católica	31	5	15	8	59	E
20	Pens. Mexicano	32	5	15	7	59	E
21	Uruguay	33	5	10	9	57	E
22	San Ant. Abad I	27	0	15	7	49	E
23	Conj. Merced	28	0	13	8	49	E
24	San Ant. Abad II	27	0	14	7	48	E
26	Vizcainas	28	0	10	7	45	E
27	San Ildefonso	24	0	14	6	44	E
28	Rayón I	40	0	2	2	44	E

Fuente: Propuesta, Diseño de Factores 1988.

Escala	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 95 o más, ◦ De 85 a 94, ◦ De 75 a 84, ◦ De 65 a 84, y ◦ Menos de 64 	<ul style="list-style-type: none"> A B C D E 	* La calificación es la suma de los factores considerados
--------	---	---	---

2. Propuestas en el Desarrollo de Espacios Comerciales Populares y en la Planeación Urbana del Distrito Federal

a) Reglamentarias

Dada la dispersión de funciones y actividades en las instituciones de Gobierno de la Ciudad de México, órganos centrales y descentralizadas, y dada la tendencia de fortalecer a las Delegaciones Políticas en el proceso para el año 2000, y convertirse en Municipalidades, es necesario crear e instrumentar un organismo con las atribuciones y facultades en la reordenación de los canales de abasto popular; comercio en vía pública, concentraciones, tianguis, mercados sobre ruedas, mercados público y la realización de nuevos desarrollos comerciales populares. Se propone que el organismo gubernamental que se establezca lleve a cabo los esquemas siguientes:

- Ordenación y regulación de un marco jurídico para el comercio en vía pública,
- Regularización de actividades del comercio en vía pública en zonas de alto riesgo,
- Ordenamiento de comerciantes en la vía pública,
- Creación del Registro Único de Comerciantes en el Distrito Federal,
- Creación de la Bolsa Inmobiliaria del Abasto y Comercio Popular en el D.F.,
- Ordenamiento de comerciantes en Espacios Comerciales Permanentes,
- Desarrollo de Estudios Comerciales,
- Esquema de Financiamiento, y
- Mecanismos de Autoregulación en las organizaciones y comerciantes.

Para la realización de estos temas el organismo institucional deberá establecer un programa de corto, mediano y largo plazo, sugiriendo la posibilidad siguiente:

b) Normativas

- ◇ Acuerdo para la creación del Organismo Institucional y de su Comité de Evaluación para llevar a cabo el ordenamiento, control, regulación y contención del comercio en vía pública en el Distrito Federal

Este proyecto de Acuerdo, dará sustento jurídico al Organismo Institucional del Comercio Popular. Asimismo, el Acuerdo crea al Comité de Evaluación.

El Proyecto de Acuerdo, deberá ser aprobado por la Dirección General Jurídica y Estudios Legislativos, de la Subsecretaría de Asuntos Jurídicos. Posteriormente, se turna para comentarios y/o firma del Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

- ◇ Acuerdo para el Otorgamiento de Facilidades Administrativas y Fiscales al Subprograma de Plazas, Bazares, Corredores y Solares Comerciales del Distrito Federal

Acuerdo que dará viabilidad a los Proyectos y por el cual se darán Facilidades Administrativas y Fiscales al desarrollo de los Espacios Comerciales Populares.

- ◇ Actividades y Responsabilidades del Comité de Técnico del Comercio en Vía Pública del Distrito Federal

Este Comité tendrá como objetivo aprobar y dictaminar los proyectos de ordenación, control, regulación, contención y cobro por uso de piso del comercio en vía pública. Adicionalmente vinculara programas tendientes con instituciones federales para su regulación fiscal. Para ello se propone instrumentos jurídicos, desarrollados en el apartado “g” y “h”.

En este Comité participaran las siguientes autoridades del Gobierno de la Ciudad: Las Secretarías de Gobierno, Desarrollo Económico, Obras y

Servicios, Desarrollo Urbano, Finanzas y Transporte y Vialidad, Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social, Subsecretaría de Asuntos Jurídicos, Instituto de la Vivienda, la Contraloría General, Servicios Metropolitanos, y el Fondo de Desarrollo Económico. Con invitaciones en su caso, a las Delegaciones del Gobierno del D.F.

c) Técnicas

En el aspecto técnico deberá establecer el Organismo ó dependencia, lineamientos para solicitar aprobación de proyectos y estudios del comercio en vía pública, integración de una bolsa inmobiliaria del abasto popular y definición de proyectos de espacios comerciales.

- ◇ Establecimientos de lineamientos para solicitar la aprobación de los Proyectos de Comerciales.

Las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, de acuerdo a lo que establece el marco regulatorio del D.F., Estatuto de Gobierno, Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal y Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal son las instancias facultadas para reordenar estos canales, sin embargo la creación de esta instancia institucional y su Comité da viabilidad para conservar sus atribuciones reglamentarias y serán las facultadas para presentar los Proyectos ante la instancia institucional responsable del Secretariado Técnico del Comité de del Comercio en Vía Pública. El Secretariado Técnico presentará los Proyectos ante el Comité Técnico. El desarrollar estas actividades es factible sean llevadas a cabo por la Subsecretaría del Trabajo y Previsión Social del Gobierno del Distrito Federal, dadas sus características especiales que le hicieron que fuera creada el 7 de diciembre de 1997, instancia institucional quien se propone observe las políticas y estrategias y lo desarrolle a través de un instrumento operativo como la Unidad de Registro del Comercio Popular.

Entre los principales aspectos que deberán observar las propuestas de las distintas instancias de gobierno y regulada por la Unidad de registro en los proyectos, destacan los siguientes:

Para el caso de nuevos proyectos y estudios comerciales

- Situación legal.
- Infraestructura y servicios urbanos.
- Situación comercial.
 - Viabilidad, y
 - Competencia con otros esquemas comerciales.
- Cumplir con la normatividad existente.

◇ Integración de la Bolsa Inmobiliaria

Una vez publicado los acuerdos que sustentan al Organismo, se deberá disponer por parte de la Oficialía Mayor, del Sistema de Transporte Colectivo - Metro, Instituto de la Vivienda y Servimet, información sobre predios e inmuebles disponibles para la integración de la Bolsa Inmobiliaria.

El destino de los inmuebles creará la Bolsa Inmobiliaria del Abasto Popular, el Comité Técnico realizará los trámites necesarios para su incorporación formal al Organismo que tendrá facultades de incorporarlo a su patrimonio.

◇ Desarrollos de Esquemas Arquitectónicos Comerciales

Estos desarrollos deberán ser Espacios Comerciales, con áreas abiertas y cerradas, de propiedad pública o privada, acondicionadas para la actividad comercial. Los cuales dispondrán de los servicios necesarios para su operación.

Su entorno urbano deberá reflejar características propias del proyecto y la incorporación a un esquema urbano de respeto y creatividad. Su presencia física será atractiva, funcional y sobre todo comercial, se dispondrá de áreas para giros complementarios privados o públicos.

El desarrollo de los esquemas integrará a las empresas con actividades comerciales y de promoción.

d) Finanzas y administración

La Secretaría de Finanzas del Gobierno del D.F., y el Organismo Institucional deberá contar con los recursos financieros y autogenerados estableciendo un fondo que le permita al mediano plazo tener la autosuficiencia financiera.

La Administración del Organismo Institucional en los Espacios Comerciales deberá observar lo siguiente:

- ◇ Los recursos para Espacios Comerciales deberán ser asignados al organismo Institucional.
- ◇ Una vez aprobado el Proyecto por el Comité de Evaluación para los Espacios Comerciales, el Organismo transferirá los recursos a la Secretaría de Obras y Servicios, para ejecutar los trabajos correspondientes.
- ◇ Concluida la construcción del Espacio Comercial, el organismo dará a las instituciones de crédito popular el desarrollo comercial para su administración.
- ◇ El Comité de Administración de cada Espacio Comercial, contratará a un administrador, como ya se mencionó no deberán ser empleados públicos ni comerciantes.
- ◇ Ante este administrador pagarán los comerciantes sus cuotas de mantenimiento, energía eléctrica, agua, limpieza y seguridad en su caso.
- ◇ Los comerciantes reubicados en los Espacios Comerciales, pagarán ante institución bancaria su renta o mensualidad y la parte proporcional del seguro del propio Desarrollo Comercial. Estos pagos se depositarán en las instituciones bancarias en una cuenta o directamente ante el instituto de crédito de cada desarrollo comercial.
- ◇ Los recursos obtenidos por las rentas conformarán un Fondo Revolvente que permitirá dar continuidad al Organismo y a sus proyectos. Esto es, el pago de las rentas y mensualidades se destinarán al desarrollo de nuevos Espacios Comerciales.

e) Medidas de control

Se establecerán Reglas de Operación y tendrán como objetivo, regular la operación y el funcionamiento de los proyectos y estudios comerciales. Destacando los siguientes aspectos:

- ◇ Se establecerán figuras institucionales que permitan el ordenado funcionamiento de los Espacios y Estudios Comerciales: Comité de estudios, Comité de Administración y la Representación de los Comerciantes.

Para el caso de Estudios.

- ◇ Se integrará con personalidades académicas, comercio establecido, cámaras, universidades, invitados, etc.

Para el caso de Espacios Comerciales.

- ◇ El Comité estará integrado por la representación de Gobierno, organismo Institucional, Delegación y dos representantes de los comerciantes.
- ◇ El Comité contratará al Administrador del Espacio Comercial, el cual no deberá ser empleado público ni comerciante.
- ◇ Se establecerán normas específicas para el uso de las áreas comunes.
- ◇ Por lo que respecta a los comerciantes, se precisarán sus obligaciones, el pago oportuno de su renta o mensualidad y de las cuotas de mantenimiento, entre otras.

f) Estudios técnicos específicos de investigación

Es necesario que paralelamente, a las medidas de regulación del comercio informal que se adopten por el Gobierno de la Ciudad, a corto plazo, es necesario realizar un diagnóstico del comercio en vía pública, y profundizar en la planeación del abasto y comercio de la ciudad, en la búsqueda del conocimiento de las formas y características en que se desarrollan las distintas etapas de esta actividad, así como las relaciones de control o dependencia en el

abasto de productos, su distribución y la venta misma, y su vinculación con el desarrollo urbano. Es indispensable este conocimiento para que las disposiciones y lineamientos que se elaboren, tomen en cuenta los factores que distorsionan o condicionan el comportamiento del comercio informal y contemplen con la precisión requerida, los procesos de regulación y operación de la actividad, que la ubiquen en el contexto del comercio de la Ciudad en lo general y se favorezca su transformación gradual hacia la formalidad comercial.

El estudio que se plantea, tiene un marco de atención más amplio, dentro de la planeación, regulación, control y fomento del abasto, para dar como resultado diagnósticos y propuestas del sistema comercio de la Ciudad de México.

f.1) Objetivo

La finalidad de presentar este estudio, se refiere concretamente a instrumentar la investigación del sistema de planeación del comercio, con el propósito de:

Apoyar con estudios técnicos de planeación urbana comercial en la definición de lineamientos de regulación del comercio en el Distrito Federal.

f.2) Metas

Se establecen 4 metas específicas a alcanzar en el análisis del sistema comercial:

Identificación de las cadenas de comercialización en su ámbito reglamentario, operación, entorno urbano y poblacional.

Realizar la investigación de la formas de planeación y del entorno urbano y sus relaciones comerciales, de abasto y comercio, entre los distintos sectores poblacionales que intervienen en la cadena de consumo, para identificar a sus participantes y los procesos de intermediación que se presentan.

Identificación de las cadenas de comercialización en que se desarrolla.

Realizar la investigación de la formas y la complejidad en que se llevan a cabo las relaciones comerciales de compra-venta entre los distintos agentes que intervienen en la cadena de comercialización formal, para identificar a sus participantes y los procesos de intermediación que se presentan.

Valoración del servicio que proporciona a la población consumidora.

Se conocerán los precios, productos, calidad, servicios y garantías entre otros, que ofrece el comerciante en vía pública, para facilitar su ordenamiento y la fijación de políticas de simplificación del mercado, en beneficio del comerciante, por sus costos y rendimientos, mejores términos de las relaciones comerciales y beneficios de calidad y precio para el consumidor.

Formulación de lineamientos que apoyen la definición de la normatividad de regulación y operación.

El conocimiento de los productos, formas y peculiaridades del comercio formal, orientará la determinación de lineamientos de venta por productos, giros comerciales y en general, los de regulación de operación y funcionamiento de la actividad.

f.3)Ámbito de aplicación

El planteamiento general del estudio se propone la investigación del universo del comercio y sus modalidades, en las 16 Delegaciones de Gobierno del Distrito Federal.

Por otra parte, el alcance de la investigación también estará determinado por las fuentes de información que se establezcan.

En cualquier caso, el diseño de la investigación tendrá que considerar estas limitaciones y, en su caso, definir la aplicación de encuestas por el método de muestreo, el tamaño de la muestra y la extrapolación de resultados

en consideración al supuesto de homogeneidad de los factores comerciales de la investigación y los márgenes de error aceptables para definir las tendencias y resultados de la misma.

f.4) Actividades a desarrollar

Se realizarán en tiempo y forma los trámites de solicitud, para llevar a cabo la investigación.

Será necesario establecer la coordinación con las áreas a nivel tutorial, de gobierno, instituciones académicas, de sectores comerciales etc., para efectos de coordinación y autorizaciones de información y participación, así como para la determinación de las prioridades de atención y ámbito de aplicación.

A nivel delegacional, se establecerán relaciones de coordinación, comercial y enlace, así como con el personal de las áreas de Gobierno y de Mercados y Vía Pública.

f.5) Requerimientos

De conformidad a la definición de los objetivos y precisión de las prioridades que se establezcan para este estudio, así como el ámbito de acción que se fije, se establecerá el tiempo de ejecución.

Se dispondrá de un espacio para el equipo y material para el desarrollo de las actividades.

Se establecerá las comunicaciones y otorgamiento de facilidades con autoridades centrales del Gobierno del Distrito Federal, Delegaciones, áreas específicas de información etc.

f.6) Medios de investigación

La estrategia de obtención de información se apoyará en diversas acciones, de investigación documental y de campo que serán la base del diagnóstico.

1. Diseño, elaboración y levantamiento de una encuesta de identificación de las personas dedicadas al comercio y datos comerciales sobre productos, precios y condiciones de mercado, principalmente.
2. Elaboración y aplicación de una encuesta en el mercado formal, sobre precios y condiciones, principalmente, de productos similares a los que expende el comercio en vía pública, para la obtención de parámetros diferenciales entre ambos mercados.
3. Formulación y aplicación de un cuestionario de identificación de zonas comerciales, cuantificación y evaluación comercial por giros e influencia espacial.
4. Realización de entrevistas y consultas con entidades públicas y privadas que participan en la regulación, organización y desarrollo del comercio formal e informal del Distrito Federal, así como con las que se consideren fuentes de información de datos económicos y sociales que contribuyan a la delimitación del marco de referencia de la actividad.
5. Revisión de los estudios e investigaciones que sobre el comercio de la Ciudad de México, han sido desarrollado por diversas instancia, públicas o privadas.
6. Revisión documental de leyes, reglamentos y disposiciones que delimitan la operación de las actividades comerciales formales e informales, para establecer líneas de análisis y formulación de sugerencias de lineamientos.
7. Revisión documental de la reglamentación del desarrollo urbano comercial, para el análisis y formulación de lineamientos y cartas de planeación urbana del comercio informal e informal, considerando el ámbito comercial espacial establecido.

f.7) Calendario general de actividades

Se propone un tiempo de ejecución análisis, y formulación de resultados, de 14 meses, que para fines de calendarización se establecen como 28 quincenas, lapsos que se indican como tiempo de terminación de cada actividad, en el Programa propuesto.

Programa		
No	Descripción	Tiempo
1	Integración del grupo de trabajo	Inicio
2	Elaboración del Plan de Investigación	1a.
3	Requerimientos de información y metodología	2a.
4	Diseño y elaboración de Cédulas de Encuesta.	3a.
5	Coordinación y acuerdo con autoridades centrales y delegacionales	4a.
6	Integración de acciones de trabajo delegacionales	6a.
	Levantamiento de información	
7	Análisis y captura de datos	9ª
8	Investigación de normatividad y consulta con instituciones públicas y privadas.	12ª
9		14ª
10	Formulación de cuadros de resultados.	16a.
11	Elaboración de informe de diagnóstico.	18a.
12	Formulación de conclusiones y recomendaciones.	20ª
13	Formulación de instancias para la determinación de lineamientos operativos	22ª
14	Presentación de resultados	24a

Fuente: Programa Propuesta 1998.

f.8) Levantamiento de información

Esta etapa será la base fundamental de la investigación, por lo que su desarrollo requerirá de una planeación detallada.

Se propone en principio, la elaboración de tres cuestionarios o encuestas de información, para su aplicación a grupos específicos de personas y grupos :

1. Encuesta general a comerciantes en vía pública, sobre información socioeconómica y características comerciales de su actividad,
2. Cuestionario relativo a zonas de concentración de comercio establecido, identificadas a nivel delegacional, para obtener el conocimiento de la problemática concreta de un área, y la influencia comercial de la misma, y
3. Encuesta sobre productos, precios y calidades del comercio formal en productos similares a los que se manejan en vía pública.

En la formulación de los cuestionarios deberá considerarse de manera clara, la obtención de la información con el detalle requerido, y aplicar una prueba piloto de levantamiento de información, que permita valorar su objetividad y la consecución de resultados.

Se deben establecer distintos escenarios de aplicación y desarrollo de la encuesta y por ende de resultados a obtener, para instrumentar las actividades de ajuste o complemento que garanticen el logro de los objetivos de información.

Para el levantamiento de la encuesta, principalmente la orientada a los comerciantes de vía pública, por su número, dispersión y la actitud esperada al momento de la encuesta, se hace necesario diseñar un procedimiento para su ejecución, que indique técnicas, pasos, responsabilidades y tiempos de realización.

f.9) Proceso y concentración de datos

De manera previa debe definirse, con la asesoría del tutor. Los sistemas de captura y proceso de datos, que servirán de base en la concentración y elaboración de cuadros de resultados.

La selección del sistema de cómputo de base de datos, estará condicionada al volumen de información que se pretenda procesar y la emisión de datos o indicadores cuantitativos esperados.

f.10) Resultados

La conformación de los resultados de información y, consecuentemente los concentrados de análisis y emisión de recomendaciones sobre la actividad comercial formal y en vía pública, se agruparan en dos aspectos que se derivan de los objetivos propuestos al inicio de la investigación:

a. Identificación de las cadenas de comercialización

- ◇ Conocimiento de los proveedores principales de los productos que se comercializan, así como los volúmenes operados, que dará paso a determinar medidas para su regulación o de promoción y sustitución de proveedores y productos formales,

- ◇ Identificación de las formas, redes o grupos de control de los sistemas de distribución de mercancías, cuyo conocimiento servirá para definir la intervención de la autoridad en materia de regulación, contención o fomento de la actividad,
- ◇ Identificación de las zonas de alta concentración comercial y estimación de sus áreas de influencia comercial y las cartas del comercio delegacional,
- ◇ Análisis de las formas y documentos con que se establecen las relaciones comerciales de compra venta, para promover su adecuación y la incidencia de la autoridad para su control y registro, tendiente a la formalización fiscal que corresponda, y
- ◇ Determinación de la fuentes de financiamiento o crédito que pueden presentarse en el sector, para en su caso, promover esquemas oficiales o privados formales que apoyen la operación del comercio en vía pública hacia la formalidad.

b. Valoración del servicio

- ◇ Situación socioeconómica de la personas por delegación, zona, giro comercial, etc., para conocer sus necesidades y orientar los diversos programas de salud, sociales, comerciales y de capacitación que elaboren en su beneficio las autoridades del Gobierno del Distrito Federal,
- ◇ Conocimiento de los niveles de ingreso de la personas, para ubicarlos en el marco general de la economía, respecto de sus aportaciones al fisco y contribuciones en el uso de los servicios públicos que ocupan,
- ◇ Análisis de inversión fija, capital de trabajo y rentabilidad, para la clasificación del comercio en base a sus rendimientos proporcionales,
- ◇ Número de personas por tipo de puesto y tamaño, que permitirá diseñar programas de estandarización y presentación de puestos o locales en vía pública,

- ◇ Identificación de áreas de venta especializadas en algunos giros comerciales, que orienten posibilidades de establecer mercados específicos,
- ◇ Identificación de los productos que se operan, calidades y precios, para definir políticas de regulación, de promoción e incorporación de productos que ayuden a la distribución de la industria y manufactura nacional,
- ◇ Conocer las políticas de compra más generalizadas, con el propósito de establecer programas de promoción de compras de volumen, contacto directo con proveedores, etc.,
- ◇ Conocimiento de las ventajas comparativas de compra entre el comercio formal e informal, para definir estrategias de equilibrio de los sectores, y
- ◇ Identificación de los servicios y garantías que se ofrecen y se practican en la comercialización en vía pública, en beneficio del consumidor, para proponer la adopción de medidas generalizadas que sean conocidas y exigibles por los compradores.

f.11) Propuesta de lineamientos

El análisis de resultados y la elaboración de conclusiones del estudio del comercio formal e informal, dará origen a la formulación de propuestas de lineamientos sobre cada tema investigado o problema detectado, que coadyuven al diseño de los procesos de regulación y normatividad de la actividad, mencionándose a continuación algunos aspectos de importancia :

- ◇ Propuesta del Programa General Abasto y Comercio del D.F., y de los Planes Delegacionales,
- ◇ Propuesta de giros comerciales adecuados para operarse en vía pública,
- ◇ Elaboración de lineamientos normativos de registro de comerciantes, con la agrupación de giros comerciales que se determinen,
- ◇ Elaboración de propuestas de incorporación de los comerciantes de vía pública a la actividad formal comercial,

- ◇ Elaboración de lineamientos para la formulación de normatividad comercial de vía pública,
- ◇ Propuesta de promoción del comercio, en apoyos técnicos de organización, de presentación e identidad de puestos, espacios y personas,
- ◇ Propuestas de adopción de medidas de seguridad e higiene,
- ◇ Propuestas de seguridad pública y de protección ecológica y urbana, para el mejoramiento de la imagen de la Ciudad y rescate de la vía pública,
- ◇ Propuestas de incorporación de grupos de comerciantes a espacios disponibles en mercados, plazas y planchas comerciales,
- ◇ Propuestas de adopción de lineamientos de áreas de control y contención del comercio formal e informal,
- ◇ Sugerencias de capacitación en técnicas de mercado, eficiencia comercial, productividad y prácticas comerciales,
- ◇ Propuestas de seguridad en el manejo de combustibles, y
- ◇ Sugerencias sobre salud e higiene en el manejo de alimentos, tanto para la presentación e higiene personal de los vendedores, como en el manejo y conservación de los alimentos.

g) Participación en la planeación urbana

La planeación del desarrollo urbano en la ciudad de México, para el presente siglo, se remonta institucionalmente a través de reglamentos y decretos a partir de los años treinta. En 1997 el Gobierno de la Ciudad, realiza las adecuaciones y los ajustes ante el crecimiento desmedido del Distrito Federal, la vinculación del desarrollo urbano con la participación de los sectores sociales y económicos en la última década, hacen posible que se publique para ese año, un nuevo ordenamiento basado en la participación y

consenso de autoridades, ciudadanía y representantes populares. Su participación de este marco regulatorio se da en los términos siguientes:

g.1) Actuación de la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal

En lo que se refiere a la Ley de Desarrollo Urbano, publicada en la Gaceta Oficial Distrito Federal, el 29 de enero de 1996 y en el Diario Oficial de la Federación el 7 de febrero de 1996, tiene como finalidad establecer las normas básicas para planear la fundación, el desarrollo, mejoramiento, crecimiento y consecución de los centros de población. Su objetivo, el de la Planeación del Desarrollo Urbano y el Ordenamiento territorial del Distrito Federal.

Esta planeación pretende darle una estructuración racional y sistemática, de políticas, estrategias, evaluación y revisión de resultados. Se abre la posibilidad de llevar a cabo consultas públicas sobre la totalidad de las acciones realizadas por la Administración Pública del Distrito Federal, además esta Ley, estará en concordancia con el Sistema Nacional de Planeación, y que a su vez los Programas formaran parte integrante de este sistema.

La Planeación del Desarrollo Urbano se concretará a través del Programa General, quien por conducto de los Programas Delegacionales y los Programas Parciales, constituyen los instrumentos rectores de la planeación en esta materia para el Distrito Federal.

Los Programas Delegacionales se subordinarán al Programa General y deberán ser congruentes entre sí. Los Programas Parciales entre dos Delegaciones se subordinarán al Programa General, y aquellos que están en una Delegación se sujetarán a los Programas de la demarcación política.

El Programa General contendrá: antecedentes, diagnósticos, pronósticos, las determinaciones de planes y programas que inciden en el D.F., las relaciones existentes en la planeación del desarrollo socioeconómico y del equilibrio ecológico y de las políticas del Sistema de Protección Civil del Distrito Federal, así como los razonamientos que justifiquen desde el punto de vista técnico urbanístico, las modificaciones del Programa General, los instrumentos incidirán en el mejoramiento de la calidad de vida, ordenamiento

del territorio incluyendo la clasificación del suelo, así como los polígonos que delimiten el suelo urbano y de conservación. Asimismo contendrá las características que identifican las diversas áreas contenidas en la estructura vial; red metropolitana, vías primarias, formas de penetración al territorio del Distrito Federal, de las vías general de comunicación, ductos, canales y en general toda clase de redes de transporte. Igualmente la organización y características del impacto, con base en acuerdos de facilidades administrativas para el desarrollo, información gráfica mostrando el Programa General con las áreas de desarrollo y actuación de las áreas susceptibles al desarrollo económico, propuestas del suelo urbano y conservación en el Distrito Federal, y la identificación de las zonas de alto riesgo geológico, hidrometeorológico, físicoquímico, sanitario y sociourbano.

Los Programas Delegacionales tendrán, la fundamentación y motivación, incluyendo los antecedentes, el diagnóstico, el pronóstico, las disposiciones del Programa General que incidan en el ámbito espacial del programa, identificación de las relaciones existentes entre el desarrollo de la Delegación de que se trate, con el desarrollo socioeconómico, el equilibrio ecológico y con las políticas del Sistema de Protección Civil del Distrito Federal, se establecerán los razonamientos que justifiquen la elaboración o la modificación del programa delegacional de que se trate, a través de una imagen objetivo, estrategias de desarrollo urbano y ordenamiento territorial, indicación de la especificación de las metas generales en cuanto al mejoramiento en la calidad de vida de la población de la Delegación. El ordenamiento territorial tendrá, la zonificación y las normas de ordenación, identificando la estructura vial con las vías secundarias, áreas de transferencia y las limitaciones de uso de vía pública.

Contará con lineamientos que en materia de publicidad incidan en la imagen urbana o el paisaje, información gráfica de la zona midiendo y delimitando las zonas de riesgo y los instrumentos de ejecución.

Los Programas Parciales tendrán, la fundamentación y motivación con antecedentes, diagnóstico, pronóstico y razonamientos que justifiquen, desde el punto de vista técnico urbanístico, la elaboración o la modificación del programa parcial que se trate, conteniendo la imagen objetivo, estrategias de desarrollo urbano y ordenamiento territorial. Con el objetivo de mejorar la

calidad de vida, el ordenamiento territorial zonificado y normas de aplicación, en algunos casos de manera detallada estará regulada los polígonos de actuación.

La estructura vial de la demarcación tendrá, las vías secundarias, ciclistas, áreas de transferencia y vías especiales para peatones. El uso del espacio público, estará sujeto al análisis de lo proyecto específicos con la información gráfica correspondiente.

Los Programas Anuales, se darán vinculados con los Programas de Desarrollo Urbano y los Programas Presupuestales del Distrito Federal.

En la aplicación de los programas sectoriales y anuales en materia de desarrollo urbano que elabore la Administración Pública del Distrito Federal, como son los de reservas territoriales, agua potable, drenaje, transporte y vialidad, vivienda, medio ambiente y equipamiento urbano, se ajustaran a lo dispuesto por los programas.

Los fedatarios públicos, deberán acompañar al apéndice de las escrituras las certificaciones de los derechos adquiridos y los actos jurídicos en su caso, relacionados con la transmisión de inmuebles o con su uso o aprovechamiento.

Para la elaboración, aprobación, revisión, modificación, inscripción o cancelación del Programa General y de los Programas Parciales que correspondan, en parte o totalmente, a más de una Delegación, así como sus modificaciones, estarán sujetas a un procedimiento de consultas públicas, audiencias, planteamientos por escrito de los interesados y dictámenes de las autoridades. Participando la Secretaría de Desarrollo Urbano, la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, vecinos e interesados, el Jefe de Gobierno del Distrito Federal y el Presidente de la República para ordenar su publicación de los resultados, en los medios impresos oficiales.

La Ley de Desarrollo Urbano clasifica el uso de suelo, del territorio del Distrito Federal, apoyado en el Programa General conformándolo en:

- a. Suelo Urbano; constituyendo el suelo urbano las zonas a las que el Programa General clasifique como tales, por contar con infraestructura, equipamiento y servicios y por estar fuera de las poligonales y conservación de suelo, y
- b. Suelo de conservación; comprendiendo el que amerite por su ubicación, extensión, vulnerabilidad y calidad, el que tenga impacto en el medio ambiente y el ordenamiento territorial, los promontorios, los cerros, las zonas de recarga natural de acuífero; las colinas, elevaciones y depresiones orográficas que constituyan elementos naturales del territorio de la ciudad y aquel cuyo subsuelo se haya visto afectado por fenómenos naturales o por explotaciones o aprovechamientos de cualquier género, que representen peligros permanentes o accidentales para el establecimientos de los asentamientos humanos. Además, comprende el suelo destinado a la producción agropecuaria, piscícola, forestal, agroindustrial y turística y los poblados rurales.

Áreas de actuación en el Suelo Urbano	
°	Áreas con potencial de desarrollo; grandes terrenos, sin construir, incorporados dentro del tejido urbano, cuentan con accesibilidad y servicios, donde puedan llevarse a cabo proyectos de impacto urbano, que determine el Reglamento de la Ley del Desarrollo Urbano, apoyados en el Programa de Fomento.
°	Áreas con potencial de mejoramiento; en zonas habitacionales de población de bajos ingresos, con altos índices de deterioro y carencia de servicios urbanos.
°	Áreas con potencial de reciclamiento; aquellas que cuentan con infraestructura vial y de transporte y de servicios urbanos adecuados, localizadas en zonas de gran accesibilidad, generalmente ocupadas por vivienda unifamiliar de uno o dos niveles, con grados importantes de deterioro, las cuales podrían captar población adicional, un uso más densificado del suelo y ofrecer mejores condiciones de rentabilidad. Se aplica también a zonas industriales deterioradas o abandonadas donde los procesos deben reconvertirse para ser más competitivos y para evitar impactos ecológicos negativos.
°	Áreas de conservación patrimonial; las que tienen valores históricos, arqueológicos, artísticos o típicos, así como las que, sin estar clasificadas, presenten características de unidad formal, que requieren atención especial para mantener y potenciar sus valores, y
°	Áreas de integración metropolitana; las ubicadas en ambos lados del Distrito Federal, el Estado de México y el Estado de Morelos. Su planeación debe sujetarse a criterios comunes y su utilización tiende a mejorar las condiciones de integración entre las entidades.

Fuente: Ley de Desarrollo Urbano. Art. 31. G.O., 29 de enero 1996 y D.O., del 7 febrero 1996.

abiertos.

Tanto en el suelo urbano como en el de conservación, el Programa General delimitará áreas de actuación y determinará políticas y objetivos específicos. Dentro de estas áreas se podrán establecer polígonos de actuación, ajustándose a los Programas Delegacionales y Parciales.

Los usos de suelo que que están determinados en la zonificación son: habitacional, comercial, servicios, industrial, infraestructura y espacios

El suelo de conservación, para las áreas de rescate ecológico son; habitacional, servicios, turístico, recreación, forestal e infraestructura. Para las áreas de preservación ecológica, piscícola y forestal, las áreas de producción rural y agroindustrial; agrícola, pecuaria, piscícola, turística, forestal y agroindustrial.

La zonificación determinará los usos permitidos y prohibidos para las diversas zonas y se regulará en los programas y en el Reglamento de esta Ley.

Por lo que respecta a las normas de ordenación se referirán, entre otros aspectos, a la intensidad de la construcción permitida, considerando; alturas de edificaciones, instalaciones permitidas por encima de altura, dimensiones

Áreas de actuación en Suelo de Conservación	
◦	Áreas de rescate; aquellas cuyas condiciones naturales ya han sido alteradas por la presencia de usos inconvenientes o por el manejo indebido de recursos naturales y que requieren de acciones para establecer en lo posible su situación original.
◦	Áreas de preservación; las extensiones naturales que no presentan alteraciones graves y que requieren medidas para el control del uso del suelo y para desarrollar en ellos actividades que sean compatibles con la función de preservar. La legislación ambiental aplicable regulará adicionalmente estas áreas.
◦	Áreas de producción rural y agroindustrial; las destinadas a la producción agropecuaria, piscícola, turística forestal y agroindustrial.

Fuente: Ley de Desarrollo Urbano. Art. 31. G.O., 29 de enero 1996 y D.O., del 7 febrero 1996.

mínimas de los predios, restricciones de construcción al frente, fondo y laterales, coeficiente de ocupación del suelo y el volumen de descarga de aguas pluviales, principalmente en las zonas de recarga, para proteger la filtración a los mantos acuíferos.

Los Programas Delegacionales al incorporar zonas de crecimiento de los poblados rurales, deberán incorporar, previa consulta pública, el consentimiento de sus comunidades.

Las delegaciones tendrán facultades de realizar fusiones, subdivisiones y retotificaciones de terreno. Por otra parte el GDF, recibirá a título gratuito, el dominio del porcentaje de la superficie total del terreno, derivado de los desarrollos de conjuntos, de acuerdo con el Reglamento de esta Ley.

La ejecución de los Programas le corresponde a las autoridades, existiendo la actuación social, privada y por cooperación. Los Programas se acompañarán de apoyos y estímulos, los servicios públicos los prestará la autoridad de acuerdo a las necesidades sociales y las licencias y certificaciones

serán por conducto de la autoridad, en este caso las Delegaciones Políticas por ser la instancia primaria y con capacidad de operación del Gobierno del Distrito Federal.

g.2) Referente a la aplicación del Reglamento de la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal

El reglamento fue publicado en la Gaceta oficial el 2 de junio de 1997, y en el Diario Oficial de la Federación el 4 de junio del mismo año.

Establece las escalas gráficas de presentación para el Programa general, Programas Delegacionales y Programas Parciales, los planos especificaran el diagnóstico con la información de la zona, con antelación a la presentación del proyecto del Programa Parcial correspondiente.

Proyectos de los Programas General y Delegacional	
◇	Integración del Diagnóstico
◦	Identificación de la problemática urbana más relevante a resolver, incluyendo el proyecto propuesto,
◦	Identificación de las tendencias al crecimiento o decrecimiento urbano,
◦	Los cambios urbanos surgidos desde que se aprobó el Programa Parcial vigente a la fecha en que se propone el proyecto,
◦	Las zonas subutilizadas, y
◦	Las zonas deterioradas.
◇	Integración de planos de la Estructura Urbana
◦	Polígono en que se aplica el Programa Parcial,
◦	Zonificación y la expresión territorial de las normas de ordenación, y
◦	Proyectos urbanos específicos a incluir en los Programas Parciales.

Fuente: Reglamento de la Ley de Desarrollo Urbano. Art. 4. G.O., 2 de junio de 1997 y D.O., de 4 de junio de 1997.

De los procedimientos de tramitación, revisión y modificación de los Programas, el Reglamento establece la participación de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda del Distrito Federal, como realizador de los proyectos, la participación de ciudadanos a través de

consultas y audiencias públicas, la presencia del Consejo de Ciudadanos, el Jefe de Gobierno y la Asamblea de Representantes del Distrito Federal.

El procedimiento con la participación de las instancias de gobierno, populares y de ciudadanos, aunado a la problemática de los temas, puede transcurrir hasta 16 meses para obtener publicado en los medios impresos oficiales la tramitación, revisión y modificación de los programas.

Cada tres años la Secretaría de Desarrollo Urbano, llevara a cabo la revisión de los programas. Para el caso de modificación se tiene establecido el mecanismo de participación. Los dos temas su tratamiento puede llevarse dependiendo el caso, hasta 12 meses.

Para el control, ordenamiento y seguimiento correspondiente, se tiene establecido un Registro en la Secretaría de Desarrollo Urbano y Delegaciones Políticas, quienes tendrán facultades de expedir copias certificadas de zonificación para usos de suelo y llevarán los libros del registro.

Del ordenamiento territorial, para el caso de la zonificación, las zonas marcadas en los Programas Delegacionales y Parciales se ajustarán a los límites del Distrito Federal, paramento de los inmuebles frente a las vías públicas, brechas, veredas, eje de las manzanas, siguiendo los linderos de los predios, barrancas y límites de inmuebles. Si no se delimita las zonas la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda lo realizara.

Los estudios de impacto urbano se llevaran a cabo en proyectos de vivienda de más de 10,000 metros cuadrados y en proyectos que incluyan oficinas, comercios, industria, servicios o equipamiento, por más de 5,000 metros cuadrados.

De las certificaciones y licencias. Para el primero se establecen tres tipos; certificación para uso específico, certificación de zonificación y certificación de acreditación de uso de suelo por derechos adquiridos.

En la primeras se hace constar si un uso específico está permitido o prohibido para determinado inmueble, y en las segundas, cuáles son todos los usos del suelo permitidos para el mismo. Las certificaciones de acreditación de uso de suelo por derechos adquiridos, tienen por objeto reconocer cuáles son los derechos de usos de suelo que tienen los propietarios o poseedores de un inmueble, edificación o instalación, con anterioridad a la entrada en vigor de los planes o los programas.

Integración de los Estudios de Impacto Urbano	
o	Descripción detallada de la obra, o actividad proyectada, ubicación, superficie de terreno requerida, programas de construcción, instalaciones, actividad, volúmenes de producción previstos, inversiones necesarias, clase y recursos de la Ciudad, que habrán de requerirse tanto en la operación como en el desarrollo,
o	Descripción detallada de los impactos de la obra proyectada y sus repercusiones,
o	De los impactos señalados, en su caso los negativos, cuales serían las propuestas de solución,
o	Compatibilidad del proyecto con la zona,
o	Estudio de imagen urbana, y
o	Acreditación oficial, del perito en Desarrollo Urbano que realice el estudio.

Fuente: Reglamento de la Ley de Desarrollo Urbano. Art. 23.

Para las licencias de uso de suelo, fusiones y subdivisiones, relotificaciones, de conjunto y de la de condominio, se tiene establecido un calendario de atención hasta dos meses en su caso, para la contestación oficial. Si no se da una contestación oficial aplica la Afirmativa Ficta.

g.3) De la Abrogación de Normatividad en el Desarrollo Urbano

Con la publicación de la Ley de Desarrollo Urbano y su Reglamento, en 1996 y 1997, en los medios impresos oficiales, hace que se abroguen en su Artículo Segundo Transitorio los reglamentos siguientes:

1. Reglamento de Zonificación del Distrito Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de abril de 1982.
2. Reglamento de Planes Parciales, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 9 de diciembre de 1976, y
3. Reglamento del registro del plan director para el Desarrollo Urbano del Distrito Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de diciembre de 1976.

Con la publicación del bando de la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 26 de mayo de 1992, fueron abrogados los siguientes reglamentos y decretos:

1. Reglamento de la Ley de Planificación y Zonificación del Distrito Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de agosto de 1931,
2. Reglamento de las fracciones I, V y VII del Artículo 3º., de la Ley de Planificación y Zonificación del Distrito Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 4 de febrero de 1941,
3. Reglamento de los Artículos 6º., 56 y 59 de la Ley de Planificación y Zonificación del Distrito Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 18 de abril de 1941,

4. Reglamento para la Ejecución de Obras de Planificación en el Distrito Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1947, y
5. Decreto por el cual se demarcan las atribuciones que, en materia de Planificación y Zonificación, competen a la Comisión del Ramo y a la Dirección General de Obras Públicas, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de octubre de 1941.

g.4) Propuesta en la Normatividad en el Desarrollo Urbano

De acuerdo a la complejidad que tiene el comercio en vía pública y sus connotaciones sociales, económicas, comerciales y políticas, todas ellas con un impacto profundo en el comportamiento del desarrollo urbano se sugiere realizar lo siguiente:

Se debe reconocer que el comercio en vía pública es un fenómeno actuante en nuestra sociedad, con matices que atañe desde lo histórico hasta la venta de productos ilegales y de contrabando, por lo cual hay que identificarlo en el espacio, es decir en la vía pública.

Los Programas reconocen solo dimensiones, en trazas urbanas, límites naturales, coeficientes de crecimiento o control de desarrollos urbanos, abarca los diversos sectores de producción, recreación, de estancia, y de servicios, pero no observa la movilidad y asentamiento de los mercados móviles y del comercio en vía pública. Por lo cual debieran considerarlo ó establecer un instrumento jurídico como serían los Programas de Comercio, involucrando el establecido y el informal, con las características de efectuar los diagnósticos, pronósticos y las acciones tendientes a su ordenación, vinculando y estableciendo políticas de crecimiento, control, fomento, regulación y saturación del comercio establecido y popular para la Ciudad de México. Considerando para el caso del comercio popular su transitoriedad en la vía pública hasta su regularización en un espacio físico ordenado, evitando con ello su permanencia.

h) Instrumentos de operación jurídicos

Se propone establecer ordenamientos jurídicos en los canales de abasto popular, que actualmente no operan, provocando serias dificultades en las ubicaciones donde se establecen.

La propuesta jurídica se realiza en tres apartados que fijarían: Primero los Mercados Móviles. Segundo, la propuesta de Recursos Autogenerados por concepto de Aprovechamiento de la Vía Pública, y Tercero, la propuesta del Registro Único de Comerciantes de Vía Pública, incluyendo los mercados públicos y las diversas modalidades del comercio en vía pública.

Primer apartado: Mercados Móviles, referente a Tianguis, Mercados Sobre Ruedas y Concentraciones, desarrollándose de la siguiente forma:

1. Acuerdo que fija las Bases de Operación de los Mercados Móviles y Establecidos.
 2. Normas de Operación de los Tianguis y Mercados Sobre Ruedas.
 3. Instructivo de Operación de los Tianguis y Mercados Sobre Ruedas.
 4. Lineamientos para el Ordenamiento y Regulación de las Concentraciones de Comerciantes del Distrito Federal.
 5. Instructivo de Operación de las Concentraciones
-

Segundo apartado: Administración de los Recursos Generados por el Comercio Popular en el Uso y Aprovechamiento de la Vía Pública del Distrito Federal.

1. Antecedentes
 2. Propuesta
 3. Comité Técnico
 - 3.1. Objetivo General
 - 3.2. Integración
 - 3.3. Funciones Principales
 - 3.4. Operación
 4. Unidad de Registro del Comercio Popular
 - 4.1. Funciones Principales
-

Tercer apartado; del Registro Único de Comerciantes de Vía Pública, incluyendo los mercados públicos y las diversas modalidades del comercio en vía pública.

1. Registro Único del Comercio Popular (RUCOP)
 - 1.1. Objetivo General
 - 1.2. Objetivos Específicos
 - 1.3. Operación
 2. Mecánica de Operación de un Nuevo Sistema de Seguimiento del Cobro
 3. Lineamientos de Acuerdo
-

□ *Desarrollo del primer apartado: Mercados Móviles; Tianguis, Mercados Sobre Ruedas, y Concentraciones Comerciales.*

1. ACUERDO QUE FIJA LAS BASES DE OPERACIÓN DE LOS MERCADOS MÓVILES Y ESTABLECIDOS EN EL DISTRITO FEDERAL

GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL

ACUERDO POR EL QUE SE PUBLICAN LAS BASES DE OPERACIÓN DE LOS MERCADOS MÓVILES Y ESTABLECIDOS EN EL DISTRITO FEDERAL

Jefe de Gobierno del Distrito Federal, con fundamento en los artículos 122, Apartado C, Base Segunda, fracción II, inciso b), de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 67, fracción II, del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal y con fundamento en los artículos 90 y 117, fracción V, del mismo Estatuto ; 4o., 13, 20, 21 y 32, fracción V, de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal ; Octavo Transitorio del Decreto que reforma, adiciona y deroga diversas disposiciones del Código Financiero del Distrito Federal, el 31 de diciembre de 1997 y el Diario Oficial de la Federación el 56 de enero de 1998 ; 1o. y 2o., 11 fracción IX y 54, fracción VII, del Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal, y

CONSIDERANDO

Que el Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública, publicado en la G. O., el 16 de febrero de 1998, incorpora las principales inquietudes y planteamientos de la ciudadanía del Distrito Federal, respecto a la urgente necesidad de establecer mecanismos de reordenamiento del comercio en vía pública.

Que el Programa de referencia establece la participación de la Secretaría de Gobierno, por conducto de la Subsecretaría del Trabajo y Previsión Social ; la Secretaría de Desarrollo Económico a través de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, y las Delegaciones Políticas del Distrito Federal, para llevar a cabo los mecanismos de ordenación, regulación y funcionamiento de los Mercados Sobre Ruedas, Tianguis y Concentraciones de Comerciantes en la Ciudad de México.

Que el mismo Programa determina que las instancias participantes, elaborarán un calendario de metas para el desarrollo de las actividades, por lo que en cumplimiento a lo ordenado por el Programa de Reordenamiento, he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO.- Publíquese en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, las Normas e Instructivo de Operación de los Tianguis y Mercados Sobre Ruedas en el Distrito Federal, que se deberán aplicar por las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, las cuales forman parte integrante del presente Acuerdo.

SEGUNDO.- Publíquese en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, los Lineamientos para el Ordenamiento y Regulación de las Concentraciones de Comerciantes del Distrito Federal, el cual forma parte integrante del presente Acuerdo.

TERCERO.- Las Normas e Instructivo de Operación de los Tianguis y Mercados Sobre Ruedas a que se refiere el presente Acuerdo, los Lineamientos de Ordenamiento y Regulación de las Concentraciones se hacen del conocimiento de los particulares, así como para su aplicación y despacho de las unidades administrativas y órganos desconcentrados de la Administración Pública del Distrito Federal.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- El presente Acuerdo y las Normas e Instructivo, Lineamientos de Operación y Ordenación de los Mercados Móviles y establecidos, entrarán en vigor al día siguiente de su publicación en la Gaceta Oficial del Distrito Federal.

SEGUNDO.- Se derogan todas aquellas disposiciones administrativas que se opongan al presente ordenamiento.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo del Distrito Federal, a los _____ del mes de _____ de mil novecientos noventa y ocho.- El Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

2. NORMAS DE OPERACIÓN DE LOS TIANGUIS Y MERCADOS SOBRE RUEDAS DEL DISTRITO FEDERAL

Los tianguis y mercados sobre ruedas para su operación y funcionamiento en la Ciudad de México, deberán contar con las condiciones siguientes:

Disposiciones Generales

1. Los tianguis y los mercados sobre ruedas son mercados móviles integrados por un conjunto de puestos semifijos para el comercio en vía pública, que operan en días preestablecidos, en calles y espacios de la ciudad, en circuitos previamente definidos y regulados por la autoridad correspondiente.
2. Operan en puestos de venta armables generalmente tubulares, protegidos del sol y la lluvia con lonas fijadas a una estructura que hace las veces de techo del local o puesto de venta.
3. Las personas que trabajen o se incorporen a la actividad comercial en vía pública, en este tipo de mercados, se les denominará oferentes.
4. Los mercados móviles constituyen un canal de apoyo popular a la distribución de productos básicos, principalmente en frutas y legumbres, que por su precio y calidad complementan la oferta de los mercados públicos y otras formas de comercio.
5. Los mercados móviles representan un medio de atención a la población de menores ingresos, con mercancías básicas al consumo familiar.

De los Permisos

1. La operación de los mercados móviles se realizará previa autorización de las ubicaciones y permiso de comerciantes expedido por las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, en coordinación con la Secretaría de Gobierno, Subsecretaría del Trabajo y Previsión Social, Secretaría de Desarrollo Económico por conducto de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, que contendrá el nombre de las personas que realizarán la actividad en vía pública, datos de la ubicación, horario, día de trabajo, número de oferentes, giros comerciales, localización en forma cartográfica de la zona de trabajo, etc.

2. Las autorizaciones serán anuales y los permisos en forma temporal, revocables personales e intransferibles, con una duración del primero de 1 año y el segundo de 6 meses prorrogables.
3. Los oferentes que se registren en los permisos de operación, deberán tener como fuente de ingresos o constituir su fuente principal de subsistencia, el dedicarse a la actividad comercial en vía pública, a través de los mercados denominados tianguis.

De las Obligaciones

1. Respetar los horarios de trabajo que se fijen, pudiendo retirarse una vez terminado el producto.
2. Exender el producto en las ubicaciones autorizadas, en los espacios que se les asignen y en puestos que cuenten con los siguientes elementos; un armazón modular metálico con techo a dos aguas, tarima con hule protector para la exhibición de producto, manta y hule frontal. Estos elementos deberán ser de color uniforme salvo los de los giros reglamentarios, donde predominará el color blanco.
3. Iniciar las ventas una vez instalado el puesto, en las máximas condiciones de aseo y con las básculas debidamente ajustadas, habiendo colocado los precios a todos los productos.
4. Depositar las carnes, pescados, mariscos, vísceras, pollo, lácteos y salchichonería en recipientes limpios y cubiertos de la acción de la intemperie y para su exhibición y venta en vitrinas que impidan su contaminación utilizando hielo y/o refrigeración.
5. Presentarse y mantenerse aseados durante el horario de trabajo; usar batas, gorras e instrumentos requeridos en perfecto estado de limpieza, contar con botes para su basura y, al término de sus operaciones, dejar limpia el área ocupada, lavándola cuando sea necesario.
6. Vender los alimentos preparados en la zona que para tal efecto se determine, haciendo uso de todo tipo de precauciones en el caso de utilizar combustibles, debiendo mantener el equipo o instalaciones en perfecto estado. Para este efecto, la Secretaría de Desarrollo Económico y la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social, establecerán las recomendaciones de uso.

7. Abstenerse de condicionar la venta de productos que se tengan en existencia a la adquisición de otro, ni venderse a mayor precio de aquel con que se anuncio o al fijado oficialmente, permitir al público consumidor seleccionar los productos sin que sea motivo de aumentar el precio.
8. Exhibir, respecto de cada producto o clase, los precios a la vista del público, expresándolos en función de la unidad de medida y no por fracciones de ésta, realizando su venta en cualquier fracción de kilo que le sea solicitado.
9. Utilizar invariablemente básculas de reloj para el pesaje de productos que se expenden, llevando a cabo esta operación a la vista del público consumidor, debiendo mantener ajustadas las básculas. Promover la verificación periódica de sus equipos de pesaje, por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor.
10. Abstenerse de: producir ruidos innecesarios, usar lenguaje ofensivo, manchar, pintar o causar deterioro a las paredes o prados, colocar incorrectamente las tarimas, tubos o cualquier objeto que ponga en peligro la integridad física de las personas, sujetar los puestos y mantas de árboles, casa, postes, cables o cualquier objeto del mobiliario urbano ajeno al tianguis, estacionar vehículos en entradas particulares, edificios públicos y religiosos o en doble fila. Así como obstruir la vialidad en el área de influencia del tianguis y de introducirlos en las zonas destinadas para la venta de los productos.
11. Colocar en lugar visible (hule frontal) el permiso correspondiente expedido por la Delegación, así como portar el gáfete que lo identifique.
12. Abstenerse los oferentes y en su caso sus dependientes de:
 - a. Ingerir bebidas alcohólicas o encontrarse bajo influencia de cualquier enervante durante el horario de trabajo,
 - b. Vender productos cuya procedencia no pueden justificar legalmente,
 - c. Vender y conservar productos en mal estado, y
 - d. Proferir insultos o participar en riñas.

13. Realizar los pagos por concepto de aprovechamientos o uso del suelo, conforme se establece en el artículo 267 del Código Financiero del Distrito Federal. Propuesta de un apartado "B" para los Mercados Móviles.

De las Autoridades Competentes

1. Las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, serán las responsables de emitir las autorizaciones y permisos de operación de los mercados móviles y vigilar su adecuada operación y funcionamiento, acorde a los lineamientos y normas establecidos para este canal de comercialización.
2. El órgano Delegacional de comunicación y ejecución permanente para todo lo relacionado con los mercados móviles, serán las oficinas de mercados y vía pública, ante quien se solicitará los permisos de operación y cualquier asunto al respecto.
3. Corresponde a la Secretaría de Desarrollo Económico, por conducto de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, formular y evaluar los programas de comercialización, ubicación y funcionamiento, así como normar y supervisar la operación y funcionamiento de los mercados móviles.

De las Sanciones

Los comerciantes que infrinjan las presentes normas se harán acreedores a las sanciones que establecen los reglamentos en materia de salud, comercio, de mercados, policía y buen gobierno, de tránsito y Ley Federal de Protección al Consumidor y a las que se establecen en la propuesta del Instructivo de Operación de los Tianguis y Mercados Sobre Ruedas del Distrito Federal.

3. INSTRUCTIVO DE OPERACIÓN DE LOS TIANGUIS Y MERCADOS MÓVILES DEL DISTRITO FEDERAL

Disposiciones Generales

1. La operación y funcionamiento de los mercados móviles se regirá por lo dispuesto en el acuerdo que fija las normas de operación de los tianguis y mercados sobre ruedas en el Distrito Federal, así como las que establece el presente instructivo.
2. La Secretaría de Desarrollo Económico, a través de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, establecerá los giros comerciales que se pueden operar en los mercados móviles, los mercados sobre ruedas tienen prohibida la venta de alimentos preparados, sujetando su operación a productos básicos y complementarios.
3. Corresponde a las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, aplicar y vigilar tanto en la emisión de permisos como en los aspectos operativos, la observancia a los giros autorizados.
4. Los precios de venta de los productos que se expendan en los tianguis, se establecerán de forma libre de acuerdo a las condiciones que prevalezcan en el mercado generalizado para productos iguales o similares.

Para los mercados sobre ruedas, los precios de venta se ajustarán a los establecidos por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Las autoridades Delegacionales, en coordinación con la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, podrán realizar verificaciones periódicas de los precios de venta de las ubicaciones de los mercados móviles, a fin de efectuar análisis comparativos de precios con otras modalidades de comercio y emitir recomendaciones y observaciones sobre el comportamiento de los niveles de precios de este sector, para en bien del interés común, cuidar que los objetivos de precios bajos que le dieron origen se mantengan.

5. Las autoridades Centrales del Gobierno del Distrito Federal, promoverán acciones para lograr la eficiencia operativa de este sector y desarrollará programas sociales,

educativos y de salud, que mejoren las condiciones de las personas y sus familias dedicadas a esta actividad. A este propósito, participarán las Áreas de la Secretaría de Gobierno, a través de la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social, la Secretaría de Desarrollo Económico, por conducto de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución y las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, principalmente.

6. Las Secretarías de Gobierno, de Finanzas y de Desarrollo Económico propiciarán un programa para la integración de los comerciantes de mercados móviles al registro y régimen fiscal correspondiente, a efecto de promover la formalización de sus operaciones y de la actividad comercial respectiva.

De los Permisos

1. Las autoridades de la Delegación correspondiente, en base a los lineamientos que establezca la Secretaría de Desarrollo Económico, a través de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, en coordinación con la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social, analizará las solicitudes de emisión de autorizaciones y permisos de operación, considerando entre otros aspectos :
 - a. El acuerdo y consenso vecinal para la operación e instalación del mercado móvil,
 - b. La disponibilidad de espacio para su ubicación en la colonia y zona , sin afectar el desarrollo de las actividades normales en el entorno correspondiente,
 - c. La protección ecológica necesaria en el área de la ubicación, respecto de la conservación y cuidado de áreas verdes,
 - d. La situación del abasto comercial y la disponibilidad y cercanía de canales de comercialización en la zona, a efecto de establecer la necesidad de cubrir un espacio de comercio en beneficio de la población y procurar al mismo tiempo, una operación y rendimiento adecuados de los mercados móviles,

- e. La existencia de áreas de alta concentración o afluencia de personas, o que requieren de espacios libres de movimiento y circulación por emergencias, como templos religiosos, escuelas, hospitales, edificios públicos y privados, estaciones del metro, estaciones de bomberos, etc., y
 - f) La disponibilidad de espacios adyacentes para el estacionamiento de las unidades de transporte de los comerciantes, así como para los vehículos de los consumidores.
2. El número de oferentes que se pueden autorizar por ubicación de mercados móviles se realizará en base a las dimensiones del espacio disponible y la distribución ordenada de los puestos o locales de venta, de manera tal que no se afecte la circulación de personas y vehículos en la zona y se conserven los espacios necesarios entre puestos y pasillos entre líneas de puestos, para la circulación de los consumidores.
 3. Los permisos de operación que expidan las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico y la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social, deberán contener el número de giros autorizados, la distribución de los mismos en productos básicos, complementarios y alimentos preparados, en base al listado y clasificación que emita al efecto la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución.
 4. Cualquier extensión de espacio, reubicación de puestos y cambios de giro, deberán ser autorizados por la Delegación y autoridades centrales.
 5. Los permisos de operación se otorgarán por cada ubicación, en la que el padrón de oferentes será la base de identificación de las personas que integran el grupo de comerciantes que se autoriza a operar en dicha ubicación, para constituir los Padrones Unicos de Comerciantes de Tianguis y de Comerciantes de Mercados Sobre Ruedas.

El criterio general de autorización de los oferentes de mercados móviles, se orientará a autorizar un puesto de venta por persona, que dada la movilidad de ubicaciones en una semana, circuitos o rutas, un oferente podrá participar hasta en siete ubicaciones diferentes y por lo tanto registrarse en ese tanto de permisos de operación.

De los Oferentes

1. Se establecerá un Padrón Único de Comerciantes de Tianguis y Padrón Único de Comerciantes de Mercados Sobre Ruedas, como parte del Registro del Comercio de la Ciudad de México, en los que se registrará a la totalidad de las personas en los formatos elaborados al efecto, indicando en cada caso la información general de la personas, datos personales, domicilio, teléfono, socioeconómicos, así como los relativos a su giro comercial y espacio a ocupar.
2. Las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, llevarán a cabo los procesos de registro e identificación de los oferentes de mercados móviles, de acuerdo a la normatividad que establezca la Secretaría de Desarrollo Económico, a través de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, en coordinación con la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social.
3. La representación de las ubicaciones de mercados móviles, promoverán la participación de los oferentes en los sistemas de engafetamiento que establezca la autoridad correspondiente, con el propósito de dotar a cada persona de una identificación oficial que avale su actividad comercial ante cualquier autoridad del Gobierno del Distrito Federal, así como las correspondientes al Gobierno Federal.

De las Asociaciones

1. Los oferentes de mercados móviles podrán agruparse en Asociaciones, conforme lo disponen las leyes en la materia, con el propósito de establecer entidades representativas de personas y grupos dedicados a esta actividad, que fomenten el mejoramiento y condición de sus agremiados, así como la superación personal y comercial.
2. Las organizaciones deberán integrarse al proceso de matriculación de este sector comercial, que estará a cargo de las Delegaciones correspondientes, conforme a los lineamientos que establezca la Secretaría de Desarrollo Económico, por conducto de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución y en coordinación con la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social.

3. Para el registro de la Asociaciones se establecerá un Padrón Único de Asociaciones de Comerciantes de Tianguis y de Mercados Sobre Ruedas, como parte del Sistema de Registro Público de Comerciantes en Vía Pública, Móviles y Establecidos en el Distrito Federal, para lo cual los representantes de la asociaciones, deberán solicitar por escrito su integración a dicho registro, ante la Delegación correspondiente, y entregar los siguientes documentos :
 - a. Copia notarial del Acta Constitutiva de la Asociación,
 - b. Copia notarial de la integración de la Mesa Directiva en funciones,
 - c. Cédula de información general sobre la Asociación, en formato que le será proporcionado por la Delegación, realizada por la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución y en coordinación con la Subsecretaría d Trabajo y Previsión Social, conteniendo entre otros, nombre, objeto, domicilio, teléfono, nombres de los representantes, número de integrantes, etc., y
 - d. Carta compromiso dirigida a la Delegación del Gobierno Federal correspondiente, con conocimiento a las autoridades centrales firmada por el representante, en la que se manifieste la anuencia para participar en los procesos de reordenamiento y regulación comercial que lleva a cabo el Gobierno del Distrito Federal, y de colaboración en los programas de coordinación y promoción del sector.
4. Las Asociaciones estarán obligados a informar oportunamente a las autoridades Delegacionales, cualquier cambio en su organización y proporcionar copia del protocolo, en su caso, que se haya realizado para formalizar los cambios que así lo requieran.
5. En los casos específicos de cambio de mesa directiva de las asociaciones de comerciantes de mercados móviles, se deberá notificar oportunamente a la autoridad delegacional y central, con un periodo de 30 días de anticipación, para que se designe a los representantes de la autoridad que estarán presentes en la reunión respectiva, quienes darán constancia y validez al proceso de respeto a la voluntad de la mayoría. Los elegidos en dicho proceso serán reconocidos por las autoridades Delegacionales y Centrales.

De las Obligaciones

1. Los pagos por concepto de uso o aprovechamiento del suelo, se efectuarán conforme lo indica el Código Financiero del Distrito Federal, en su artículo 267, en base a la aplicación que corresponde a las Zonas de Afluencia Comercial A, B y C, que sean determinadas por las Delegaciones Políticas y sobre la base de la superficie en metros cuadrados que ocupen. En tanto se publiquen los pagos en el Código Financiero para 1999 en el apartado "B", los pagos para esta modalidad se sujetarán a la Circular emitida por la Tesorería del Gobierno del Distrito Federal.
2. La generalidad de las autorizaciones de espacios a ocupar por cada puesto, no deberá exceder de 2 metros cuadrados y solo previa evaluación, la Delegación podrá autorizar un espacio máximo a ocupar de 4 metros cuadrados.
3. Queda estrictamente prohibida la venta de productos y mercancías que pongan en riesgo la salud e integridad física de las personas.
 - a. En este caso se encuentran productos nocivos a la salud, entre los que se puede mencionar a los enervantes y drogas que afectan la salud y comportamiento de las personas,
 - b. Se prohíbe asimismo, la venta de productos que por su manejo o demostración pongan en peligro la vida de las personas, como puede ser el expender cualquier clase de explosivos, incluyendo cuetes y cohetones, y cualquier material combustible que requiere un manejo, transportación y guarda especiales, y
 - c. Expresamente se restringe la venta de productos que por su mal estado pongan en riesgo la salud de las personas, en cuyo caso se ubican los productos alimenticios de origen animal, agrícola e industrial.
4. En caso de disponer de vigilancia particular, se debe informar a la Delegación para su registro y obtener el visto bueno de la misma.

5. Las ubicaciones de mercados móviles dispondrán de un espacio de fácil acceso y a la vista del consumidor, para colocar báscula de repeso debidamente identificadas para ese uso.

De la Organización

1. Los comerciantes de mercados móviles deberán establecer en cada ubicación comercial una organización que facilite la comunicación y coordinación de sus propias actividades y sea el elemento de representación oficial ante las autoridades.

Para el caso de los tianguis, se nombrarán de entre los oferentes registrados en esa ubicación, conforme al padrón autorizado a 3 representantes:

- Delegado,
- Coordinador de Ruta y Vialidad, y
- Coordinador de Comercialización, Supervisión y Vigilancia

En los mercados sobre ruedas, se reconocerá la representación que se tenga establecida, sin contravenir a los ordenamientos que constituyen y reglamentan su operación.

2. Se establece como responsabilidad de los representantes, respetar y hacer respetar las normas de operación por parte de los oferentes, con el apoyo en su caso, de las autoridades competentes.
3. En los permisos de operación que se emitan, se definirán las funciones en particular de cada uno de los representantes, con el propósito de que en la firma del mismo, se asuma la responsabilidad del cumplimiento estricto de las normas de operación del mercado móvil y las responsabilidades que les corresponden observar.
4. Es responsabilidad de los representantes del mercado móvil, vigilar que los oferentes expendan los productos correspondientes a su giro comercial, de acuerdo al padrón respectivo, así como la agrupación de giros, y la ubicación de los puestos de venta en la zona autorizada por la Delegación Política y la Autoridad Central.

De las Sanciones

1. La Delegación correspondiente, impondrá a las organizaciones de tianguistas las amonestaciones y sanciones que se establezcan en la normatividad correspondiente, que estará basada en la gravedad e incidencia de la anomalía o incumplimiento normativo, que puede determinarse en amonestaciones, suspensiones temporales y definitivas por ubicaciones.
2. Las autoridades delegacionales determinarán las sanciones que correspondan aplicar a los oferentes de mercados móviles, de acuerdo a la falta o incumplimiento de la normas o conducta personal que al efecto establezca en circular la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social, en coordinación con la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución.
3. La venta de drogas y narcóticos, así como cualquier producto que afecte a la salud de las personas, se sancionará de conformidad a las leyes aplicables.
4. La falsedad en la información que se proporcione a las autoridades, para los registros, obtención de permisos de operación y cualquier trámite originado por la operación del mercado móvil, se sancionará con la cancelación definitiva del permiso correspondiente a la ubicación que corresponda.

4. LINEAMIENTOS PARA EL ORDENAMIENTO Y REGULACIÓN DE LAS CONCENTRACIONES DE COMERCIANTES DEL DISTRITO FEDERAL

Las Concentraciones de comerciantes para su operación y funcionamiento en la Ciudad de México, deberán contar con las condiciones siguientes:

Disposiciones Generales

1. Las Concentraciones son mercados establecidos integrados por un conjunto de puestos que operan todos los días, en calles y espacios de la ciudad, ubicadas en zonas donde no se cuenta con infraestructura comercial popular. Su operación se establecerá mediante un registro otorgado por las Delegaciones del Distrito Federal.
2. Operan en puestos de venta, con una infraestructura deficiente, con locales fijos contruidos de lámina de cartón, metálicos, de madera y algunos de mampostería, carecen en su mayoría de piso, instalaciones eléctricas, agua, drenaje, techumbre y zonas de carga y descarga. A veces se presenta una estructura que hace las veces de techo del local o puesto de venta.
3. Las personas que trabajen o se incorporen a la actividad comercial en este tipo de mercados, se les denominará comerciantes de concentraciones.
4. Las Concentraciones constituyen un canal de apoyo popular a la distribución de productos básicos, principalmente en frutas y legumbres, que complementan la oferta de los mercados públicos y otras formas de comercio.
5. Las Concentraciones representan un medio de atención a la población de menores ingresos, con mercancías básicas al consumo familiar.
6. Para la ordenación, regulación y funcionamiento de las Concentraciones de comerciantes, se establecerán fideicomisos por cada ubicación y su atención, desarrollo y consolidación será a través de un Comité Técnico de Operación, constituido en la Delegaciones del Distrito Federal y coordinados por el Gobierno Central. Las reglas de operación serán establecidas por las Delegaciones y el Gobierno Central.

De los Permisos

1. La operación de las Concentraciones se realizará previo permiso expedido por las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, en coordinación con la Secretaría de Gobierno, Subsecretaría del Trabajo y Previsión Social, Secretaría de Desarrollo Económico, por conducto de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, que contendrá el nombre de las personas, que realizarán la actividad en vía pública, datos de la ubicación, horario, día de trabajo, número de oferentes, giros comerciales, levantamiento de la zona de trabajo, etc.

Se establecen tres ámbitos de ordenación y regulación:

- Participación del Gobierno de la Ciudad y Concentraciones de Comerciantes,
 - Venta del predio a título oneroso por parte del Gobierno de la Ciudad, y
 - Otorgamiento a las Concentraciones de Comerciantes de un Permiso Administrativo Temporal Revocable a título oneroso.
2. La participación del Gobierno y de comerciantes se establecerá bajo la modalidad de fideicomisos, coordinados por la Delegación y Autoridades Centrales.
 3. La venta de predios se dará con base en los lineamientos establecidos por el Comité del Patrimonio Inmobiliario del Gobierno de la Ciudad.
 4. El Permiso Administrativo Temporal Revocable se establecerá con un tiempo de dos años, prorrogable por periodos iguales, con base en los lineamientos establecidos por el Comité del Patrimonio Inmobiliario del Gobierno de la Ciudad.
 5. Los comerciantes de Concentraciones que se registren en los permisos de operación, deberán tener como fuente de ingresos o constituir su fuente principal de subsistencia, el dedicarse a la actividad comercial, a través de los mercados fijos denominados concentraciones.

De las Obligaciones

1. Respetar los horarios de trabajo que se fijen, pudiendo establecerlos con la autoridad Delegacional y la Secretaría de Desarrollo Económico, dependiendo de la comercialización de sus productos y época del año.
2. Exponer los productos en general en los espacios que se les asignen y en puestos que cuenten con la infraestructura espacial y de local acorde a sus productos. Estos

elementos deberán de contar con el Manual de Identidad para Concentraciones Comerciales que al efecto establezca la Secretaría de Desarrollo Económico, en Coordinación con la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social.

3. Las ventas iniciaran en las máximas condiciones de aseo y con las básculas debidamente ajustadas, y colocando los precios a todos los productos.
4. Depositar las carnes, pescados, mariscos, vísceras, pollo, lácteos y salchichonería en recipientes limpios y cubiertos de la acción de la intemperie y para su exhibición y venta en vitrinas que impidan su contaminación utilizando hielo y/o refrigeración.
5. Presentarse y mantenerse aseados durante el horario de trabajo, usar batas, gorras e instrumentos requeridos en perfecto estado de limpieza; contar con botes para su basura y, al término de sus operaciones, dejar las zonas de trabajo de su local y comunes limpias y lavándolas cuando sea necesario.
6. Vender los alimentos preparados en la zona que para tal efecto determine el Comité Técnico de Operación, haciendo uso de todo tipo de precauciones en el caso de utilizar combustibles. Mantener el equipo e instalaciones en perfecto estado. Al efecto, la Secretaría de Desarrollo Económico, por conducto de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución y en coordinación con la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social, elaborarán las recomendaciones correspondientes.
7. Abstenerse de condicionar la venta de productos que se tengan en existencia la adquisición de otro, ni venderse a mayor precio de aquel con que se anuncio o al fijado oficialmente, permitir al público consumidor seleccionar los productos sin que sea motivo de aumentar el precio.
8. Exhibir, por cada producto o clase, los precios a la vista del público, expresándolos en función de la unidad de medida y no por fracciones de ésta, realizando su venta en cualquier fracción de kilo que le sea solicitado.
9. Utilizar invariablemente básculas de reloj para el pesaje de productos que se expendan, llevando a cabo esta operación a la vista del público consumidor, debiendo mantener ajustadas las básculas. Promover la verificación periódica del equipo de pesaje, por parte de la Procuraduría Federal de Consumidor.
10. Abstenerse de producir ruidos innecesarios, usar lenguaje ofensivo, manchar, pintar o causar deterioro a las paredes o instalaciones para su servicio, colocar

- incorrectamente las tarimas, tubos o cualquier objeto que ponga en peligro la integridad física de las personas, establecer la zona de estacionamiento público y de los comerciantes. Así como obstruir la vialidad en el área de influencia de la concentración y de introducirlos en las zonas destinadas para la venta de los productos.
11. Colocar en lugar visible el permiso de operación correspondiente expedido por la Delegación, así como portar el gáfete que lo identifique.
 12. Abstenerse los comerciantes de concentraciones y en su caso sus dependientes de:
 - a. Ingerir bebidas alcohólicas o encontrarse bajo influencia de cualquier enervante durante el horario de trabajo,
 - b. Vender productos cuya procedencia no pueden justificar legalmente,
 - c. Vender y conservar productos en mal estado, y
 - d. Proferir insultos o participar en riñas.
 13. Realizar los pagos por concepto de aprovechamientos o uso del suelo, conforme se establece en el artículo 267 del Código Financiero del Distrito Federal. En tanto se establezcan los cobros en el Código Financiero para 1999 en un apartado "B" para los mercados móviles, se sujetará por la Circular que para tal efecto emita la Tesorería del Gobierno del Distrito Federal.

De las Autoridades Competentes

1. Las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, serán las responsables de emitir los permisos de operación de las Concentraciones, en coordinación con las autoridades centrales, Secretaría de Gobierno, Subsecretaría del Trabajo y Previsión Social, Secretaría de Desarrollo Económico, a través de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución y vigilar su adecuada operación y funcionamiento, acorde a las normas y lineamientos establecidos para este canal de comercialización.
2. El órgano delegacional de comunicación y ejecución permanente para todo lo relacionado con las concentraciones, serán los Comités Técnicos de Operación,

ante quien se solicitará los permisos de operación y cualquier asunto relacionado con los mismos.

3. Corresponde a la Secretaría de Desarrollo Económico, por conducto de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, formular y evaluar los programas de comercialización, ubicación y funcionamiento así como normar y supervisar la operación y funcionamiento de los concentraciones.

De las Sanciones

1. Los comerciantes que infrinjan las presentes normas se harán acreedores a las sanciones que establecen los reglamentos en materia de salud, comercio, de mercados, policía y buen gobierno, de tránsito, Ley de Establecimientos y Giros Mercantiles y Ley Federal de Protección al Consumidor.

5. INSTRUCTIVO DE OPERACIÓN DE LAS CONCENTRACIONES DE COMERCIANTES DEL DISTRITO FEDERAL

Disposiciones Generales

1. La operación y funcionamiento de las Concentraciones comerciales se regirá por lo dispuesto en el acuerdo que fija los Lineamientos de Ordenamiento y Regulación de las Concentraciones del Distrito Federal, así como las que establece el presente instructivo.
2. La Secretaría de Desarrollo Económico, a través de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, establecerá los giros comerciales que se pueden operar en los mercados establecidos denominados concentraciones comerciales, que corresponderán a una clasificación de básicos, complementarios, alimenticios y de servicios
3. Corresponde a las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal y Centrales, aplicar y vigilar la observancia a los giros autorizados.

De los Permisos

1. Las autoridades de la Delegación correspondiente, en base a los lineamientos que establezca la Secretaría de Desarrollo Económico, a través de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, en coordinación con la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social, analizarán las solicitudes de emisión de permisos de operación, considerando, entre otros aspectos :
 - a. La falta de infraestructura popular de abasto y el acuerdo y consenso vecinal para la operación de las concentraciones comerciales,
 - b. La disponibilidad de espacios del Gobierno de la Ciudad y/o privados, para su ubicación en la colonia y zona, sin afectar el desarrollo de las actividades normales en el entorno correspondiente,
 - c. La protección ecológica necesaria en el área de la ubicación, respecto de la conservación y cuidado de áreas verdes,

- d. La situación del abasto comercial y la disponibilidad y cercanía de canales de comercialización en la zona, a efecto de establecer la necesidad de cubrir un espacio de comercio en beneficio de la población, y
 - e. La existencia de áreas de alta concentración de zonas habitacionales o afluencia de personas, o que requieren de cubrir las necesidades de abasto.
2. El número de comerciantes en las concentraciones que se pueden autorizar por ubicación se realizará en base a las dimensiones del espacio disponible, a las necesidades de operación del servicio y a la distribución ordenada de los puestos o locales de venta, de manera tal que se desarrolle un circuito interior de circulaciones de personas y una zona adecuada al interior y/o exterior para los vehículos.
 3. Los permisos de operación que expidan las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, serán por conducto del Comité Técnico de Operación Delegacional de las concentraciones comerciales.
 4. Deberán contener el número de giros autorizados, la distribución de los mismos en productos básicos, complementarios, alimentos preparados y de servicios en base al listado y clasificación que emita la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, de giros autorizados para esta actividad comercial.
 5. Cualquier extensión de espacio, reubicación de puestos y/o cambios de giro, deberán ser autorizados por la Delegación a través del Comité Técnico de las concentraciones comerciales.

De los Comerciantes

1. Se establecerá un Padrón Único de Concentraciones de Comerciantes, en el que se registrará a la totalidad de las personas en los formatos elaborados al efecto por la Subsecretaría del Trabajo y Previsión Social y la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, indicando en cada caso, la información general de la personas, datos personales, domicilio, teléfono, aspectos socioeconómicos, así como los relativos a su giro comercial y espacio a ocupar.

2. Las Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, llevarán a cabo los procesos de registro e identificación de los comerciantes de Concentraciones, de acuerdo a la normatividad que establezca la Secretaría de Desarrollo Económico, a través de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, en coordinación con la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social.
3. La representación de las Concentraciones, promoverán la participación de los comerciantes en los sistemas de engafetamiento que establezca la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social y la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, con el propósito de dotar a cada persona de una identificación oficial que avale su actividad comercial ante cualquier autoridad del Gobierno del Distrito Federal, así como las correspondientes al Gobierno Federal.

De las Asociaciones

1. Las Concentraciones de Comerciantes podrán agruparse en Asociaciones, conforme lo disponen las leyes en la materia, con el propósito de establecer entidades representativas de personas y grupos dedicados a esta actividad, que fomenten el mejoramiento y condición de sus agremiados y la superación personal y de la propia actividad comercial, con la participación de dos representantes en el Comité Técnico de Operación.

Esta representación de comerciantes informará al Comité Técnico de Operación, su forma de asociación, sus mecanismos de representación y sus instrumentos de autoregulación.

2. Las organizaciones se integraran al proceso del Padrón Único de Comerciantes para este sector comercial, que estará a cargo de las Delegaciones correspondientes, conforme a los lineamientos que establezca la Secretaría de Gobierno a través de la Subsecretaría del Trabajo y Previsión Social y la Secretaría de Desarrollo Económico, por conducto de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución.
3. Para el registro de la asociaciones se establecerá un Padrón Único de Asociaciones de Concentraciones de Comerciantes, como parte del Sistema de Registro Público de Comerciantes en Vía Pública, Móviles y Establecidos en el Distrito Federal, para

lo cual los representantes de la asociaciones deberán solicitar por escrito su integración a dicho registro, ante la Delegación correspondiente y autoridad central, y entregar los documentos siguientes :

- a. Copia notarial del acta constitutiva de la asociación,
 - b. Copia notarial de la integración de la mesa directiva y/o representación en funciones,
 - c. Cédula de información general sobre la asociación, en formato que le será proporcionado por la Delegación, conteniendo entre otros, nombre, objeto, domicilio, teléfono, nombres de los representantes y número de integrantes, y
 - d. Carta compromiso dirigida a la Delegación correspondiente y a la Autoridad Central, firmada por el o los representantes, en la que se manifieste la anuencia para participar en los procesos de reordenamiento y regulación comercial que lleva a cabo el Gobierno del Distrito Federal, y de colaboración en los programas de coordinación y promoción del sector.
4. Las Asociaciones que se registren en el Padrón Único de Asociaciones de Comerciantes de Concentraciones del Distrito Federal, estarán obligados a informar oportunamente a las autoridades Delegacionales y a la autoridad del Gobierno Central, cualquier cambio en su organización y proporcionar copia del protocolo, en su caso, que se haya realizado para formalizar los cambios que así lo requieran.
5. En los casos específicos de cambio de mesa directiva y/o representación de las asociaciones de comerciantes de concentraciones, se deberá notificar con 30 días de anticipación a la Autoridad Delegacional y Central, para que las mismas designen a los responsables para estar presentes en la reunión respectiva, quienes avalarán el proceso democrático en la elección de sus representantes. Los representantes serán reconocidos por las autoridades para los fines de apoyos institucionales.

De las Obligaciones

1. Los pagos por concepto de uso o aprovechamiento del suelo, se efectuarán conforme lo indica el Código Financiero del Distrito Federal, en su artículo 267, que

serán aplicadas por las Delegaciones Políticas sobre la base de la superficie en metros cuadrados que ocupen. En tanto se establezcan los cobros en el Código Financiero para 1999 en un apartado "B", se sujetarán a la Circular que emita la Tesorería del Gobierno del Distrito Federal.

2. La generalidad de las autorizaciones de espacios a ocupar por cada puesto, no deberá exceder de 6 metros cuadrados y solo previa evaluación, la Delegación por conducto del Comité de Operación Técnica, podrá autorizar espacios mayores a 6 metros cuadrados.
3. Queda estrictamente prohibida la venta de productos y mercancías que pongan en riesgo la salud e integridad física de las personas.
 - a. En este caso se encuentran productos nocivos a la salud, entre los que se puede mencionar a los enervantes y drogas que afectan la salud y comportamiento de las personas,
 - b. Se prohíbe asimismo, la venta de productos que por su manejo o demostración pongan en peligro la vida de las personas, como puede ser el expender cualquier clase de explosivos, incluyendo cuetes y cohetones, y cualquier material combustible que requiere un manejo, transportación y guarda especiales, y
 - c. Expresamente se restringe la venta de productos que por su mal estado pongan en riesgo la salud de las personas, en cuyo caso se ubican los productos alimenticios de origen animal, agrícola e industrial.
4. En caso de disponer de vigilancia particular, se debe informar a la Delegación para su registro y obtener el visto bueno de la misma.
5. Los locales de las concentraciones comerciales deberán estar ubicados dentro de un desarrollo funcional y comercial con un espacio de fácil acceso y con vista al consumidor, y la facilidad de colocar báscula de reposo debidamente identificadas para ese uso y la identificación del Padrón Único de Comerciantes.

6. En el espacio que ocupen las concentraciones de comerciantes, las organizaciones deben disponer o instalar servicios sanitarios portátiles o fijos y/o desarrollar espacios consolidados de servicios, a efecto de contar con ese servicio para el uso de los propios comerciantes y del público consumidor.

De la Organización

1. Los comerciantes deberán establecer en cada concentración comercial una organización que facilite la comunicación y coordinación de sus propias actividades y sea el elemento de representación ante el Comité Técnico de Operación de las Concentraciones Comerciales.

Para tal efecto, nombrarán de entre los oferentes registrados en esa ubicación, conforme al padrón autorizado, a 2 representantes:

- Delegado, y
 - Coordinador de actividades.
2. Se establece como responsabilidad del Delegado de la Concentración el respetar y hacer respetar las normas de operación por parte de los comerciantes, y solicitar a las autoridades competentes a través del Comité Técnico de Operación los mecanismos de consolidación, aportación de recursos de comerciantes, autoridades y otras vías de ingreso, regularización jurídica, desarrollo y ejecución de obra, establecimiento de cursos de capacitación, promoción y publicidad, consolidación de una imagen comercial, etc. Por parte del coordinador de actividades, establecerá los requerimientos y acciones para la consolidación de la concentración comercial.
 3. Los Comités Técnicos de Operación estudiarán y analizarán con base en las propuestas por escrito de los comerciantes de concentración la vocación del desarrollo comercial. Para el caso de los permisos de operación que se emitan, se definirán las funciones de cada uno de los dos representantes de la concentración, con el propósito de que en la firma del mismo, se asuma la responsabilidad del cumplimiento estricto de las normas de operación del mercado establecido y las responsabilidades que les corresponden observar.

4. Es responsabilidad de los representantes de la concentración comercial, vigilar que los oferentes expendan los productos correspondientes a su giro comercial, de acuerdo al padrón respectivo, así como la agrupación de giros, y la ubicación de los puestos de venta en la zona autorizada por el Comité Técnico de Operación de las Concentraciones Comerciales.

De las Sanciones

1. La Delegación por conducto del Comité Técnico de Operación correspondiente, impondrá a los comerciantes de concentraciones las amonestaciones y sanciones que se establezcan en la normatividad correspondiente, que estará basada en la gravedad e incidencia de la anomalía o incumplimiento normativo, con base en la Ley de Establecimientos y Giros Mercantiles.
2. Las autoridades delegacionales a través del Comité Técnico de Operación, determinarán las sanciones que correspondan aplicar a los comerciantes de concentraciones, de acuerdo a la falta o incumplimiento de la normas o conducta personal.
3. La venta de drogas y narcóticos, así como cualquier producto que afecte a la salud de las personas, se sancionará de conformidad a las leyes aplicables.

- *Desarrollo del segundo apartado:* Administración de los recursos generados por el comercio popular en el uso y aprovechamiento de la vía pública del Distrito Federal.

1. Antecedentes

La utilización de la vía pública para actividades comerciales en el Distrito Federal, conlleva dos aspectos fundamentales. Por un lado, es necesario el contar con un permiso para poder llevar a cabo dicha actividad, obteniéndose la autorización en las Delegaciones Políticas y, por otro, el cubrir los pagos correspondientes, de acuerdo a lo que señala el Código Financiero del Distrito Federal.

El Código Financiero establece en su artículo 267-A, las tarifas de cobro en atención a las zonas de afluencia comercial (alta, mediana y baja), los metros cuadrados que se ocupan y el tipo de puesto comercial. La determinación de las zonas comerciales corresponde a las Delegaciones.

El cobro de la vía pública dejó de aplicarse en el período de 1991 a 1995 y la mayor parte del año de 1996. A finales de 1996, las autoridades determinan reiniciar el cobro de este concepto, que se consideró dentro del Programa de Ordenación del Comercio de la Ciudad en el año de 1997.

Para el presente año, las autoridades ampliaron la aplicación del cobro de vía pública a tianguis y mercados sobre ruedas, como parte del Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública. La incorporación de las modalidades de comercio las realizará de manera paulatina, conforme avancen los planes de empadronamiento y de integración de comerciantes al Programa presentado.

En la actualidad, los pagos se realizan en las oficinas de la Tesorería del Gobierno del Distrito Federal, mediante formatos proporcionados en las Delegaciones. No existe en las Delegaciones, un sistema de identificación, control o registro de los pagos o ingresos por este concepto.

En la Tesorería, los ingresos correspondientes al cobro de vía pública, no se indican de manera específica y se constituyen en el paquete de recursos generales que se disponen en el presupuesto de ingresos de cada ejercicio fiscal. Su tratamiento es global, no se identifica y por tanto se desconoce su monto y tendencia, lo que permitiría darle una orientación y propósito a su utilización.

Al carecerse de un registro detallado de las personas, giros comerciales, número y frecuencia de pagos, no es posible establecer planes y proyectos a corto y mediano plazo, así como alcance de los mismos, sobre la base potencial de una programación de ingresos cuantificables en su generación y recepción.

En tales condiciones, las autoridades centrales no tienen conocimiento de los ingresos por este concepto y no participan de manera alguna en la aplicación de los recursos. En el espíritu y sentido del Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, al determinarse la obligatoriedad del pago por todos los comerciantes que se adhieran al mismo, se establece el compromiso de promover en su propio beneficio, una serie de acciones de apoyo a dicho sector.

El Gobierno Central, debe establecer los instrumentos para proveerse y administrar los recursos que le permitan, en coordinación con las Delegaciones Políticas, planear y desarrollar los proyectos para la promoción y formalización del comercio en vía pública, así como para llevar a cabo acciones educativas, sociales y de salud, entre otras, que coadyuven a su fortalecimiento e integración laboral y familiar.

La autogeneración de recursos provenientes del sector comercial, constituye una mecánica favorable para la identificación de un fondo de recursos en la Tesorería del D. F., en donde la administración soporte la formulación y operación de proyectos en beneficio del desarrollo comercial de la ciudad. La concreción de acciones con recursos autogenerados presupuestados, facilita la planeación y ejecución de proyectos de mayor cobertura de atención y alcance, favoreciendo la percepción de la población de las acciones de gobierno.

2. Propuesta

El propósito de ordenar y establecer los sistemas para un registro, control y orientación de los recursos provenientes del uso de la vía pública, debe encuadrarse dentro de los objetivos que persigue el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública que se ha planteado el Gobierno del Distrito Federal, publicado en la G.O., del 16 de febrero de 1998.

En este sentido, se propone la creación y/o adecuación de estructuras administrativas, dotadas de la infraestructura necesaria, para llevar a cabo las actividades de instrumentación de registros de los mercados públicos y móviles, así

como el seguimiento del flujo de información sobre los recursos del cobro de la vía pública.

Se consideran como viables, la constitución de un Comité Técnico que oriente y establezca líneas de aplicación de los recursos, así como de registro de comerciantes y ubicaciones comerciales y las propuestas de formulación de proyectos, establecimiento de una Unidad de Registro, para la elaboración del Registro Único del Comercio Popular.

3. Comité Técnico

El primer órgano que se prevé, es la creación de un Comité Técnico de Regulación del Comercio Popular, que tendría el objetivo siguiente:

3.1 Objetivo General

Establecer las políticas de seguimiento y aplicación de los recursos provenientes del uso comercial de la vía pública, de creación y operación del Registro Único del Comercio Popular y de regularización y formalización del comercio popular en el Distrito Federal.

3.2 Integración

El Comité Técnico se integrará por las dependencias siguientes :

Por Gobierno:

- Secretaría de Gobierno,
- Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social (Nueva creación),
- Dirección General de Gobierno,
- Delegaciones del Gobierno del Distrito Federal, y
- Unidad de Registro del Comercio Popular(Nueva creación).

Por Desarrollo Económico:

- Secretaría de Desarrollo Económico,
- Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, y
- Dirección General del Fondo de Desarrollo Económico.

Otras Entidades del Gobierno del Distrito Federal:

- Secretaría de Transporte y Vialidad,
- Secretaría de Finanzas,
- Secretaría de Seguridad Pública,
- Contraloría General, y
- Dirección General de Servicios Metropolitanos.

Invitados:

- Sector Público,
- Sector Privado,
- Sector Social, y
- Sector Académico.

3.3 Funciones Principales

- a. Establecer las líneas para la creación y/o adecuación de la Unidad de Registro del Comercio Popular, cuyo titular fungirá como su Secretario Técnico,
- b. Determinar los lineamientos para el registro, integración, y procesamiento de información y operación del Registro Único del Comercio Popular,
- c. Autorizar los sistemas de registro, control y movimientos de los padrones del comercio popular,
- d. Establecer los planes y proyectos de regulación y desarrollo del comercio popular, así como las estrategias de coordinación y formalización para cada modalidad del comercio,
- e. Definir los mecanismos para la captación y seguimiento de los recursos generados en el uso y aprovechamiento comercial de la vía pública del Distrito Federal, y
- f. Establecer criterios y lineamientos para la aplicación de los recursos autogenerados por el comercio en la vía pública.

3.4 Operación

El Comité Técnico se reunirá periódicamente en la sede de la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social, de conformidad a un programa anual de reuniones preestablecido. Podrá convocarse a reuniones extraordinarias para tratar asuntos específicos y que requieran de una atención inmediata.

La participación de cada uno de los miembros del Comité Técnico se realizará acorde a las funciones y atribuciones de su competencia.

La presidencia del Comité recaerá en la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social, y la secretaría técnica del mismo, en el Titular de la Unidad de Registro del Comercio Popular. La secretaría técnica será la responsable de establecer los mecanismos de coordinación, funcionamiento y seguimiento de los trabajos del Comité Técnico.

4. Unidad de Registro del Comercio Popular

Se plantea la creación o adecuación de una unidad administrativa que sea la responsable de las tareas de información y seguimiento de recursos, operación de los registros y movimientos de comerciantes, así como, en su caso, propuestas para la formulación de proyectos relativos al comercio popular. Las actividades serán diversas en un ámbito geográfico amplio, por lo que no sería recomendable adicionarlas a alguna área en particular.

El área propuesta deberá contar con la infraestructura necesaria para su operación y dotarla de la plantilla de personal que se derive del análisis de las cargas de trabajo que implica el desarrollo y operación de los proyectos de trabajo a realizar. Se sugiere que la ubicación de la nueva área sea dentro de la estructura de la Subsecretaría de Trabajo y Previsión Social, para establecer líneas de trabajo en concordancia a los planes del Programa de Reordenamiento del Comercio Popular.

En tal situación, la justificación y presupuestación de ésta área deberá establecerse de manera previa ante las autoridades financieras del Gobierno del Distrito Federal, así como los costos que implicaría la integración y operación del Registro Único del Comercio Popular. La viabilidad del proyecto dependerá de la autorización presupuestal.

4.1 Funciones Principales

- a. Diseñar y proponer los sistemas para el registro, integración, movimientos, actualización e información del Registro Único del Comercio Popular del Distrito Federal (RUCOP),
- b. Analizar, evaluar y sugerir los mecanismos confiables de identificación y registro de las personas, establecimientos y ubicaciones comerciales del Distrito Federal,
- c. Realizar los estudios para el establecimiento de los procedimientos de seguimiento e información de los recursos por el cobro de uso y aprovechamiento de la vía pública,
- d. Operar los mecanismos y sistemas de registro y seguimiento que establezca el Comité Técnico de Regulación del Comercio Popular,
- e. Proponer proyectos para la formalización y regulación del comercio de la Ciudad de México,
- f. Conformar los planes de organización y desarrollo de las actividades del Comité Técnico de Administración de Recursos y Proyectos del Comercio Popular, y
- g. Fungir el titular de la misma, como Secretario Técnico en la Comisión de Operación.

- *Desarrollo del tercer apartado: Del Registro Único de Comerciantes de Vía Pública, incluyendo los mercados públicos y las diversas modalidades del comercio en vía pública.*

1. Registro Único del Comercio Popular

Una de las prioridades del Comité Técnico de Regulación del Comercio Popular, será la integración del Registro Único del Comercio Popular RUCOP, que será operado por la Unidad de Registro, con los objetivos siguientes:

1.1 Objetivo General

Establecer el sistema de identificación y control de los canales de abasto popular en el Distrito Federal.

1.2 Objetivos Específicos

- a. Definir las normas y procedimientos para el registro pormenorizado de movimientos de las personas, ubicaciones y establecimientos que conforman el comercio popular de la ciudad,*
- b. Determinar los sistemas de seguimiento, proceso y flujo de información de los padrones del comercio popular, para la aplicación del cobro por el aprovechamiento de la vía pública, y*
- c. Autorizar los mecanismos de identificación y actualización permanente de las personas y canales del comercio popular.*

1.3 Operación

Los recursos para la integración del Registro Único, se deberán establecer, presupuestar y autorizar dentro de la operación de la Unidad de Registro del Comercio Popular, de nueva creación y/o adecuación.

El funcionamiento del Registro Único será una de las actividades fundamentales para el control permanente de las personas dedicadas a la actividad comercial considerada popular en el Distrito Federal, así como para el registro de comercios y conglomerados comerciales que operan bajo esta modalidad. Se constituirá en la base del cobro de los derechos por uso o aprovechamiento de la vía pública y

consecuentemente, para la emisión y revalidación de permisos y autorizaciones que otorguen las autoridades Delegacionales acorde a los programas de reordenamiento del comercio en el Distrito Federal.

Como primera etapa del proceso de registro del comercio, se atenderían los mercados públicos, mercados sobre ruedas y tianguis. Como segunda etapa, los comerciantes de vía pública y las concentraciones.

Como actividades permanentes se realizarían los controles de empadronamiento, movimientos y emisión de Cédulas de Registro o identificación. Así como el seguimiento permanente a los ingresos, flujos y destinos de los recursos por el cobro de la vía pública.

2. Mecánica de Operación de un Nuevo Sistema de Seguimiento del Cobro

Parte fundamental de las estrategias del nuevo esquema que se propone, a través de la Unidad de Registro, es establecer un sistema de seguimiento en la recaudación, independiente de los esquemas actuales de tesorería, bajo los lineamientos siguientes:

- a. Elaboración del sistema de seguimiento para la recaudación y registro de pagos,
- b. Diseño e integración de los registros de comerciantes, para conformar el RUCOP, y la base de datos del sistema,
- c. Empadronamiento e identificación de comerciantes, ubicaciones y establecimientos comerciales.
- d. Elaboración y difusión de las normas para el pago de uso de la vía pública,
- e. Registro, seguimiento y reporte de ingresos, y
- f. Información permanente a la Contraloría General.

3. Lineamientos de Acuerdo

Para el desarrollo de un proyecto de esta naturaleza se hace necesaria la participación de las altas autoridades del Gobierno del Distrito Federal, por lo que se

establece como premisa la formulación, autorización y publicación en la Gaceta Oficial del Gobierno del Distrito Federal, del siguiente:

ACUERDO

Creación del Comité Técnico de Regulación y de la Unidad de Registro del Comercio Popular, así como el establecimiento del Registro Único del Comercio Popular (RUCOP).

i) Puntos críticos

Establecer por parte del gobierno la atención y creación de los siguientes puntos:

1. Políticos.- Decisión de la creación, dada la presencia permanente en el comercio en vía pública de los partidos políticos,
2. Administrativo-Financiero.- Creación del Organismo Institucional para los canales del abasto popular,
3. Institucionalmente.- Establecer las adecuaciones, modificaciones al Programa General y Programas Delegacionales y Programas Parciales de la prioridad del tema, dándole la calidad de temporal,
4. Organización.- Capacidad de comerciantes, organizaciones, representantes políticos, cámaras de comercio y servicio, vecinos, autoridad, etc., de llevar un principio de ordenación, regularización, equidad, con el fin de una ordenación de la Ciudad de México.
5. Jurídico. Instrumentar y publicar el Acuerdo que crea el Organismo Institucional y Comité de Evaluación de Proyectos de los Canales de Abasto Populares del Distrito Federal, Registro Único,
6. Publicación en los medios oficiales del Acuerdo por el que se darán Facilidades Administrativas y Fiscales al desarrollo de los proyectos públicos y privados de los Espacios Comerciales en el Distrito Federal,

7. **Financiamiento.** Se requiere de recursos presupuestales, autogenerados y privados, para el Organismo Institucional y la realización de estudios técnicos, y
8. **Bolsa inmobiliaria.-** Posibilidad real de integrar la Bolsa Inmobiliaria del Comercio y Abasto Popular, con la disposición del Gobierno del Distrito Federal, el Comité del Patrimonio Inmobiliario e Instituciones centralizadas y desconcentradas del Gobierno.

Referencias Bibliográficas o Institucionales

- ALAIN MUSSET. El Agua en el Valle de México, siglos XVI - XVIII. Pórtico de la Ciudad de México - Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos 1992.
- ALEJANDRO ROBERTO RODAS CARPIZO. Estructura Socioeconómica de México, Limusa Noriega Editores, 3a. Edición 1995.
- ÁNGEL R. MOLINERO MOLINERO, IGNACIO SÁNCHEZ ARELLANO. Transporte Público: Planeación, Diseño, Operación y Administración. D.D.F.- S.T.C., 1996.
- ANTONIO AZUELA DE LA CUEVA, El Medio Natural como Marco para el Desarrollo Urbano. Compilación Urbanística Regional en el Estado de México. DEPA 1981.
- ARTHUR B. GALLION, SIMON EISNER. Urbanismo, Planificación y Diseño. Continental 1983.
- ARTHUR HAUPT Y THOMAS T. KANE, Guía Rápida de Población. Banco Interamericano de Desarrollo. UNFPA 1980.
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE TIENDAS Y AUTOSERVICIOS Y DEPARTAMENTALES, Directorio marzo 1994.
- BANCO DE MÉXICO. Indicadores Económicos, Indices de Precios, Indicadores del Sector Externo e Informe Anual 1998.
- COLEGIO DE MÉXICO. Estudios Demográficos y Urbanos. Compilación. Vol. 2 Núm. 2 1987.
- DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL - COLEGIO DE MÉXICO. Atlas de la Ciudad de México. Fascículo No.1 al 12, 1988.
- DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL, Plano del Distrito Federal, Delegaciones y Seduvi 1996.
- DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL, Desarrollo Urbano: Planeación de la Gran Ciudad 1995.

DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL. Comercio Informal, Sedeco 1995.

DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL. Participación Delegacional del Ambulantaje. Secretaría de Gobierno 1996.

DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL. Foro sobre el Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal. Secretaría de Desarrollo Económico 1997.

SECRETARÍA DE GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL. Subsecretaría del Trabajo y Previsión Social 1998.

SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA. Instituto de la Vivienda de la Ciudad de México 1997.

SECRETARÍA DE FINANZAS. Tesorería. Dirección General de Programación y Presupuesto y Dirección General de Administración Financiera 1997.

D.D.F, EDO DE MÉXICO Y SEDUE. Comisión Metropolitana de Asentamientos Humanos. Programa de Ordenación de la Zona Metropolitana del Valle de México, Universidad Autónoma de México 1997.

ENRIQUE CERVANTES SÁNCHEZ. El Medio Natural como Marco para el Desarrollo Urbano. Compilado DEPA 1984.

ENRIQUE LEFF. El Medio Ambiente y Desarrollo en México. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Humanidades Vol. II, UNAM. Coordinador 1990.

FERNANDO NORIEGA UREÑA. Teoría del Desempleo, la Distribución y la Pobreza. Planeta - Mexicana 1994.

FERNANDO RELLO, DEMETRIO SODI. Abasto y Distribución de Alimentos en las Grandes Metrópolis. Nueva Imagen 1989.

FERNANDO SERRANO MAGALLÓN. Desarrollo Urbano y Derecho. Plaza Valdez 1988.

GUSTAVO GARZA. Desconcentración Tecnológica y Localización Industrial en México. Los Parques y Ciudades Industriales 1953 - 1988, 1992.

GUSTAVO GARZA. Una Década de Planeación Urbano - Regional en México 1978-1988, 1989.

HÉCTOR ROBLEDO, EDUARDO EICHMANN DÍAZ. Diseño Urbano. Antología DEPA 1984.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 1996.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Anuario Estadístico del Distrito Federal 1997.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Censos Económicos. Resultados Definitivos. Versiones Nacionales 1989.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Censos Económicos. Resultados Oportunos. Tabuladores Básicos 1994.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Censos Económicos, Nacional. Imágenes Económicas 1994.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Censos Económicos, Distrito Federal. Imágenes Económicas 1994.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. X Censo Comercial. Resultados Definitivos. Censos Económicos 1989.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. X Censo de Servicios. Resultados Definitivos. Censos Económicos 1989.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. XI Censo de Población 1990.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. XIV Censo Industrial, XI Censo Comercial y XI Censo de Servicios. Censo Económico del Distrito Federal 1994.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Cuaderno Estadístico Delegacional. Delegaciones Políticas del Distrito Federal 1997.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. División Territorial del Distrito Federal 1995.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Estadísticas Históricas de México, Tomo II.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Participación del Distrito Federal, en el PIB Total, por División 1970-1972.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Personal Ocupado en México 1988-1993.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Distribución Nacional del Personal Ocupado en los Principales Sectores 1988-1993.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Niveles de Bienestar en México 1993.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Mapas de la República Mexicana con División Municipal. Niveles de Bienestar 1993.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Número de Establecimientos por Sector, Nivel Nacional 1988-1993.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Distribución Nacional de Establecimientos en los Principales Sectores 1988-1993.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Tamaño de los Establecimientos Comerciales en el Distrito Federal 1988.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Principales Establecimientos del Distrito Federal, Nivel Nacional 1988-1993.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Estructura de la Ocupación del Distrito Federal, por Sectores y Delegaciones 1980-1988.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Censos Industriales, Comerciales y de Servicios 1981-1989.

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. México 1997.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. Perspectiva Estadística del Distrito Federal 1997.
- INSTITUTO DE GEOGRAFÍA UNAM. Reflexiones sobre la Ordenación Territorial de las Grandes Metrópolis. Bastic, B. Dézert, J. Beaujeu-Garnier, J. Steinberg 1988.
- INSTITUTO DE GEOGRAFÍA. DGIA-UNAM. Ciudades Alternativas para la Desconcentración. Atlántida Coll-Hurtado (coordinador), 1986.
- INSTITUTO DE GEOGRAFÍA UNAM. Pro-Lagos. Los Lagos del Eje Neovolcánico de México. Jean Tricart 1985.
- JAVIER DELGADO. Ciudad - Región y Transporte en el México Central. Un Largo Camino de Rupturas y Continuidades. Plaza y Valdés 1998.
- JAVIER DELGADILLO MACÍAS, (Compilador). DDF - Instituto de Investigaciones Económicas. Zona Metropolitana de la Ciudad de México. Complejo Geográfico, Socioeconómico y Político. Qué fue, qué es y qué pasa 1993.
- MARGARITA NOLASCO ACEVEDO. INAH - SEP. Migración Municipal en México 1960-1970.
- NORMAN W. HEIMSTRA. Psicología ambiental. El Manual Moderno 1979.
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. COORDINACIÓN GENERAL DEL PLAN NACIONAL DE ZONAS DEPRIMIDAS Y GRUPOS MARGINADOS, COPLAMAR. Necesidades Esenciales en México. Situación Actual y Perspectivas al Año 2000. Editores S.XXI, 1989.
- PROGRAMA NACIONAL DE POBLACIÓN 1995-2000. Poder Ejecutivo Federal 1995.
- RAUL GÍO ARGAEZ. Ecología urbana . DDF, SEP, SEDUE 1989.
- RAUL ROJAS SORIANO. Guía para Realizar Investigaciones Sociales. Plaza y Valdez 1977.

REGINA HERNÁNDEZ FRANYUTI (Compilador). La Ciudad de México en la Primera Mitad del Siglo XIX, Instituto Mora 1994.

SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y ECOLOGÍA. Normas Básicas de Equipamiento Urbano 1982.

SERGIO CAMPOSORTEGA CRUZ, MANUEL ORDORICA MELLADO. Demografía S. XX. Consejo Nacional de Población 1989.

Anexo I

ESCUDO

DEPARTAMENTO
DEL
DISTRITOFEDERAL

MUESTRA

DELEGACIÓN

PERMISO DE OPERACIÓN DE MERCADOS MÓVILES

MÉXICO, D.F., A JULIO DE 1988

NÚMERO _____

ORGANIZACIÓN: _____
SECRETARIO GENERAL: _____ No. DE OFERENTES: _____
PROD. BÁSICOS: _____ COMPLEMENTARIOS: _____ ALIM.PREPARADOS: _____
UBICACIÓN PARA LOS DÍAS: _____ CALLE: _____
ENTRE: _____ Y ENTRE: _____
COLONIA: _____

CON BASE A LAS POLÍTICAS DE REORDENAMIENTO COMERCIAL DICTADAS POR EL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL, A TRAVES DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE ABASTO Y DISTRIBUCIÓN, CON FUNDAMENTO EN LOS ARTÍCULOS 3° FRACC. X, 4°, 14, FRACC. XV, 16, 17 FRACC. I, VIII, XIII Y XIV, 18 FRACC. X, 22 Y 34 FRACC. I, III, XIII Y DEMÁS RELATIVOS DE LA LEY ORGÁNICA DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL; 1°, 2°, 12 FRACC. I, II, III, IV, VI; 44, Y 45 FRACC. I, V, XV, XLII Y DEMÁS RELATIVOS DEL REGLAMENTO INTERIOR DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL; 1°, 2°, Y 3°, FRACC. I Y VIII DEL REGLAMENTO DE MERCADOS DEL DISTRITO FEDERAL, SE AUTORIZA A LA ORGANIZACIÓN A INSTALAR UN MERCADO MÓVIL EN LA UBICACIÓN (ANEXO 1) Y CON EL NÚMERO DE OFERENTES ANTERIORMENTE SEÑALADOS, BAJO LAS SIGUIENTES CONDICIONES:

1. LA DELEGACIÓN SOLO RECONOCERÁ DENTRO DEL MERCADO MÓVIL AL NÚMERO DE OFERENTES REGISTRADOS EN EL PADRÓN OFICIAL (ANEXO 2), LOS QUE DEBERÁN PORTAR EL GÁFETE OFICIAL QUE LOS IDENTIFICA COMO MIEMBROS DE DICHO MERCADO MÓVIL.
2. TODO MOVIMIENTO AL PADRÓN OFICIAL POR SUSTITUCIÓN DE OFERENTES O CAMBIO DE GIRO, DEBERÁ SER AUTORIZADO POR LA

DELEGACIÓN A TRAVÉS DE LA EMISIÓN DE UN NUEVO GÁFETE Y CANCELACIÓN DEL EXISTENTE.

3. LA ORGANIZACIÓN DEBERÁ RESPETAR Y VIGILAR QUE LOS OFERENTES EXPENDAN LOS PRODUCTOS CORRESPONDIENTES A SU GIRO, ASÍ COMO LA AGRUPACIÓN DE LOS MISMOS EN LAS ZONAS AUTORIZADAS DENTRO DE LA MISMA UBICACIÓN, POR LA DELEGACIÓN POLÍTICA.
4. LA ORGANIZACIÓN NOMBRARÁ DE ENTRE LOS OFERENTES REGISTRADOS EN EL PADRÓN OFICIAL A 3 REPRESENTANTES, DELEGADO, COORDINADOR DE RUTA Y VIALIDAD Y COORDINADOR DE COMERCIALIZACIÓN, SUPERVISIÓN Y VIGILANCIA; MISMOS QUE SERÁN RECONOCIDOS POR LA DELEGACIÓN PARA TRATAR ASUNTOS RELACIONADOS CON LA OPERACIÓN DEL MERCADO MÓVIL.
5. CON EL OBJETO DE GARANTIZAR QUE EL MERCADO MÓVIL OPERE CONFORME A LAS LEYES Y REGLAMENTOS APLICABLES Y AFECTO DE CUMPLIR CON LAS NORMAS MÍNIMAS DE OPERACIÓN DE MERCADOS MÓVILES DEL DISTRITO FEDERAL (ANEXO 3), LA ORGANIZACIÓN SE OBLIGA A CUBRIR LOS SIGUIENTES REQUISITOS:
 - a) ADQUIRIR CON SUS PROPIOS RECURSOS:
 - UN MÍNIMO DE DOS (2) SANITARIOS PORTÁTILES (O CONVENIO CON VECINOS).
 - b) RESPONSABILIZAR A LOS REPRESENTANTES DEL MERCADO MÓVIL DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES:
 - AL COORDINADOR DE RUTA Y VIALIDAD, DE MANTENER LOS SANITARIOS PORTÁTILES EN CONDICIONES ADECUADAS DE USO, TANTO PARA OFERENTES COMO CONSUMIDORES, VIGILAR QUE DURANTE LA OPERACIÓN NINGÚN VEHÍCULO DE OFERENTES O CONSUMIDORES SE ESTACIONEN EN LUGARES NO AUTORIZADOS O DIFICULTE LA VIALIDAD NORMAL, DIRIGIR LAS LABORES DE LIMPIEZA DE LA UBICACIÓN, LA RECOLECCIÓN Y EL TRASLADO DE LA BASURA HACIA EL LUGAR AUTORIZADO POR LA DELEGACIÓN.

TIRADERO DE BASURA AUTORIZADO:

- AL COORDINADOR DE COMERCIALIZACIÓN, SUPERVISIÓN Y VIGILANCIA DE INSTALAR LA BÁSCULA DE REPESO, DE ATENDER LAS QUEJAS QUE MANIFIESTEN LOS CONSUMIDORES Y APLICAR LAS SANCIONES PREVISTAS EN LOS ESTATUTOS DE ORGANIZACIÓN A LOS COMERCIANTES INFRACTORES.

6. CUANDO LA AUTORIDAD, COMO RESULTADO DE ACCIONES DE INSPECCIÓN Y VIGILANCIA ADMINISTRATIVA DETECTE QUE EL MERCADO MÓVIL NO CUMPLE CON LAS CONDICIONES MARCADAS EN EL PRESENTE DOCUMENTO Y SUS ANEXOS, INDEPENDIENTEMENTE DE LAS SANCIONES A QUE SE HAGAN ACREEDORES LOS OFERENTES, LA DELEGACIÓN SANCIONARÁ A LA ORGANIZACIÓN, DEPENDIENDO DE LA GRAVEDAD Y REINCIDENCIA, DE LA SIGUIENTE FORMA;

- AMONESTACIÓN,
- SUSPENSIÓN,
- SUSPENSIÓN DEFINITIVA.

7. ESTE PERMISO ES GRATUITO Y POR TIEMPO INDEFINIDO, QUEDANDO SUJETA SU RENOVACIÓN CUANDO NO SE CUMPLAN LAS NORMAS ESTIPULADAS EN EL.

RÚBRICA

C. DELEGADO POLÍTICO
DEL DEPARTAMENTO DEL
DISTRITO FEDERAL

RÚBRICA

C. COORDINADOR GENERAL DE
ABASTO Y DISTRIBUCIÓN DEL
DISTRITO FEDERAL

ANEXOS: (1) PLANO DE OPERACIÓN DEL MERCADO MÓVIL.
(2) PADRÓN OFICIAL DE OFERENTES.
(3) NORMAS MÍNIMAS DE OPERACIÓN DE MERCADOS MÓVILES DEL DISTRITO FEDERAL.

Anexo 2

NORMAS MÍNIMAS DE OPERACIÓN QUE LOS OFERENTES Y SUS DEPENDIENTES DEBEN CUMPLIR

1. Respetar los horarios de trabajo que se fijen, pudiendo retirarse una vez terminado el producto.
2. Expende el producto en las ubicaciones autorizadas, en los espacios que se les asignen y en puestos que cuenten con los siguientes elementos; armazón modular metálica con techo de dos aguas, tarima con hule protector para la exhibición de producto, manta y hule frontal. Estos elementos deberán ser de color uniforme salvo los de los giros reglamentarios, donde predominará el color blanco.
3. Iniciar las ventas una vez instalado el puesto, en las máximas condiciones de aseo y con las básculas debidamente ajustadas, habiendo colocado los precios a todos los productos.
4. Depositar las carnes, pescados, mariscos, vísceras, pollo, lácteos y salchichonería en recipientes limpios y cubiertos de la acción de la intemperie y para su exhibición y venta en vitrinas que impidan su contaminación utilizando hielo y/o refrigeración.
5. Presentarse y mantenerse aseados durante el horario de trabajo, usar batas, gorras e instrumentos requeridos en perfecto estado de limpieza, contar con botes para basura y al término de sus operaciones, dejar limpia el área ocupada, lavándola cuando sea necesario.
6. Vender los alimentos preparados en la zona que para tal efecto determine, haciendo uso de todo tipo de precauciones en el caso de utilizar combustibles. Debiendo mantener el equipo o instalaciones en perfecto estado.
7. Abstenerse de condicionar la venta de productos que se tengan en existencia en la adquisición de otro, ni venderse a mayor precio de aquel con que se anuncio o al fijado oficialmente, permitir al público consumidor seleccionar los productos sin que sea motivo para aumentar el precio.

8. Exhibir, respecto de cada producto o clase, los precios a la vista del público, expresándolos en función de la unidad de medida y no por fracciones de ésta, realizando su venta en cualquier fracción de kilo que le sea solicitado.
9. Utilizar invariablemente básculas de reloj para el pesaje de productos que se expenden, llevando a cabo esta operación a la vista del público consumidor, debiendo mantener ajustadas las básculas.
10. Abstenerse de: producir ruidos innecesarios; usar lenguaje ofensivo, manchar, pintar o causar deterioro a las paredes o prados; colocar incorrectamente las tarimas, tubos o cualquier objeto que ponga en peligro la integridad física de las personas, sujetar los puestos y mantas de árboles, casas, postes, cables o cualquier objeto ajeno al tianguis; estacionar vehículos en entradas particulares o en doble fila, así como obstruir la vialidad en el área de influencia del tianguis y de introducirlos en las zonas destinadas para la venta de los productos.
11. Colocar en lugar visible la tarjeta de control sanitario y el permiso correspondiente expedido por la delegación, así como portar el gáfete que lo identifique.
12. Abstenerse los oferentes y en su caso sus dependientes de:
 - a) Ingerir bebidas alcohólicas o encontrarse bajo la influencia de cualquier enervante durante el horario de trabajo.
 - b) Vender productos cuya procedencia no puedan justificar legalmente.
 - c) Vender y conservar productos en mal estado.
 - d) Proferir insultos o participar en riñas.
13. Los oferentes que infrinjan las presentes normas se harán acreedores a las sanciones que establecen los reglamentos en materia de salud, comercio, de mercados, policía y buen gobierno, de tránsito y Ley Federal de Protección al Consumidor.

Anexo 3

ESCUDO
DEPARTAMENTO
DEL
DISTRITO FEDERAL

DEPENDENCIA	SECRETARÍA GENERAL
DE	GOBIERNO
SECCIÓN	
MESA	
NÚMERO DE OFICIO	
EXPEDIENTE	

ASUNTO: C I R C U L A R No. 015

MÉXICO, D.F., A 12 DE NOVIEMBRE DE 1991

C.
DELEGADOS DEL DEPARTAMENTO
DEL DISTRITO FEDERAL
P R E S E N T E

EN VIRTUD DE ESTAR RECIBIENDO INCONFORMIDADES POR PARTE DE LOS DIVERSOS LÍDERES TIANGUISTAS, Y REPRESENTANTES VECINALES, RECUERDO A USTED LA NECESIDAD DE VIGILAR LA ACTIVIDAD COMERCIAL IDENTIFICADA COMO TIANGUIS. POR LO CUAL NO DEBE AUTORIZARSE NINGÚN NUEVO TIANGUIS; NI CAMBIO DE RUTAS; NI PUESTOS ADICIONALES A LOS YA EXISTENTES.

TODO CAMBIO DE RUTA DEBERÁ SER VALORADO DEBIDAMENTE Y REPORTADO A ESTA SECRETARÍA GENERAL.

SE SERVIRÁ REALIZAR UNA REVISIÓN COORDINADAMENTE CON COABASTO PARA HACER UNA DEPURACIÓN Y PRECISIÓN SOBRE CADA UNO DE LOS TIANGUIS.

A T E N T A M E N T E
SUFRAGIO EFECTIVO, NO REELECCIÓN
EL SECRETARIO GENERAL DE GOBIERNO

RUBRICA
C.P. JESÚS MARTÍNEZ ÁLVAREZ

C.C.P. LIC. IGNACIO VÁZQUEZ TORRES. COORDINADOR GENERAL DE ABASTO Y DISTRIBUCIÓN.- PRESENTE.
DR. HÉCTOR LUNA DE VEGA.- ASESOR DEL C. SECRETARIO GENERAL DE GOBIERNO.- PRESENTE.