

302909



UNIVERSIDAD FEMENINA DE MEXICO

**ESCUELA DE DERECHO
INCORPORADA A LA U. N. A. M.**

6

**ACTUALIZACION DEL REGLAMENTO DE MERCADOS;
NECESIDAD SOCIAL URGENTE**

**T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN DERECHO
P R E S E N T A**

MARIA ISABEL MORALES RAMIREZ

**DIRECTOR DE TESIS:
LICENCIADO JUAN JOSE CABRERA Y CABRERA**

MEXICO, D. F. FEBRERO DE 1999

2000 287983



Universidad Nacional
Autónoma de México



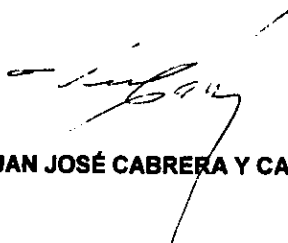
UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

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).

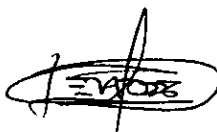
El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición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

DIRECTOR DE TESIS

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Juan José Cabrera y Cabrera', written in a cursive style.

LIC. JUAN JOSÉ CABRERA Y CABRERA

REVISOR DE TESIS

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Eduardo Oliva Gómez', written in a cursive style and enclosed within an oval shape.

LIC. EDUARDO OLIVA GÓMEZ

A la memoria de mi padre, señor Natalio Morales Hernández, quien inculco en mí sus sabias enseñanzas a través del amor a la libertad, la dignidad, honradez y progreso.

A mi madre señora María Teresa Ramírez Peralta, pieza fundamental en mi formación, que ha venido a confirmar las enseñanzas paternas, sin separarse de mí en ningún momento y como una muestra de gratitud a su honestidad y sacrificio.

Al Licenciado Juan José Cabrera y Cabrera, con admiración, respeto y agradecimiento al apoyo brindado en la elaboración de este trabajo, ya que me guió desde su comienzo hasta su culminación.

Al Licenciado Eduardo Oliva Gómez, en agradecimiento al apoyo brindado en este trabajo.

INDICE

	Pg.
Introducción	1
CAPITULO I	
Antecedentes Históricos del Comercio en México	
I.1. El comercio antes de la conquista	
I.1.1 El comercio prehispánico	3
I.1.2 Los tianguis en el imperio Azteca	3
I.1.3 Los Pochtecas	5
I.1.4 Yacatecutli	6
I.1.5 Las empresas pochtecas	7
I.1.6 Mercaderías rutas y mercados	10
I.1.7 Gremios, contratos, normas	13
I.2 El comercio en la Nueva España	16
I.3 El comercio en el México Independiente	19
I.4 El comercio en la época actual	21
CAPITULO II	
Esquemas actuales del comercio en México	
II.1 Distintas acepciones de la palabra mercado	24
II.2 Comercio tradicional	25
II.3 Comercio moderno	26
II.4 Micro pequeño y gran comercio	27
II.5 Comercio informal	27

II.6 Mercados informales - - - - -	27
II.7 Esquemas de reordenamiento del comercio popular - - - - -	28
II.8 Oferentes de servicios - - - - -	28
II.9 Comerciantes ambulantes asociados a festividades populares - - - - -	29
II.10 Ambulantes - - - - -	29

CAPITULO III

Reglamento vigenta de Mercados

Capitulo I

Disposiciones Generales - - - - -	31
-----------------------------------	----

Capitulo II

Empadronamiento y cancelaciones - - - - -	37
---	----

Capitulo III

Traspasos y cambios de giro - - - - -	39
---------------------------------------	----

Capitulo IV

Puestos ubicados en mercados públicos - - - - -	42
---	----

Capitulo V

Puestos ubicados fuera de los mercados públicos - - - - -	45
---	----

Capitulo VI

Asociaciones de comerciantes - - - - -	49
--	----

Capitulo VII

Resolución de controversias - - - - -	50
---------------------------------------	----

Capitulo VIII

Sanciones - - - - -	53
---------------------	----

Transitorios ----- 54

CAPITULO IV

Propuesta de una nueva Ley de Mercados Públicos para el Distrito Federal -----57

Título Primero

Disposiciones generales ----- 58

Título Segundo

Atribuciones

Capitulo I

De la Secretaría de Desarrollo Económico ----- 59

Capitulo II

De la Delegación----- 60

Título tercero

De las cédulas de empadronamiento y de la revocación, de los derechos y obligaciones de los locatarios

Capitulo I

De las cédulas de empadronamiento y de la revocación ----- 61

Capitulo II

De los derechos de los locatarios----- 63

Capitulo III

De las obligaciones de los locatarios ----- 64

Título Cuarto

De la organización interna del mercado público

Capitulo I

De la organización de los locatarios ----- 65

Capitulo II	
De la Asamblea General - - - - -	66
Capitulo III	
Del Comité Ejecutivo - - - - -	67
Capitulo IV	
Del Administrador - - - - -	71
Titulo Quinto	
Administración del mercado público - - - - -	73
Capitulo I	
Administración del mercado por conducto de la Delegación - - - - -	73
Capitulo II	
Autoadministración - - - - -	73
Titulo Sexto	
Capitulo I	
De la infraestructura del mercado público - - - - -	74
Capitulo II	
De la protección civil - - - - -	76
Titulo Séptimo	
Capitulo I	
Puestos ubicados en mercados públicos - - - - -	76
Capitulo II	
De los giros - - - - -	78
Titulo Octavo	
Capitulo I	
Traspasos y cambios de giro - - - - -	79

Capítulo II	
Zona de protección -----	80
Título Noveno	
Sanciones y recurso de inconformidad	
Capítulo I	
Sanciones -----	81
Capítulo II	
Recurso de inconformidad -----	83
Transitorios -----	83
Conclusiones -----	84
Bibliografía básica -----	89
Bibliografía complementaria -----	90

Introducción

El actual Reglamento de Mercados de fecha 7 de mayo de 1951, publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 1 de junio de ese mismo año; fue el resultado de una importante infraestructura comercial desarrollada en el tiempo de su entrada en vigor, destacando la necesidad de modernizar y fortalecer el abasto popular en aquellos años.

Sin embargo, el Distrito Federal en su estructura social, económica y política ha continuado su evolución cualitativa y cuantitativa, lo que requiere de una transformación gradual de su regulación jurídica que en la actualidad se ha mantenido intacta; situación que requiere de la atención de autoridades, de sectores económicos y de la sociedad en su conjunto, haciéndose urgente su transformación en beneficio de los locatarios y del público consumidor, es por ello, la necesidad de adecuar el referido reglamento a la realidad actual del Distrito Federal.

Entre los factores principales que afectan de manera negativa el desarrollo de los mercados públicos se encuentran:

- La proliferación de núcleos de comerciantes ambulantes en su periferia, los cuales disminuyen directamente el nivel de ventas de los mercados,
- La autorización para la construcción de grandes centros comerciales, en las zonas de influencia comercial de los centros de abasto popular.
- Las condiciones de atraso material en la que se encuentran los mercados públicos con respecto a las grandes cadenas comerciales que cuentan con competitivos sistemas de comercialización y mercadotecnia, modernas redes de frío y maduración, gran poder de compra y capacidad de almacenamiento que colocan en grave desventaja a los mercados.
- La falta de existencia de un mecanismo único que garantice la representación de los locatarios, estructurada de manera democrática y plural, de tal forma que se eviten: la proliferación de múltiples representaciones de locatarios; disputas internas entre estos, ya que repercutiría en la falta de atención y desentendimiento de la autoridad responsable hacia el mercado.
- El estado de deterioro en que se encuentra la infraestructura del mercado, las demandas de falta de aplicación de recursos para el mantenimiento de los inmuebles y las peticiones presentadas por obras inconclusas o de calidad deficiente, representan un problema

importante de los mercados. Esta situación da lugar a que los locatarios soliciten a la autoridad permisos para remodelación, que en muchos casos han sido autorizados de manera irregular, o bien que se presenten situaciones que ponen en riesgo la seguridad del inmueble.

CAPITULO I

Antecedentes Históricos del comercio en México

I.1 El comercio antes de la conquista

I.1.1 El comercio prehispánico

El comercio fue una actividad preponderante en el mundo anterior a la conquista y se dio a base de grandes dificultades y de un trabajo gigantesco por las condiciones en que se desarrolla debido al medio inhóspito.

Entre los personajes que contaron sobre lo que sucedía en la vida mexicana y a la vez de la actividad comercial, tenemos en primer lugar a los conquistadores Hernán Cortés y Bernal Díaz del Castillo; después llegaron algunos historiadores con objeto de estudiar específicamente la vida de los mexicanos como Diego Durán, Joseph Acosta, Bernardino de Sahagún y Francisco Hernández y finalmente los propios naturales de la región de los cuales se asientan testimonios, entre ellos Fernando Alvarado Tezozomoc, Fernando de Alva Ixtlixochitl, Domingo Francisco de San Antón, Chimalpahin Cuauhtlehuanítl, trabajos en donde quedo plasmada la interesante vida comercial de entonces, así como las instituciones que se crearon para regular toda esa actividad económica.

I.1.2 Los tianguis en el imperio azteca

No pasaba día sin que los mercados de Tenochtitlan se dejaran de ver llenos de personas dedicadas de lleno al tráfico comercial. Al mercado de Tlatelolco concurrían campesinos, pescadores, cazadores y comerciantes de los más diversos lugares trayendo sus productos de la tierra, su maíz, sus aves, sus verduras y legumbres; pescadores trayendo el pez, el renacuajo, la rana, el camaroncillo, el anenextli, la culebra acuática, la mosca acuática, el gusanillo lagunero y el pato, el cuachil, el ánade y todos los pájaros que viven en el agua; mujeres ofreciendo sus quesos y platos sabrosos, las telas, las sandalias, pieles y mantas, las hiervas medicinales, las especias, los perfumes, los brebajes diversos, así como el exquisito pulque, el aromático chocolate y el reconfortante atole; las vasijas de barro en mil formas, los comales, los metates y los molcajetes, las cuerdas, las pipas, los petates o esteras de mimbre, los cuchillos de piedra y obsidiana, las hachas de piedra y de metal, los raspadores, los incensarios, los adornos, y dijes finos de plata, oro, cobre y plumas, el cacao, las frutas, etc.

Frente al mercado o tianquixtli había un teopan o palacio donde se administraba el comercio y se impartía justicia, en asuntos mercantiles. Ahí funcionaba el consejo de cinco administradores o intendentes, los mixcoatlaxlotlas, que regía el mercado fijaba precios y vigilaba el orden.

Un Tribunal de doce jueces juzgaba toda infracción, las deudas y las quiebras. Tenían sus propias prisiones y plena facultad para ejecutar sus sanciones, incluso la pena de muerte. El Historiador Francisco Javier Clavijero dice que para evitar todo fraude en los contratos y toda discordia en los contratantes, había varios inspectores que giraban incesantemente por el mercado, observando cuanto pasaba y que de todo lo que se introducía en el mercado se pagaba un tanto de derechos al rey, el cual se obligaba de su parte a administrarte justicia y a indemnizar las personas y bienes. Añade el mismo autor que la plaza de Tlatelolco era, según testifica Cortés, dos veces mayor que la de Salamanca, cuadrada y rodeada toda de pórticos para la comodidad de los comerciantes. Cada renglón de comercio tenía su puesto señalado por los intendentes del mercado y a nadie se le permitía mudar del lugar. El número de contratantes que diariamente concurría a aquella plaza era de más de 20,000 y que al mercado grande de cada cinco días era de más de 50,000.

En cuanto al colosal volumen de mercaderías que se movían en ese mercado, dice que la comida era tanta y tan variada, que los españoles que la vieron hablaban con asombro. Cortés dice que llevaba la comida todo un pavimento de la sala, y que le presentaban platos de todas las carnes, pescados, frutas y yerbas de la tierra, así como que nada más en el sector de las aves para el sustento de esas aves carnívoras (águilas, gavilanes) se mataban diariamente 500 pavos.

El mismo autor afirma que los mercados de Texcoco, Tlaxcala, Huejotzingo y demás lugares grandes, eran en la misma forma que el de México. Del de Tlaxcala dice Cortés, que concurrían todos los días más de 30,000 contratantes. Del Tepeyac que era pequeño dice Motolinía que 24 años después de la conquista, cuando ya había decaído el comercio de aquellos pueblos no se vendían cada cinco días menos de 8000 gallinas europeas en aquella plaza, y que otras tantas se vendían en el mercado de Acapetlayocan.

Debemos decir que el mercado tenía tal importancia y tal influencia política, que la mayor protesta del pueblo consistía en el cierre del tianquixtli y la paralización de la vida comercial. Esto lo hicieron en tiempo de Moctezuma Xocoyotzin para protestar contra actos de Cortés.

Hemos hablado con corta limitación del Tianguis puesto que su extensión era en realidad enorme y de una gran importancia en aquella época, se puede decir que hubo ciudades enteras dedicadas al

comercio, que han subsistido hasta el México de nuestros días, es el caso de Tlaxiaco una ciudad mercado en Oaxaca y también de otra ciudad que heredó el nombre, Santiago Tlaxiaco.

I.1.3 Los pochtecas

Hasta aquí hemos hablado del "comercio de subsistencia" de aquel en que una comunidad en su grado inicial de desarrollo logra cierta estabilidad económica, pues los medios productivos de que dispone le proveen de un remanente de productos básicos para intercambiar los productos de que carece.

El siguiente paso el cual corresponde al crecimiento en extensión y diversidad de la vida urbana, así como el fortalecimiento de un aparato gubernamental complejo es el que a continuación abordaremos.

Se trata no ya de que económicamente la comunidad ha logrado cierta estabilidad tanto por su trabajo como por su comercio de subsistencia, sino de aquel comercio en que las mercancías en juego pueden no afectar en nada el esfuerzo de supervivencia, sino que viene a satisfacer necesidades de otro tipo que los materiales, que pueden ser religiosos, políticos o sociológicos.

Este es el comercio que el doctor Angel María Garibay denomina la pochtecayotl o arte de comerciar. En este aspecto del comercio prehispánico mexicano que el Doctor Miguel León Portilla no duda en caracterizar frente a las prácticas comerciales de otros pueblos del mundo, como un ejemplo con características propias pues se trata de una sociedad, apartada enteramente de las antiguas civilizaciones de Asia y Europa, que creó por cuenta propia una cultura y específicamente una peculiar institución de comercio.

Los protagonistas de este tipo peculiar de comercio fueron los pochtecas, así llamados porque el primer gremio de estos mercados tuvo su asiento en el barrio de Pochtlián en Tlatelolco y otros gremios de pochtecas surgidos después en los otros barrios, como el de Acxotlán del propio Tlatelolco, si bien llevaron por denominación especial la de acxotecas, su gentilicio comercial siguió siendo el de Pochtecas.

No todos los comerciantes que asistían al gran mercado de Tlatelolco, recibían el nombre de Pochtecas, ni su conjunto constituía un gremio específico. Los Pochtecas eran los comerciantes agrupados en gremios que tenían a su cargo, casi en exclusiva, el comercio exterior de México Tenochtitlan. Los productos con los que comerciaban no eran los tradicionales de la subsistencia, sino otros altamente elaborados, hechos de materias muy difíciles de conseguir que finalmente no

todos los hombres podían usar. Estos eran principalmente de uso suntuario, destinados al arte religioso o a la satisfacción de las necesidades, de preeminencia social y política de los linajes gobernantes y de las jerarquías administrativas, judiciales y militares, o de jefes de las agrupaciones de barrio.

Podemos adelantar que el comercio exterior de los mexicas fue la llave, la mano diestra que preparo el camino de la hegemonía Azteca sobre las naciones de su tiempo. Los Pochtecas estuvieron íntimamente ligados al proceso de la formación del nuevo estado mexicano, cuyo poder e influjo conocieron los españoles al llegar al suelo de anahuac. Los Aztecas al darle vida a este comercio exterior no fueron seguramente originales sino en ese aspecto, el de haber unido a los pochtecas a su misión política, militar y religiosa, pues ya siglos antes se sabia de gremios de mercaderes que viajaban largas distancias y unían, con los puentes invencibles del comercio, aquel archipiélago de naciones y culturas que se desarrollaron en el Anahuac.

1.1.4 Yacatecutli

Yacatecutli fue el dios protector de los viajeros, el númen tutelar de los pochtecas, el que guía y hace que no pierdan estos el camino.

En la fiesta anual consagrada a Huitzilopochtli, denominada Panquetzaliztli es importante observar como son exaltados los dos rostros del mundo nahuatl: las armas y el espíritu. En la panquetzaliztli llamada también Ipayna Huitzilopochtli, Paynal, el "correo de los pies ligero", el corredor, dios protector de los paynani (los comerciantes estafeta) era perseguido por una efigie de Huitzilopochtli, que lo asediaba e iba detrás de él, exigiéndole prontitud y viveza; y el Paynal protegido por Yacatecutli, indagaba o daba muestras de valor, celeridad e ingenio por encontrar el camino y llegar a buen fin. Al terminar su correría en la que un sacerdote pochteca vestido de paynal era seguido por el pueblo en su recorrido ritual por Tlatelolco, Popotla, Chapultepec y otros lugares aledaños al lago, otro sacerdote, representando a Quetzalcoatl, arrojaba un dardo al ídolo representativo de Huitzilopochtli y este caía. El corazón del ídolo era ofrecido entonces al soberano de México Tenochtitlan, y la efigie hecha de bledos era comida por los señores y por los guerreros y repartida entre los barrios.

El significado de la primera fase de esta fiesta no parece ser muy oscuro. Paynal, el comerciante o el correo de los comerciantes, le abría el camino a Huitzilopochtli, el guerrero, la representación mas alta de la mexicayotl (la mexicanidad) en su camino de hacerse más grande y respetada en su caminar de conquistas. El comerciante en otras palabras le abría el camino al guerrero.

El significado de la segunda fase pese a su ingenuidad aparente envuelve algunos otros aspectos de la historia y la experiencia de los aztecas. Pero se puede decir que el final de cuantos comerciantes y guerreros, al avanzar en la empresa para hacer más grande "el pecho y el rostro de Huitzilopochtli", hacían otra de civilización, y por ello, al triunfar Huitzilopochtli en su designio de que paynal encontrara bien el camino y llegase a la meta triunfaba a la vez Quetzalcoatl, el civilizador ya que fue por la guerra o por el comercio, o por las artes y el conocimiento, todo era obra de civilización y progreso de los hombres. Si entre otros pueblos el comercio aparece no así entretreído con una que hoy podríamos llamar política nacional, es ello lo que confiere su originalidad a la *pochtecatoytl*. En este caso el comercio y la guerra son instrumentos de un mismo designio civilizador y expansivo o sea una "civilización armada".

1.1.5 Las empresas pochtecas

Los pochtecas comerciantes, mercaderes, fueron los caballeros andantes de la *mexicayotl*, junto con los guerreros eran casi los únicos de su tiempo que podían gloriarse de "conocer mundo".

Las incursiones pochtecas por territorios lejanos a veces desconocidos y muchas ocasiones hostiles, eran proverbiales. Por eso frente a los peligros y accidentes que prometía cada nueva expedición los mercaderes prestaban los más acuciosos cuidados y atenciones a los preparativos. Estos los hacían en el *texpan* o palacio de Tlatelolco.

Antes de emprender la marcha efectuaban juntos, los que se iban y los que quedaban, una ceremonia plena de reverencia hacia sus dioses protectores y hacia los viejos *pochteca-tlatoque* (los que hablan de entre los pochtecas, los que mandan) y después de ritos y abluciones, anunciaban que se iban. Los jefes del gremio entonces les deseaban suerte o demandaban valor y reverencia profunda y constante a Huitzilopochtli. Ya al irse, el capitán de la expedición despedía de los viejos y estos le reiteraban la demanda de valor y fortaleza ante la adversidad y rogaban "a nuestro señor que antes muráis en la persecución de nuestro viaje, que no volváis atrás, porque más queríamos oír que vuestras mantas y maxtles (vestidos) estuviesen hechos pedazos por esos caminos, y derramados vuestros cabellos, para que de esto os quedase honra y fama que no que volviendo atrás dieseis deshonor a nosotros y a vosotros" (Sahagún).

Dicho lo cual, con seriedad absoluta, los viajeros se iban derecho a las canoas en que habían de hacer una parte del viaje, y no retrocedían ya más, aunque olvidaren algo, ni volvían la cabeza hacia los que se quedaban, que era tenido por mal agüero.

Organizados militarmente, como correspondía a estos capitanes y soldados disfrazados de comerciantes, observando un orden jerárquico en la marcha, iban en formación por itinerarios predeterminados, partían de lugares diferentes a los de regreso, en caravanas; y si preveían dificultades marchaban de noche y acampaban de día; si se veían perseguidos, tomaban las armas y presentaban combate. Tenían a su cargo a los paynani distribuidos a todo lo largo sus rutas, con sus respectivos lugares de relevo, postas llamados techialoyan "donde descansan los embajadores". Durante la expedición eran sumamente precavidos en sus negocios, ocultaban las mercancías, y si se les veían decían que no eran de ellos, sino que trabajaban por cuenta de los pochteca, tlaylocatl que se habían quedado en Tlatelolco. De regreso desembarcaban de noche para no ser vistos, después iban a dar cuenta del resultado de sus empresas a sus jefes, entregaban el tributo que correspondía a los señores, que consistía en las mejores prendas obtenidas durante el viaje; y se seguían banquetes y fiestas que duraban dos días por el feliz término de la expedición, y a los que era invitada una gran cantidad de personas, que al final podían llevarse todo cuanto pudieran.

Cada caravana estaba constituida por lo general de varios cientos de personas, entre pochtecas propiamente dichos, paynanis, tamemes o cargadores y nahualoztoniecas aquellos que preparados durante largo tiempo seguramente adoptaban las costumbres, lengua y vestimenta de otros lugares por lo general hostiles a los aztecas, y hacían comercio en sus mercados, convivían con su gente y observaban se informaban y llevaban, tanto a los pochtecas jefes de los gremios como a los jefes militares, informes de las disposiciones, localización y otras características de lugares y pueblos. Incluso hicieron mapas; se sabe que Cortés cuando iba rumbo a Panamá llevando a Cuauhtémoc, uso mapas de algunas de esas regiones elaborados por los pochtecas. Quizá al principio las caravanas de pochtecas estaban constituidas principalmente por comerciantes de Tenochtitlan y de Tlatelolco, pero después se sumaron a ella los de Texcoco y de otros pueblos que enviaban a sus propios pochtecas a esas expediciones.

Los gobernantes, los sacerdotes, los sabios y los guerreros tenían en alta consideración las actividades y personalidad de los pochtecas. Según Fray Bernardino de Sahagún, los mercaderes eran recibidos con muestras de cariño al regreso de sus largos viajes. Durante el reinado de Ahuizotl antecesor de Moctezuma Xocochotzin, una caravana de pochtecas fue sitiada en Ayotlan, Tehuantepec, durante cuatro años por la gente de la región. Los pochtecas resistieron muchas penalidades pero al fin lograron vencer a sus sitiadores. A su regreso "toda la gente comarcana del camino los salía a mirar por gran maravilla" Ahuizotl al recibirlos los llamo "mis tíos los pochtecas" y estos le dijeron "tus tíos los pochtecas que estamos aquí, pusimos nuestras cabezas y vidas a riesgo, trabajamos de noche y de día y aunque nos llamamos mercaderes, y lo parecemos, somos capitanes y soldados que disimuladamente andamos a conquistar, y hemos trabajado y padecido

mucho para alcanzar estas cosas que no eran nuestras, sino que por guerra y con mucho trabajo las alcanzamos"

Aquí se va viendo ya clara la relación entre los gremios de comerciantes, el ejército, el Estado y la política expansionista de los aztecas; baste ver que muchos de los embajadores guerra de los aztecas, los *yayizque* que concertaban la sumisión de los pueblos ajenos, eran reclutados entre los *pochtecas*, lo cual no podía ser de otro modo dado el peligro que rodeaba a las caravanas *pochtecas* por parte de los pueblos por donde viajaban. Por ese motivo se dotaba de una estructura casi militar a las caravanas y en caso dado podían ser auxiliados por el ejército. De ahí que la violación a la libertad de comercio fuese uno de los motivos de querrela y guerra de los aztecas contra otros pueblos.

Esta vinculación entre guerreros y comerciantes la establece perfectamente Clavijero (1) a medida que conquistaban poder los aztecas se aumentaba y extendía su comercio; y limitándose al principio a los contornos del lago, se propagó después hasta las más remotas provincias. Eran infinitos los mercaderes mexicanos que giraban del mercado o mercados por todas las provincias del imperio, sacando efectos de cada lugar para permutarlos en otros con ventajas. Adquirían en otros lugares algodón en capullo, pieles crudas, piedras preciosas y otros materiales, y llevándolas a México les daban en sus manufacturas todo el beneficio y labor de que eran capaces para hacer con ellos nuevas y ventajosas permutas.

No fue extraño que al parejo del ascenso de los *pochtecas* como clase dentro de la sociedad azteca subieran en rango y categoría, los gremios de artesanos, cuya actividad le imprimió un sentido a la búsqueda y a las transacciones de los *pochtecas* en lejanas tierras, pero el principal incentivo de su acción fue básicamente la creciente necesidad en los círculos dirigentes aztecas de dar mayor distinción a sus ceremonias religiosas y darse ellos mismos un mayor rango, buscando distinguirse del común de la gente mediante las modas que establecieron sobre todo en el vestido. Ambos gremios, *pochtecas* y artesanos se fueron convirtiendo en grupos sociales muy cercanos a los sacerdotes guerreros.

"El desarrollo económico de la sociedad azteca especialmente de los nobles, los sacerdotes y del Estado mismo iba a ser posible la aparición de diversas formas de trabajo y actividad plenamente caracterizadas, particularmente de grupos dedicados al intercambio y venta, no ya solo de los frutos de la tierra, sino también de incontables productos manufacturados. Es cierto que la totalidad

1. Francisco Javier Clavijero.- Historia Antigua de México. Editorial Porrúa

del pueblo tenía que desempeñar, al menos durante algunos años, determinados servicios, como el de la guerra. Pero también es verdad que quienes en un principio en forma aislada comenzaron a dedicarse al comercio, pronto encontraron la forma de organizar gremios o asociaciones que les permitieran desempeñar mejor sus funciones, hasta alcanzar como consecuencia una preponderancia social extraordinaria" (2)

1.1.6 Mercaderías, rutas y mercados

Numerosos centros comerciales existieron en el México antiguo, en su peregrinar, los pochtecas llegaron hasta los límites de lo que hoy es el territorio mexicano. Incluso hay datos de que pudieron haber llegado aunque esporádicamente hasta Panamá. En cambio el comercio y la relación con los mayas se había iniciado desde siglos antes, en el esplendor de Teotihuacan y los centros mayas como Palenque, Bonampak, Copán, Quiriguá, etc. Los teotihuacanes mismos parece ser que sostuvieron relaciones comerciales con pueblos de las costas del Golfo de México. Lo que sí es una evidencia clara, es la relación estrecha de los mayas que fundaron Chichenitza y Uxmal y los Toltecas de Tula, ciudades mas o menos contemporáneas lo que se nota en aspectos arquitectónicos de ambas culturas.

Los aztecas y los tlaltelolcas reiniciaron después de 1400 esa relación con los mayas, Las caravanas de Pochtecas que partían de Tenochtitlan y Tlatelolco cubrían en primer término los valles de Puebla y Tlaxcala hasta las costas del Golfo. Otras caravanas iban hasta Oaxaca y de ahí al primer gran centro importante de la ruta sudeste: Tochtepec (hoy Tuxtepec). A continuación podían tomar dos caminos; uno hacia los mayas de Xicalanco, que la autora norteamericana Anne M. Chapman llama punto de intercambio y que esta situado sobre la laguna de términos en el Golfo de México; y la segunda hacia el Soconusco en Chiapas hasta arribar a Tzinacantán.

Existen todavía dos relaciones aztecas acerca de estas rutas comerciales y de las mercaderías que llevaban y traían los pochtecas de esos lugares:

Cuando habían empezado el viaje,
 los traficantes que van a las costas,
 se dividían allí en Tochtepec,
 la mitad iba hacia la costa de Ayotla (el pacífico)

la otra mita entraba por allá,
por la costa de Xicalanco (Golfo de México).

Los que entraban a Xicalanco
llevaban mercancía
del rey Ahuizotl,
para comerciar con ella,
lo que ya se dijo:
mantas para los nobles,
bragueros para los señores,
faldas finas,
bordadas o con flecos,
medias faldas y camisas bordadas...

Cintas de oro para la frente,
collares elaborados
collares de oro con figuras de frutas
hechos por los orfebres de México...

Para la gente del pueblo
lo que necesitaban era
orejeras de obsidiana,
orejeras de metal barato,
rasuradores de obsidiana,
punzones y agujas,
grana, alambre,
piel de conejo con pelo,
drogas y medicinas...

Cuando ya llegaron los traficantes
a la costa de Xicalanco...

Los señores de ahí presentaban
grandes jades redondos,
muy verdes,
del tamaño de tomates.

Luego jades acanalados...
 Jades color de quetzal,
 esmeraldas de aguas negras,
 escudos de turquesas,
 conchas de tortuga,
 plumajes de guacamaya,
 de pájaro negro marino...
 cueros rojos de tigre... (3)

Respecto a Tzinacantán, que fue incorporada al dominio azteca con Ahuizotl en 1486, existe este otro texto nahuatl.

Cuando los traficantes
 entraron en Tzinacantán (Chiapas)
 aun no había sido conquistado ese lugar
 no descubrían (los comerciantes) que eran aztecas,
 iban disfrazados...

Aprendían el modo de hablar
 (de la gente de Tzinacantán)
 entraban de incógnitos,
 de modo que nadie supiera que eran aztecas...

Allá en Tzinacantán se produce
 el ámbar y las grandes plumas de quetzal
 también las pieles rojas de tigre...

Los comerciantes disfrazados
 por primera vez encontraron
 todo lo que allí se produce... (4)

La relación continua hablando León Portilla de la forma como estos comerciantes disfrazados empezaron a establecer el comercio. A su regreso a México Tenochtitlán fueron ellos quienes

3. Miguel León Portilla.- La Institución Cultural del comercio Prehispanico. Editorial UNAM.

4. Obra citada.

informaron a los nobles y gobernantes de la forma como podía hacerse la conquista de esas tierras ricas en jade y en cacao. De este modo en calidad de espías hicieron posible la marcha de los ejércitos aztecas para imponerse en esas regiones del sur. Ellos eran también quienes indicaban la forma como debía organizarse el gobierno en Xicalango y otras provincias para lograr un primer control económico.

i.1.7 Gremios, contratos, normas

La primera forma de contrato que probablemente tuvieron los Pochtecas fue la sociedad. Hasta antes de la guerra con Azcapozalco, los aztecas y los tlaloelocas, habían estado organizados socialmente bajo las antiguas formas tribales-comunales del calpulli, que fue la célula de la sociedad prehispánica. Los gremios de comerciantes tlaloelocas se organizaron primero por barrios o sea por calpullis. Al parecer, "la primera sociedad exportadora e importadora" de los pochtecas tuvo su origen en los recursos y trabajos aportados por los propios miembros del barrio. Los miembros de cada una de estas sociedades eran los mismos miembros del propio linaje o parentesco y solo por excepción se aceptaba a otras personas.

Después los pochtecas se acercaron repetidas veces "a comisión". Lo hicieron con los jefes de los gremios con los viejos pochtecas, y hasta con mujeres, los cuales de seguro les daban objetos para su trueque. También establecieron contratos de comisión con los dirigentes del estado. Dice un texto indígena:

Cuando habían ido los comerciantes
a la casa del rey Ahuizotl,
el les daba 1600 mantas chicas,
las daba para comerciar
con estas mantas se compran vestidos para noble,
con adornos de pluma en las orillas...
esta es la comisión
de los traficantes de la costa.

Lógicamente, la compraventa y la permuta formaban parte de las prácticas de contratación comerciales habituales. En ambos casos, como en los demás, había la prohibición expresa y terminante de contratar, fuera del Tianquiztli, castigándose muy severamente su infracción. La permuta fue quizá la forma más extendida en los contratos de los pochtecas en los lejanos lugares. Hubo también, según textos de los cronistas, contratos de depósito y de préstamo con interés.

Los gremios de pochtecas tenían cada uno su jefe (el pochtecatlaloque). Habían otras jerarquías dentro de ellos, entre otros los oztomecas o nahuaztomecas. Existían también especializaciones entre los mercaderes. Según un texto en nahuatl, 69 categorías diferentes, algunas de las cuales eran traficantes de esclavos, los de metales preciosos, los de tabaco, los de cacao, los de animales, los de papel de ámate, los de cargas de maíz, etc.

Los pochtecas crearon su propio código de comercio y sus Tribunales exclusivos y ellos mismos administraban sus mercados, establecían las medidas de cambio y fijaban los precios.

Sobre los principios rectores de su código de comercio es bueno traer aquí un texto elaborado por ellos y traducido por Sahagún:

Tu oficio es emprender el viaje,
vas a dejar la ciudad
tu casa en México,
tendrás que irte...

Vas a encontrarte con llanuras,
con tierras inmensas...

Esfuerza tu animo
tienes que hacer verdadera tu vida...

Sigue el ejemplo de tus antecesores,
los que rigieron y gobernaron,
los que se hicieron dueños,
del dominio del gobierno
de los comerciantes...

Te andarás metiendo
entrando y saliendo,
por pueblos extraños...

Puede ser que en ninguna parte se logre nada,
puede ser que en ninguna parte
tenga entrada la mercancía,
tus efectos comerciales...

No retrocedas, ten firme el pie...
 alguna cosa lograras,
 algo te asignara el dueño del universo...

El segundo texto, es una imagen del buen y del mal pochteca:

El mercader es tratante,
 y para mercadear tiene en cuenta los mercados:

El buen mercader
 sabe multiplicar su caudal
 y guardar bien lo ganado;
 vende y compra por justo precio,
 es recto en todo y temeroso de Dios
 sabe también concertarse en el precio
 y es bien conveniente.

El mal mercader
 muy lindamente engaña vendiendo
 y regateando mas de los que es justo
 es mentiroso y gran embaucador
 y es gran encandilador
 y engaña mas de la mitad del justo precio
 o dalo a logro.

A pesar de su ascendente progreso y de la importancia social que iban adquiriendo, los pochtecas mismos decían que con ello, su ánimo no se envaneció, no se hizo "falso su rostro", sino más bien los mercaderes no se levantaban a mayores con sus haciendas antes se abajaban y humillaban, no deseaban ser tenidos por ricos ni que su forma fuese tal, antes andaban humildes, inclinados, no deseaban honra ni fama y andaban vestidos pobremente.

Cuando los viejos jefes de los gremios de pochtecas despedían a los que iniciaban una expedición por tierras lejanas, lo hacían con la siguiente admonición:

"Mirad hijo que si os ha dado Dios de los bienes de este mundo, no os altivezcáis por eso, ni menosprecies a nadie: cuando os juntareis con los

que no conocieron, o con alguno de Tenochtitlan, o de Cuahuitlan, de Huitzilopochco (Churubusco), no los desprecéis; habladles, salúdales humildemente, y si Dios los llevare a los pueblos donde vais a tratar, servid con humildad yendo por leña y barriendo la casa, y haciendo fuego, y regando, sacando los petates, dando aguamanos y haciendo todas las cosas que tocan a los servicios de los dioses, como es hacer penitencia, y traer ramos, sed diligentes y curiosos en todas las cosas de humildad"...(5)

Sin embargo no todo fue siempre miel y dulzura entre los pochtecas y los dirigentes del estado. Estos siempre supieron que los pochtecas podían ser peligrosos si sus pretensiones iban más allá de lo que era necesario a su política. Por eso a pesar de estar siempre solícitos a sus requerimientos, y haberles dejado tener tierras en usufructo individual y estar eximiendo de prestar los servicios sociales que la gente común prestaba a la colectividad, y aun que en fin, colaborasen estrechamente en los asuntos de la política y la guerra, de vez en cuando irrumpían en la vida interna de los gremios, y a los altivos de entre los pochtecas les buscaban ocasión de agravio y delitos que merecieran, la pena de muerte como dice el siguiente texto:

"Y cuando se altiveaban y amanecían con el favor y honra de las de las riquezas, el señor (Tlatoani) entristeciéndose y perdía el amor, y buscaba algunas oraciones falsas y aparentes para abatirles y matarles, aunque sin culpa, uno por odio de su altivez y soberbia; y con las haciendas de ellos proveía a los soldados viejos de su corte" (6)

Esto es lo que podemos decir de los pochtecas quienes fueron la columna vertical del comercio prehispánico, lo cual nos deja mucho para reflexionar...

1.2 El comercio en la Nueva España

En el trienio 1577-1580 la capital de la Nueva España padeció una de las más severas crisis agrícolas del Virreinato. Ante la escasez de los cereales las autoridades coloniales tomaron su mirada a Europa, desconociendo los aportes indígenas en la materia, para prever en el futuro los niveles de consumo de los alimentos básicos.

5. Sahagún, Obra citada.

6. Sahagún. Obra citada

De esta manera, y antes de que se fundara oficialmente la Alhóndiga de la Ciudad, después conocida como la Casa del Diezmo, se establecieron los primeros depósitos de perecederos para regular el abastecimiento y el comercio e impedir el acaparamiento.

El otro mecanismo novohispano de regulación del abasto lo eran los mercados públicos o municipales, que representaron una cuantiosa fuente de ingresos para el Cabildo. Estos centros de compra-venta surgieron, mayoritariamente, como formalización de las concentraciones de mercaderes.

Entre ellas destacaron las que tenían sus aposentos en las plazas: la de Santa Catalina Mártir, cerca de la fábrica de tabaco, la Cruz del Factor, conocida como Baratillo Menor, la principal o del Ayuntamiento, denominada popularmente Baratillo Mayor, entre otras tantas.

Históricamente, los mercados surgieron como resultado del reordenamiento del comercio en las plazas públicas. De este modo, la Mayor, antes incluso de que fuesen concluidas las obras del palacio de los Virreyes, la Catedral o el Cabildo, ya se contaba con un auténtico centro mercantil de cajones tablas y petates.

Hasta el periodo de 1695-1703 el mercado informal cedió su sitio a un edificio construido para instalar las tiendas de ropa, bonetería, accesorios y bisutería. Formaba parte del patrimonio inmobiliario del Ayuntamiento, su planta arquitectónica era rectangular y abarcaba poco más de 162 mil metros cuadrados al suroeste de la Plaza Mayor. Sus colindancias se orientaban a la Catedral (norte), al Ayuntamiento (sur), al portal de Mercaderes (poniente) y al palacio de los virreyes (oriente).

Más de un gobernante de la Ciudad se propuso sanear la Plaza Mayor. La razón que originó el Volador fue justamente el traslado de los mercachifles, de lo que ahora conocemos como el Zócalo, hacia el lugar donde actualmente se encuentra la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

El volador, después de diversos intentos se convirtió en un verdadero establecimiento de mampostería y cantera, allá por los rumbos de la Real y Pontificia Universidad: las calles de Flamencos y Portacoeli y el callejón de Tabaqueros.

Su materia prima, los recursos humanos vendedores ambulantes en proceso de transformarse en comerciantes fijos (establecidos) de la Plaza Mayor, sede del Parian. Así, por el incendio del 12 de

enero de 1659, el Cabildo ordenó que se trasladasen a la plaza de El Volador las panaderas, las fruterías y los tocineros que allí expendían sus mercancías. (7)

Parte fundamental de la Política de obras públicas que desarrolló el régimen de Porfirio Díaz y en particular las autoridades del Ayuntamiento de la ciudad, fue la construcción y adaptación de los mercados. A principios de este siglo, a demás de los ya existentes, se construyeron unos y se adaptaron otros como la Merced, San Juan, San Cosme, Martínez de la Torre, Santa Ana, 2 de Abril, San Lucas, Pacheco Loreto, la Lagunilla y el de la Viga, que constituía el desembarcadero del canal. Además existían otros mercados como el de las Flores y el del libro sin olvidar aquellos que se instalaban eventualmente por alguna fiesta como la de la Virgen de los Angeles o del Carmen. (8)

La transformación radical del abasto se daría con posterioridad al triunfo de la rebelión de Tuxtepec (1876). Antes, la debilidad de la joven nación independiente, las asonadas militares convertidas en pan de todos los días, la Guerra de Reforma, el fin del Imperio y la restauración de la República, impidieron una consistente política de obras públicas que permitiera:

- El establecimiento de una red de mercados públicos, y
- La ubicación formal en ellos de los comerciantes ambulantes.

Por no haber tenido efecto las repetidas providencias de policía que prohíben los puestos de frutas y otras vendimias en las esquinas y banquetas de las calles de esta ciudad, sin haber sido bastantes para su observancia las multas impuestas por semejantes transgresiones, se ve el excelentísimo ayuntamiento precisado a adoptar medidas que puedan contener tales abusos perjudiciales al público que transita por las calles, y o puestos a la policía que en todo lugar culto debe observarse, acordando en consecuencia que todos los infractores de estas providencias pierdan los objetos que se les encuentren vendiendo en dichos pasajes, y que se aplique en beneficio de las cárceles y hospitales que están a cargo de la municipalidad; pues deben reducirse a los puestos y mercados que están designados para su respectivo expendio en orden publicada

7. Roberto Albores Guillén, Luis Ignacio Sáinz.- Testimonios y documentos sobre mercados especializados: Del Ampudia (1949) a San Ciprian (1990) Jurisdicción de Venustiano Carranza.- México 1992, Pg. 9 a 34.

8. Hira de Gortari Rabiela y Regina Hernández Franyuti.- La Ciudad de México y el Distrito Federal: Una historia Compartida.

por rotulones de 11 de agosto de 1827, que son las plazas de San Juan de Letrán y Colegio de Niñas. (9)

Como se ha visto ya al hablar de la plaza y del Parian, el primer mercado que en la ciudad hubo se estableció en ésta dejándose para el tráfico de los indios la de Santiago Tlatelolco. Muy pocos años después de reedificada la ciudad, se hace mención del tianguis de Juan Volázquez, situado en la manzana en que hoy se encuentra el convento de Sta. Isabel, y a fines del siglo XVI se nombra el tianguis de San Hipólito, parte del cual se tomó para plantar la alameda. La plaza principal contenía el mercado mayor, y frente a la diputación y aun en el medio había cajones de madera para vendimias y puestos de petates con figones, los cuales invadían también los patios del palacio, hasta que de ellos fueron arrojados como a principios del siglo pasado. Cuando se destruyeron los cajones de la plaza y ésta quedó despejada por orden del conde de Revilla Gigedo, se formó el mercado de madera frente de la universidad, que fue tan conocido, siendo casi el primero regular y digno de la ciudad. Hasta estos últimos años no se ha puesto cuidado en regularizar estos establecimientos colocándolos en puntos proporcionados, para que los moradores de México se puedan abastecer cómodamente de lo que hayan de menester, y dándoles una forma que reúna a buena vista, la mayor duración, y que no puedan incendiarse con facilidad como los antiguos, hechos de tabla. (10)

1.3 El comercio en el México Independiente

Reglamento de Iturbide.

Se rigen por las Ordenanzas Municipales y sólo hay un Reglamento especial para el mercado de "Iturbide" en la plazuela de San Juan de la penitencia que es el siguiente de 24 de enero de 1850.

1. Este mercado se llamará de "Iturbide".
2. Este nombre se inscribirá en una lápida de mármol en el lugar destinado al efecto, y se hará mención en ella de la fecha de la edificación, del Exmo. Sr. Presidente que puso la primera piedra, de los individuos que formaron el Exmo. Ayuntamiento que terminó esa obra y del arquitecto que la ejecutó, el cual se encargara de dicha lapida, y de hacer poner provisionalmente la inscripción.

9. Manual de Providencias económico políticas para el uso de los habitantes del Distrito Federal.- Juan N. Rodríguez de San Miguel. México, Imprenta de Galván 1834. Pg. 77-78

10. La Ciudad de México, Diccionario Universal de Geografía e Historia, México.- Manuel Orozco y Berra. Imprenta F. Escalante y compañía 1854, Pg. 741

3. Se recuerda y se observará en este Reglamento como en todos los demás de la ciudad, el preliminar del Reglamento expedido por el Sr. Conde de Revillagigedo para el principal y que dice "Siendo consecuente con la buena policía, que en las ciudades grandes como esta capital haya un mercado principal, lo mas en el centro que sea posible y otros menores en parejas oportunos para el mejor y más cómodo surtimiento del público. sólo en ellos deberán venderse los comestibles, para que se pueda cejar sobre su calidad y precios, pesos y medidas, quedando desde luego prohibidos los puestos sueltos en otros parajes que los señalados, y que en adelante se destinaren para mercados, y como mayor razón en las calles, donde además de ensuciarlos estorban el paso de la gente, y que sustraen de la inspección de los jueces".
4. Se recuerda asimismo que el artículo 128 de la ley de 6 de octubre de 1848, dice así. "El derecho exclusivo del Exmo. Ayuntamiento para establecer mercados de comestibles, queda consignado por este decreto".
5. Se recuerda también que el derecho exclusivo de la municipalidad para establecer mercados, está en posesión y amparado en el judicialmente Exmo. Ayuntamiento.
6. Disposiciones económicas y orden del mercado.
7. En el Mercado se situarán de preferencia los comestibles, de manera que en igualdad de circunstancias, se preferirá en los arrendamientos de todas las localidades a los que quieran establecer el comercio de este genero.
8. En el lado que ve al Norte del edificio y comprende los cajones números 1, 2, 3, 4, 5, y 6 quedan exclusivamente destinados para carnicerías, pero las esquinas de este mismo lado marcadas con los números 8 y 10, 7 y 9, deberán arrendarse para otros animales la vía férrea hasta Tacubaya, crecerá en importancia. Y no solo por el constante tráfico; no solo por los efectos que allí se expongan para su venta; si no porque cargándose hacia el Poniente la población de México, vendrá a ser el centro de la mayor parte de las transacciones comerciales. (11)

En los años comprendidos entre 1821 y 1876 surgieron, otros mercados: el de Iturbide, en la plazuela de San Juan de la Penitencia (1850, obra de Santa Anna), moderno y funcional: el del ex-

11. Reglamento de Mercados Iturbide.- Colección de Leyes Fundamentales que han regido en el República Mexicana, desde 1821 hasta 1856. México, imprenta de Ignacio Cumplico, 1856. Pg. 237, 239.

convento de La Merced por el oriente de la capital rumbo a San Lázaro y en la acequia principal (1861, disposición de Benito Juárez), resultado más de la desamortización de los bienes eclesiásticos que de una planeación efectiva de los flujos comerciales, siendo un tianguis al viento. El resto de la obra pública se limitó a la reconstrucción de viejos establecimientos y a la reorganización de los agentes comerciales en las plazas públicas.

Para 1929 la Merced había desplazado al Volador como el primer centro de abasto de la ciudad de México.

En la primera década del siglo XX surgieron dos establecimientos nuevos: el de Benito Juárez terminado en 1912, y el nuevo anexo al de Santa Catarina Mártir que, a partir de ese mismo año, comenzaría su adhesión al complejo mercantil de La Lagunilla. Mercados hechos a la antigua.

1.4 El comercio en la época actual

Durante el gobierno de la regencia de Ernesto P. Uruchurtu, se edificó la mayoría de los actuales mercados públicos. La infraestructura capitalina del abasto se renovó por completo. Únicamente en 1957 se construyeron 38 mercados de zona.

Cifra a la que habría que agregar los establecimientos de Mixcalco (Ropa y Zapato), Jamaica (Flores, Zona y Comidas), Sonora (Aves, Loza, Juguetes y Herbolaria) y los que se conocen propiamente como la Merced (Nave Mayor, Nave Menor, Comidas, Flores, Anexo 106 dedicado a gas, peltre e instalaciones hidráulicas), con excepción del mercado Ampudia de dulces, inaugurado antes, en 1949 cuando todavía existía el famoso Canal de la Viga, Convertido después en Anillo de Circunvalación (1951), una de las más modernas vialidades norte-sur de la capital de la República.

Pocos han sido los enclaves comerciales construidos con posterioridad a 1966, año en que terminó la gestión de Uruchurto al frente del entonces Departamento Central.

Décadas después se recuperaría el impulso con la creación de la Central de Abasto en Ixtapalapa, en una superficie de 328 hectáreas, o el Mercado en Condominio de San Ciprian, con capacidad para 1958 comerciante de vía pública. (12)

12. Nómadas y sedentarios: Los comerciantes en vía pública.- Roberto Diéguez Armas, Manuel Aguilera Gómez.- Roberto Albores Guillén.- Humberto Musacchio.- Luis Alberto Martos López.- María Rebeca Yoma.- Alberto García Laacurain.- Hector R. de la Vega. México 1994. Pg. 33 a 38.

Surge la necesidad de regular y formalizar la actividad de los comerciantes que trabajaban en las calles, parques, explanadas y plazas del Centro Histórico.

Es decir, había la necesidad de enfrentar el comercio en vía pública, pues se había transformado en una práctica que no se adecuaba al funcionamiento de los servicios de salud, públicos y de protección de zonas y monumentos histórico-arquitectónicos de la Ciudad, además de atentar contra el comercio establecido; por otro lado también había que considerar la reivindicación de los comerciantes de la calle por encontrar en el ejercicio de su actividad una fuente de ingresos ante el desempleo generado por la crisis económica.

Por ello, se crea un mecanismo que utilizara vías de índole política, administrativa y financiera, antes que a la fuerza pública. El mecanismo diseñado e instrumentado por el Gobierno del Distrito Federal (antes Departamento del Distrito Federal), a través de la Coordinación General de Abasto y Distribución hoy Secretaría de Desarrollo Económico, fue el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, creado el 1º. de julio de 1992.

Esto es había la necesidad de enfrentar el comercio en vía pública, pues se había transformado en una practica que no se adecuaba al funcionamiento de los servicios de salud, públicos y de protección de zonas y monumentos histórico arquitectónicos de la Ciudad, además de atentar contra el comercio establecido; por otro lado, también había que considerar la reivindicación de los comerciantes de la calle por encontrar en el ejercicio de su actividad una fuente de ingresos ante el desempleo generado por la crisis económica de la década de los ochenta.

A esta dimensión humana, habría que sumar el deterioro del escenario físico y social en el que se desarrollaba el comercio informal, debido, entre otras cosas, a la ausencia de una legislación actualizada en la materia y a la generación de prácticas corruptas.

Bajo estas circunstancias el gobierno de la Ciudad diseño un modelo integral, a fin de modernizar al comercio en vía pública incorporándolo gradual y eficientemente a un régimen formal y permanente que trascendiera el simple traslado físico de comerciantes y garantizara el restablecimiento de la convivencia armónica en el centro de la Ciudad de México. Este fue el principio que dio origen al Programa.

Los objetivos del programa consistieron en fortalecer y hacer más eficientes las condiciones de trabajo del comerciante informal, dándole la certeza de continuar con su actividad dentro del mismo ámbito geográfico que ya había acreditado y dotarlo, al mismo tiempo, de un patrimonio familiar.

Otorgando con ello sentido social a la recuperación de vialidades y espacios públicos con alternativas claras y productivas a los comerciantes con el concepto de mercados en condominio.

Por constituir el espacio simbólico y patrimonial de todos los mexicanos, así como por concentrar el mayor número de ambulantes, se determinó que el área de atención del Programa sería el Centro Histórico de la Ciudad de México.

Los comerciantes de vía pública, el Centro Histórico y los Mercados en Condominio pretenden resumir y mostrar, así sea someramente, un resultado específico de esta nueva forma de hacer política, teniendo como marco concreto a un segmento de la capital mexicana.

El reordenamiento del comercio en vía pública con la construcción de mercados en condominio que, además de formalizar y modernizar la operación comercial de quienes ganaban su sustento en calles, plazas, banquetas y explanadas, permite también impulsar decididamente el rescate urbano.

CAPITULO II

ESQUEMA ACTUAL DEL COMERCIO EN MÉXICO

II.1 Distintas acepciones de la palabra mercado

En un sentido comercial se considera al mercado, como el lugar donde compradores y vendedores concurren para efectuar sus operaciones, sea para el aprovisionamiento diario de alimentos, sea para la negociación y contratación de la producción de un país o del extranjero.

La expresión mercado comprende tres conceptos:

1. Un concepto geográfico, según el cual un mercado es un sitio donde se venden y compran mercancías;
2. Un concepto estructural, que concibe al mercado como un sistema de organizaciones relacionadas entre sí, que se dedican a comprar, vender, transportar y almacenar una determinada clase de mercancía; y
3. Un concepto que tiene en cuenta las fuerzas que se ejercen sobre el mercado, considerado como un concepto de condiciones o fuerzas que entran en juego y determinan los precios.

De acuerdo con la idea geográfica, los mercados se dividen en:

- a) Locales: los que se encuentran ubicados en una determinada zona, región o localidad, con límites más o menos precisos.
- b) Nacionales: los que abarcan toda la extensión territorial de un país.
- c) Internacionales: los que exceden las fronteras de una nación y se extienden a otro país.

La amplitud geográfica del mercado depende en gran parte de la naturaleza del producto; así, el mercado de los bienes instrumentales (máquinas, motores, etc.) generalmente se encuentra muy concentrado, mientras que con el de los bienes de consumo ocurre todo lo contrario. La mayor o menor extensión de los mercados está relacionada también con la habilidad de los empresarios en los distintos aspectos de la organización, costos de producción, costos de distribución, calidad y precio de los artículos, propaganda, condiciones de venta.

Los mercados desde el punto de vista de su estructura y organización, pueden dividirse en mercados homogéneos y mercados imperfectos.

Los mercados homogéneos son aquellos en que las leyes de la oferta y la demanda operan sin obstáculos, y deben reunir las siguientes condiciones:

- a) Que las mercaderías negociadas en ellos sean homogéneas;
- b) Que los compradores y vendedores sean numerosos y no puedan influir en los precios;
- c) Que los compradores y vendedores estén en condiciones de conocer inmediatamente cualquier cambio en los precios y calidades de los productos, o sea lo que se llama transparencia de mercado.

Todas estas condiciones están en general bastante alejadas de la realidad económica, por lo que el mercado homogéneo no es sino un esquema teórico cuyo estudio responde a una finalidad de orden didáctico. La falta de cualquiera de estas condiciones determina imperfecciones que en sus diversas formas dan lugar a los distintos tipos de mercado. (13)

En pocos años se ha pasado de los mercados públicos, los colmados y los ultramarinos, a los supermercados, los hipermercados y las grandes reas comerciales, sin contar la venta por catálogo o las tiendas televisivas.

Por lo que, el comercio tradicional han tenido que adaptarse al ritmo y estilo de vida de la población y a las diferentes formas o modalidades de comercialización.

II.2 Comercio Tradicional

Está integrado por establecimientos micros, pequeños y medianos, que en conjunto con los puestos de mercados públicos, se caracterizan por el manejo de pequeños volúmenes de mercancías y poca variedad de productos. En su mayor parte mantienen bajos o constantes niveles de productividad y se encuentran en una situación de escasa eficiencia y alta vulnerabilidad a las condiciones de modernización y los nuevos conceptos de negocios del comercio de las grandes cadenas y grupos comerciales.

II.3 Comercio Moderno

Se integra básicamente por medianos y grandes establecimientos comerciales, que presenta un sistema con un diseño adecuado en el ejercicio de su actividad. A semejanza de los establecimientos industriales cuenta con un elevado grado de integración vertical en lo que se refiere a la división de etapas en las que se efectúan la comercialización.

Han alcanzado alta especialización debido a que se abastecen de grandes volúmenes de mercancías directamente de los fabricantes y en algunos casos incursionan en la fabricación de productos que han sido seleccionados por su alta demanda, para posteriormente distribuirlos en base a la utilización de avanzadas estrategias de mercadotecnia.

Este sistema de actividad les permite una mejor planeación de márgenes de comercialización a través de un mejor conocimiento del mercado. Bajo esta concepción el sector comercial moderno engloba a las tiendas departamentales, supermercados, hipermercados y los grandes negocios surgidos de asociaciones estratégicas entre empresas comerciales nacionales con el exterior. Estos complejos comerciales son los que cotizan en la Bolsa de Valores, aunque existen algunas pequeñas y medianas empresas comerciales que gracias a su funcionamiento cotizan en el llamado mercado interno.

Algunas de las características del comercio moderno son:

- Los sistemas de compra y abastecimiento de grandes volúmenes de mercancías.
- Los sistemas de venta y promoción (surtido, calidad, precio, etcétera).
- Un alto conocimiento del mercado y del mercadeo.
- Un alto grado de planeación en la utilización de los recursos físicos y humanos.
- Un óptimo sistema contable y de inventarios.
- La disponibilidad de recursos financieros (financiamiento), ya sean propios o con acceso oportuno al crédito bancario de instituciones de fomento al crédito, de instituciones financieras del exterior.

II.4 Micro, pequeño y gran comercio

Un elemento adicional en la clasificación del comercio interior es el que se refiere al tamaño de los establecimientos, según el número de empleados y por las ventas anuales se clasifican en: microempresa, pequeña empresa, mediana y grande. Por las características previamente mencionadas, el comercio tradicional se clasificaría como micro empresa, en tanto que el comercio moderno abarcaría el resto de las categorías.

II.5 Comercio Informal

Es importante agregar que aunque por su naturaleza el comercio informal y/o el ambulante no se consideran dentro de las clasificaciones del comercio formalmente constituido. Por su funcionamiento (o al menos por su origen) el comercio informal correspondería al comercio tradicional; Sin embargo, la complejidad y el desarrollo de este fenómeno económico social ha alcanzado una etapa que está trascendiendo estas clasificaciones. (14)

El comercio informal, ha adquirido tal magnitud o fisonomía que conforma, por un lado un importante sistema de abasto especialmente para la población de bajos ingresos, así como fuente de ocupación para miles de personas; y por otro, ha derivado en serias afectaciones a la sociedad en materia de seguridad, libre tránsito, salud, contaminación, competencia desleal al comercio establecido, evasión fiscal y en ocasiones contrabando de mercancías de procedencia irregular.

Por sus principales características de operación en el Distrito Federal, esta actividad se clasificar en:

II.6 Mercados Informales

Mercados sobre ruedas: Son grupos móviles que se establecen en terrenos baldíos, camellones, banquetas o arroyos de calles, construidos 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.

Tianguis: Son mercados móviles que presentan características de operación similares a los mercados sobre ruedas, cuyas autorizaciones corresponden a las Delegaciones del Distrito Federal.

Concentraciones: Se ubican en zonas marginadas, la mayoría en camellones y calles. Cuentan con una infraestructura deficiente, con locales fijos construidos de lámina de cartón, metálicos, de madera y algunos de mampostería; carecen en su mayoría de piso, techumbre y zonas de carga y descarga.

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 son las artesanías, pinturas, objetos antiguos y ropa. La autorización para su funcionamiento la otorga la Delegación.

II.7 Esquemas del reordenamiento del comercio popular

Fueron establecidos en 1993, con motivo del reordenamiento del comercio popular en el Centro Histórico, con lo cual se ordenaron zonas de comercio público que habían llegado a extremos conflictos en materia de sanidad, seguridad y paso vehicular.

Corredor Comercial: Edificación construida con recursos crediticios de los comerciantes sobre la vía pública y explanadas del metro, para el reordenamiento del comercio ambulante. Operan mediante la expedición de un permiso temporal administrativo a título oneroso.

Pasajes comerciales: Instalaciones comerciales fijas ubicadas en el interior de pasos a desnivel peatonales. Operan con el consentimiento de la Delegación.

II.8 Oferentes de Servicios

Constituye un grupo heterogéneo con múltiples actividades, que ofrecen sus servicios mediante 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 particularidades distintivas: 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.

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 mimos, organilleros, merolicos y músicos.

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

II.9 Comerciantes ambulantes asociados 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 el consentimiento de los vecinos.

En este grupo se incluyen ferias callejeras alrededor de la iglesia de la colonia, con juegos mecánicos, expendedores de alimentos y golosinas. También se clasifican en este grupo a las Romerías Navideña, ferias de juguete y muertos.

II.10 Ambulantes

En una figura comercial, que forma conglomerados al coincidir con otros indeterminados en determinados lugares, no constituyen esquemas estructurados que obedecen a reglas de operación, como es el caso de los mercados sobre ruedas.

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.

Se rige por las condiciones de la calle, negocian su estancia en un determinado sitio con líderes u autoridades y elige libremente horarios y mercancías que expende

En consecuencia, el desarrollo, la competitividad y eficiencia en el sistema de abasto son propósitos esenciales para buscar una mayor y mejor modernización comercial de los mercados públicos; mejorando su infraestructura, la disponibilidad de servicios, la calidad de los productos que se comercializan, almacenamiento e información de mercados.

Para lograrlo es conveniente crear un nuevo marco normativo que regule la actividad del mercado público, acorde al momento actual y a la forma en la que actualmente viene operando.

Este es el asunto total del presente trabajo. La sustentante tuvo una visión lo suficientemente amplia para conocer con cierta profundidad la problemática del comercio ambulante y el que se desarrolla en los mercados públicos; concurrió a las dependencias oficiales para recabar la información necesaria y, a la vez tuvo una visión de la realidad al sostener entrevistas con comerciantes y líderes de sindicatos acerca de su modus operandi y sus conflictos con la autoridad. Sin embargo, independientemente de lo anterior se considera que la crisis que esta golpeando a la población mexicana es un factor de mucho peso.

Por las razones expuestas se propone una Ley que satisfaga los requerimientos tanto en el sector comerciante, como el público consumidor y que venga a armonizar las relaciones entre estos sectores y la autoridad.

Para establecer las diferencias que la sustentante tiene respecto con la legislación existente, en el siguiente capítulo se plasma el Reglamento vigente el cual, en los momentos en que se elabora el presente trabajo, se encuentra ampliamente debatido por la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, en donde la Dip. Verónica Romero, Presidenta de la Comisión de Abasto y Distribución de Alimentos, presentó un proyecto a nombre del Partido de la Revolución Democrática, sin poder lograr su aprobación debido a múltiples presiones de los distintos sectores involucrados.

CAPITULO III

REGLAMENTO DE MERCADOS

Ordenamiento Vigente

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 1 de junio de 1951.

MIGUEL ALEMAN, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, a los habitantes del Distrito Federal, hago saber:

Que en uso de la facultad que me confiere la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, he tenido a bien expedir el siguiente

REGLAMENTO DE MERCADOS

CAPITULO I

Disposiciones Generales

Artículo 1o.- El funcionamiento de los mercados en el Distrito Federal, constituye un servicio público cuya prestación será realizada por el Departamento del Distrito Federal por conducto del Departamento de Mercados de la Tesorería del mismo Distrito.

Sin embargo, dicho servicio podrá ser prestado por particulares cuando el Departamento del Distrito Federal otorgue la concesión correspondiente.

Artículo 2o.- Todo lo referente a las concesiones a que se refiere este Reglamento, se regularán por las disposiciones relativas de la Ley Orgánica del Departamento del Distrito Federal.

Artículo 3o.- Para los efectos de este Reglamento se considera:

I.- Mercado público, el lugar o local, sea o no propiedad del Departamento del Distrito Federal, donde concurra una diversidad de comerciantes y consumidores en libre competencia, cuya oferta y demanda se refieren principalmente a artículos de primera necesidad.

- II.- Comerciantes permanentes, quienes hubiesen obtenido del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, el empadronamiento necesario para ejercer el comercio por tiempo indeterminado y en un lugar fijo que pueda considerarse como permanente;
- III.- Comerciantes temporales, quienes hubiesen obtenido del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, el empadronamiento necesario para ejercer el comercio por tiempo determinado que no exceda de seis meses, en un sitio fijo y adecuado al tiempo autorizado;
- IV.- Comerciantes ambulantes A, quienes hubiesen obtenido del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, el empadronamiento necesario para ejercer el comercio en lugar indeterminado y para acudir al domicilio de los consumidores.

También se consideran dentro de esta categoría a los comerciantes que por sistema utilicen vehículos;

- V.- Comerciantes ambulantes B, las personas que ejerzan el comercio en lugar indeterminado y que no se encuentren dentro de las prevenciones de la fracción anterior;
 - VI.- Zonas de Mercados, las adyacentes a los mercados públicos y cuyos límites sean señalados por el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal;
 - VII.- Puestos permanentes o fijos, donde los comerciantes permanentes deban ejercer sus actividades de comercio.
- También se consideran puestos permanentes o fijos las accesorias que existan en el exterior o en el interior de los edificios de los mercados públicos;
- VIII.- Puestos temporales o semifijos, donde los comerciantes temporales deban ejercitar sus actividades de comercio.

También se consideran puestos temporales o semifijos, las carpas, circos, aparatos mecánicos, juegos recreativos y juegos permitidos que funcionen en la vía pública o en predios propiedad del Departamento del Distrito Federal.

Artículo 4º.- Las mercancías que tengan señalado un precio oficial, deberán ser vendidas por los comerciantes a que se refiere el artículo anterior, precisamente de acuerdo con tales precios oficiales.

Artículo 5º.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal tendrá las siguientes atribuciones:

- I.- Las que señala a la misma Tesorería el Título XII de la Ley de Hacienda del Departamento del Distrito Federal;
- II.- El empadronamiento y registro de los comerciantes a que se refiere el artículo 3º. de este Reglamento;
- III.- Aplicar las sanciones que establece este mismo Reglamento;
- IV.- Dividir el territorio del Distrito Federal en Zonas de Mercados;
- V.- Dividir cada Zona de Mercado en líneas de recaudación;
- VI.- Ordenar la instalación, alineamiento, reparación, pintura, modificación y el retiro de los puestos permanentes y temporales a que se refiere este Reglamento;
- VII.- Administrar el funcionamiento de los mercados públicos propiedad del Departamento del Distrito Federal;
- VIII.- Fijar los lugares y días en que deban celebrarse los "tianguis" en cada mercado público;
- IX.- Vigilar el cumplimiento de las disposiciones legales en los mercados públicos, sean o no propiedad del Departamento del Distrito Federal;
- X.- Las demás que fije el presente Reglamento.

Artículo 6º.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, sólo tramitará las promociones que se hagan cuando el interesado tenga capacidad jurídica.

Artículo 7º.- El horario de funcionamiento de los puestos, permanentes o temporales, será el siguiente:

I.- Tratándose de puestos instalados en la vía pública, habrá tres jornadas:

Diuma, de las 6 a las 22 horas.

Nocturna, de las 20 a las 6 horas del siguiente día.

Mixta, de las 15 a las 24 horas.

II.- Tratándose de puestos instalados frente a los edificios en que se efectúen espectáculos o diversiones públicas, desde una hora antes en que se inicie la función, hasta una hora después de que hubiera terminado.

III.- Tratándose de mercados públicos, instalados en edificios, el horario será fijado en cada caso por el Jefe del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, atendiendo siempre a las exigencias de la demanda. Tanto el horario como sus modificaciones serán publicados en las puertas de los mercados públicos.

Se prohíbe al público permanecer en el interior de los mercados después de la hora de cierre. Los comerciantes que realicen sus actividades dentro de los edificios de los mercados públicos, podrán entrar una hora antes de la señalada y permanecer en su interior o volver a entrar al mercado, hasta dos horas después de la hora de cierre.

IV.- Tratándose de comerciantes ambulantes A, que utilizando vehículos para el ejercicio de sus actividades hagan funcionar como medio de propaganda magnavoces u otros aparatos fonoelectromecánicos, el horario será de las 9 a las 20 horas.

V.- No quedan sujetos a horario los ambulantes B.

VI.- Las accesorias que existan en el exterior de los edificios de los mercados públicos, así como el comercio no previsto en las fracciones anteriores, se sujetarán al horario establecido por el reglamento correspondiente.

Artículo 8º.- Se prohíbe colocar marquesinas, toldos, rótulos, cajones, canastos, huacales, jaulas, etc., que en cualquier forma obstaculicen el tránsito de los peatones, sea dentro o fuera de los mercados públicos.

Artículo 9º.- Se prohíbe el comercio de alcohol y bebidas alcohólicas en puestos permanentes o temporales, que funcionen en el interior o en el exterior de los mercados públicos. Quedan

incluidos dentro de esta prohibición, los vendedores ambulantes A, que utilicen por sistema vehiculos en el ejercicio de sus actividades comerciales.

Artículo 10.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, retirará de los puestos las mercancías que se encuentren en estado de descomposición, aun cuando el propietario de ellas manifieste no tenerlas para su venta.

Lo mismo se hará tratándose de mercancía abandonada, sea cual fuere su estado y naturaleza.

Artículo 11.- Se prohíbe la posesión o venta en los puestos a que este Reglamento se refiere, de materias inflamables o explosivas.

Las mercancías como cohetes, juegos pirotécnicos y demás similares, podrán expendirse en puestos temporales, pero solamente en las zonas que señale el Departamento de Mercados, quien, en todo caso, lo comunicará al Cuerpo de Bomberos.

Artículo 12.- Los comerciantes tendrán obligación de mantener aseados los puestos en que efectúen sus actividades comerciales. Esta obligación comprende también, en su caso, el exterior de los puestos dentro de un espacio de tres metros contados a partir de su límite frontal.

Artículo 13.- Los puestos deberán tener la forma, color y dimensiones que determine el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal.

Artículo 14.- Únicamente con autorización expresa del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, podrán realizarse trabajos de electricidad en los puestos, cuando la naturaleza de esos trabajos pueda causar algún daño.

Artículo 15.- Los comerciantes que obtengan el empadronamiento necesario para ejercer el comercio en puestos permanentes o temporales, están obligados a realizar dicho comercio en forma personal o por conducto de sus familiares, y solamente en casos justificados se les podrá autorizar para que, durante un período hasta de noventa días, tal actividad mercantil la realice otra persona, quien deberá actuar por cuenta del empadronado.

Artículo 16.- Corresponde al Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, hacer los estudios sobre la necesidad de construcción o reconstrucción de mercados públicos en el mismo Distrito.

Cuando se trate de obras de planificación, en que se incluya la construcción de mercados públicos, se estará a lo dispuesto en la Ley de Planificación y Zonificación del Distrito Federal.

Artículo 17.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, tendrá intervención en los proyectos de construcción y reconstrucción de nuevos mercados. En consecuencia, la Dirección General de Obras Públicas del Departamento del Distrito Federal, deberá someter a su consideración tales proyectos, a efecto de que el propio Departamento de Mercados emita opinión al respecto.

Artículo 18.- La administración de los servicios sociales que se presten en los mercados públicos, como guarderías infantiles, secciones médicas, etc., corresponderá al Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal.

Artículo 19.- Los convenios que celebre el Departamento de Mercados con el Banco del Pequeño Comercio del Distrito Federal, S.A. de C.V. deberán ajustarse a las disposiciones del presente Reglamento y de la Ley de Hacienda del Departamento del Distrito Federal.

Las disposiciones contenidas en tales convenios que en alguna forma se opongan a las de los citados ordenamientos legales, se tendrán como no puestas y no surtirán ningún efecto jurídico.

Previamente a la celebración de los citados convenios, el Departamento de Mercados los someterá al Departamento Legal de la Tesorería del Distrito Federal, a efecto de que dictamine sobre su procedencia.

Artículo 20.- La denominación de los giros y la propaganda comercial que hagan los comerciantes a que se refiere este Reglamento, deberá hacerse exclusivamente en idioma castellano y con apego a la moral y a las buenas costumbres.

Artículo 21.- Los comerciantes en animales vivos que se expendan en los mercados o en la vía pública, están obligados a procurar el menor sufrimiento posible a tales animales, evitando todo acto que se traduzca en maltrato. En consecuencia, queda prohibido que las aves y otros animales vivos sean transportados o colocados en los puestos con la cabeza hacia abajo, con las patas amarradas o las alas cruzadas, así como extraerles pluma, pelo y cerda, en cualquier forma que sea.

Mientras no sean vendidos los animales vivos, deberán permanecer en condiciones apropiadas e higiénicas y en todo caso se les tendrá en un lugar con sombra cuidándose de su debida

alimentación y necesidad de agua. Queda prohibido acudir a sistemas crueles para obtener un mayor precio en la venta de las aves, como el de "embucharlos", etc.

El sacrificio, tanto de las aves como de otros animales que sean vendidos en los mercados o en la vía pública, deberá hacerse mediante un procedimiento que les evite sufrimientos prolongados.

Artículo 22.- En ningún caso el cobro de los impuestos y productos de mercados legitimará la realización de actos que constituyan infracciones a las disposiciones de este Reglamento o a las de los Reglamentos de Policía y Buen Gobierno en vigor.

En consecuencia, aun cuando se esté al corriente en el pago de los impuestos y productos de que se trata, el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, podrá cancelar el empadronamiento que hubiese concedido, o trasladar o retirar un puesto, cuando así proceda por la naturaleza de la infracción cometida.

Artículo 23.- Los términos que establece el presente Reglamento se computarán por días hábiles.

Artículo 24.- A falta de disposición expresa en este Reglamento, se aplicarán supletoriamente los siguientes ordenamientos:

- I.- El Reglamento de la Policía Preventiva del Distrito Federal.
- II.- El Reglamento de Tránsito en el Distrito Federal.
- III.- El Código Sanitario de los Estados Unidos Mexicanos.
- IV.- El Reglamento de las Construcciones y de los Servicios Urbanos en el Distrito Federal.
- V.- El Derecho Civil y Mercantil, cuando exista analogía, identidad o mayoría de razón.

Artículo 25.- Para el debido cumplimiento del presente Reglamento, el Departamento de Mercados será auxiliado por las policías fiscal, Preventiva y de Tránsito del Distrito Federal.

CAPITULO II

Empadronamientos y cancelaciones

Artículo 26.- Los comerciantes permanentes y temporales, así como los ambulantes A, deberán

empadronarse para el ejercicio de sus actividades, en el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal.

Tratándose de los ambulantes B, éstos deberán registrarse en el mismo Departamento de Mercados, a efecto de que pueda tenerse un control de estos comerciantes.

Artículo 27.- Para obtener el empadronamiento a que se refiere el artículo anterior, se requiere:

I.- Presentar en el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, una solicitud en las formas aprobadas por la misma Tesorería, debiéndose asentar en ellas, de manera verídica y exacta, todos los datos que en dichas formas se exijan.

II.- Comprobar ser mexicano por nacimiento.

III.- Tener capacidad jurídica.

Artículo 28.- A la solicitud mencionada en el artículo anterior, se acompañará:

I.- Licencia de funcionamiento expedida por la Oficina de Licencias del Departamento del Distrito Federal, tratándose de giros reglamentados.

II.- Autorización sanitaria o tarjeta de salud, tratándose de comerciantes que para el ejercicio de sus actividades requieran dicha autorización de la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

III.- Tratándose de ambulantes A:

a).- Constancia expedida por la Jefatura de Policía del Distrito Federal, sobre los antecedentes del solicitante.

b).- Ficha dactiloscópica del mismo interesado expedida por la Jefatura de Policía del Distrito Federal.

IV.- Tres retratos del solicitante, tamaño credencial.

Artículo 29.- El Departamento de Mercados, dentro de los quince días siguientes a la fecha de recibo de la solicitud, negará el empadronamiento:

I.- Cuando no se cumpla con los requisitos que establecen los artículos 27 y 28.

II.- Cuando de la constancia de antecedentes que hubiese expedido la Jefatura de Policía del Distrito Federal, se llegue al conocimiento de que el solicitante ha cometido algún delito en contra de las personas en su patrimonio.

Artículo 30.- Dentro del mismo término a que se refiere el artículo anterior, el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal concederá el empadronamiento solicitado, cuando no se den ninguna de las causas de negativa que establece el mismo artículo anterior y expedirá la cédula respectiva.

Artículo 31.- El empadronamiento de los comerciantes permanentes deberá ser refrendado gratuitamente durante el mes de enero de cada año, siempre y cuando subsistan las circunstancias que fundaron ese empadronamiento.

Artículo 32.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, en ningún caso concederá al mismo comerciante más de una cédula de empadronamiento.

Artículo 33.- Los puestos permanentes o temporales, deberán destinarse totalmente al fin que se exprese en la cédula de empadronamiento respectiva y en ningún caso podrán ser utilizados como viviendas.

Artículo 34.- En igualdad de circunstancias, el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal dará preferencia a las solicitudes de empadronamiento para expender periódicos, revistas o libros, cuando el puesto de que se trate deba instalarse en la vía pública.

También se preferirán en igualdad de circunstancias las solicitudes de empadronamiento hechas por personas afectadas con incapacidad parcial permanente de trabajo, en los términos del artículo 289 de la Ley Federal del Trabajo.

CAPITULO III

Trasposos y cambios de giro

Artículo 35.- Los comerciantes a que se refiere este Reglamento, deberán solicitar por escrito al Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, autorización para traspasar sus derechos sobre las cédulas de empadronamiento que se les hubiese expedido, así como para cambiar el giro de las actividades mercantiles a que se hubieran venido dedicando.

Artículo 36.- Para obtener autorización de traspaso, se requiere:

I.- Presentar el cedente en el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, cuando menos quince días antes a la fecha en que deba realizarse el traspaso, una solicitud en las formas aprobadas por la propia Tesorería, debiéndose asentar en ellas, de manera verídica y exacta, todos los datos que en dicha forma se exijan.

II.- Comprobar que el cesionario tiene capacidad jurídica y que es mexicano por nacimiento.

La solicitud a que se refiere la fracción I de este artículo, deberá ser firmada por el cedente y por el cesionario.

Artículo 37.- A la solicitud de traspaso se acompañará:

I.- La cédula de empadronamiento expedida al cedente por el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal.

II.- Si se trata de giros reglamentados, licencia de funcionamiento expedida por la Oficina de Licencias del Departamento del Distrito Federal, en que conste que esta dependencia previamente aceptó el traspaso solicitado.

III.- Autorización sanitaria o tarjeta de salud, tratándose de comerciantes que para el ejercicio de sus actividades requieran dicha autorización de la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

IV.- Constancia de no adeudo del impuesto federal sobre ingresos mercantiles, tratándose de causantes de este tributo.

V.- Constancia de no adeudo del Banco del Pequeño Comercio del Distrito Federal, S.A. de C.V.

VI.- Tres retratos de cesionario, tamaño credencial.

Artículo 38.- Tratándose de cambios de giro, se deberán cumplir los requisitos establecidos en los artículos 36 fracción I y 37 del presente Reglamento.

Artículo 39.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, autorizará el traspaso o cambio de giro solicitado, cuando se cumplan los requisitos que establecen los artículos

36 y 37, en cuyo caso expedirá la cédula de empadronamiento correspondiente, si se trata de traspaso, o modificará la ya expedida, si se trata de cambio de giro.

En caso contrario, negará la autorización solicitada.

Artículo 40.- Para los efectos de este Reglamento serán nulos los traspasos o cambios de giro realizados sin que previamente se hubiese obtenido la autorización correspondiente.

Artículo 41.- Tratándose del traslado de dominio de los puestos por fallecimiento del propietario, la solicitud de cambio de nombre de la cédula de empadronamiento, deberá hacerse al Departamento Legal de la Tesorería del Distrito Federal. Esta solicitud se hará por escrito y a ella se acompañará:

I.- Copia certificada del acta de defunción del autor de la sucesión.

II.- Comprobación de los derechos sucesorios cuyo reconocimiento se pida.

III.- De ser posible, la cédula de empadronamiento que hubiese expedido a favor del fallecido el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal.

IV.- Tratándose de incapaces, quien promueva por ellos deberá presentar los documentos que acrediten su legal representación.

Artículo 42.- El Departamento Legal autorizará el cambio de nombre dentro de los quince días siguientes a la fecha de recibo de la solicitud, o dentro del mismo término notificará al interesado o a su representante, la negativa de la autorización y las razones en que la funde.

En cualquier caso, la resolución será notificada desde luego al Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal.

Artículo 43.- Contra de las resoluciones del Departamento Legal de la Tesorería del Distrito Federal que autorice el cambio de nombre en los términos del artículo anterior, no procederá ningún recurso administrativo.

Artículo 44.- Si al hacerse la solicitud de cambio de nombre de la cédula de empadronamiento por causa de fallecimiento del empadronado, se suscitara alguna controversia entre el solicitante y otra

persona que también alegue derechos sucesorios, la tramitación se suspenderá de plano y los interesados deberán ajustarse a lo dispuesto en el capítulo VII de este Reglamento.

Artículo 45.- Se prohíbe el arriendo y subarriendo de los puestos permanentes o temporales.

CAPITULO IV Puestos ubicados en mercados públicos

Artículo 46.- En el interior de los mercados públicos queda prohibido:

- I.- El establecimiento de puestos en que se realice el comercio de alcohol, bebidas alcohólicas, cerveza, pulque, etcétera, así como fierro viejo, jarcia, medicinas de patente, materias inflamables o explosivas y, en general, todo comercio que no se refiera a los artículos de primera necesidad.
- II.- La prestación de servicios, cualesquiera que éstos sean. No quedan comprendidas dentro de esta prohibición las fondas en que se sirvan comidas.
- III.- Usar veladoras, velas y utensilios similares que puedan constituir un peligro para la seguridad del mercado.
- IV.- Hacer funcionar cualquier aparato de radio o fonoelectromecánico, como sinfonolas, rockolas, magnavoces, etc., a un volumen que origine molestias al público.
- V.- Alterar el orden público.

Artículo 47.- Cuando los comerciantes se retiren de sus puestos, deberán suspender el funcionamiento de radios, planchas eléctricas, tostadores eléctricos, radiadores, el servicio de alumbrado y, en general, de todos los utensilios que funcionen a base de combustibles y de fuerza eléctrica.

Solamente en el exterior de los puestos podrá dejarse conectada la instalación del servicio de alumbrado, que sea necesario para la seguridad de los mismos puestos.

Artículo 48.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal agrupará a los puestos dentro de cada mercado público, de acuerdo con las diferentes actividades mercantiles que se desarrollen en ellos.

Artículo 49.- Los comerciantes deberán proteger debidamente sus mercancías.

Cuando los vigilantes del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal descubran que la mercancía en algún puesto no ha sido protegida, tomarán las medidas adecuadas para su aseguramiento, y dicha mercancía quedará a disposición de su propietario a primera hora hábil del siguiente día, en cuyo acto intervendrá el jefe de zona respectivo.

Artículo 50.- La prestación dentro de los mercados públicos del servicio de refrigeración en cámaras especiales, y la prestación, dentro o fuera de los propios mercados del servicio de sanitarios, corresponderá al Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal; pero éste podrá delegar su competencia a favor de particulares, cuando el Departamento del Distrito Federal les otorgue concesión, en cuyo caso deberán otorgar fianza suficiente a favor del mismo Departamento del Distrito Federal, que garantice la debida prestación del servicio.

En igualdad de condiciones se dará preferencia a las solicitudes formuladas por las asociaciones de comerciantes a que se refiere el capítulo VI de este Reglamento y por las asociaciones de crédito de comerciantes en pequeño, organizadas por el Banco del Pequeño Comercio del Distrito Federal, S.A. de C.V.

Artículo 51.- Los concesionarios del servicio público de refrigeración prestado en cámaras especiales, deberán notificar al Jefe de Zona respectivo y al Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, cualquier desperfecto o deficiencia que ocurra en el funcionamiento de tal servicio, dentro de las tres horas siguientes al momento en que se origine el desperfecto o deficiencia.

Artículo 52.- Los concesionarios del servicio público de sanitarios, deberán mantener este servicio en buenas condiciones higiénicas y materiales. Cualquier desperfecto o deficiencia que ocurra en su funcionamiento, deberá ser notificado al Jefe de Zona respectivo y al Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, dentro de las tres horas siguientes al momento en que se origine el desperfecto o deficiencia.

Artículo 53.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, podrá conceder el uso o goce temporal de las accesorias que existan en el exterior de los mercados públicos, mediante contratos-concesión que celebre con los comerciantes.

Artículo 54.- El término de la vigencia de los contratos-concesión será de un año forzoso para el concesionario, y solamente cuando éste hubiese cumplido debidamente tanto con las cláusulas del contrato-concesión, como con las disposiciones de este Reglamento, dicho contrato podrá ser renovado por un año más, en cuyo caso también deberá renovarse la fianza que el concesionario hubiese otorgado como garantía del cumplimiento de sus obligaciones. Lo mismo se hará en los años siguientes al segundo.

Artículo 55.- Para la renovación de los contratos-concesión, los interesados deberán solicitar al Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal dicha renovación.

La solicitud deberá formularse usándose las formas oficiales que el propio Departamento de Mercados expida, y se presentará cuando menos treinta días antes de la fecha en que la vigencia del contrato deba terminar.

Artículo 56.- Los comerciantes que deseen celebrar con el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal un contrato-concesión, en los términos de los artículos anteriores, deberán cumplir con los requisitos siguientes:

I.- Presentar una solicitud al Departamento de Mercados en las formas oficiales correspondientes en las que se anotarán, de manera verídica y exacta, los datos que en dichas formas se exijan.

II.- Comprobar ser mexicano por nacimiento.

III.- Tener capacidad jurídica.

Artículo 57.- Es requisito indispensable para que el Departamento otorgue un contrato-concesión, que el concesionario dé fianza de compañía autorizada que garantice suficientemente el cumplimiento de las cláusulas del contrato, o que deposite en la Nacional Financiera, S.A., el importe de un mes de renta.

Tanto la fianza como el depósito deberán hacerse a favor de la Tesorería del Distrito Federal.

Artículo 58.- Se prohíbe el subarriendo de las accesorias cuyo uso o goce hubiese sido concedido mediante contrato- concesión.

Artículo 59.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal rescindiré administrativamente los contratos-concesión, por las causas y en los términos que en ellos se estipulen.

Artículo 60.- Siendo productos fiscales en los términos del título XII de la Ley de Hacienda del Departamento del Distrito Federal, las rentas de las accesorias que existan en el exterior de los mercados públicos, la Tesorería del Distrito Federal deberá cobrarlas por medio del procedimiento de ejecución fiscal que establece el título XXVII de la propia Ley, con total inhibición de las autoridades judiciales y de cualesquiera otras.

Artículo 61.- Toda mejora, cualquiera que ésta sea, que haga el concesionario en la accesoria objeto del contrato, quedará a beneficio del Departamento del Distrito Federal.

Artículo 62.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, también podrá conceder a los comerciantes a que este Reglamento se refiere, el uso o goce de las vitrinas, con o sin refrigeración, propiedad del Departamento del Distrito Federal, en cuyo caso serán aplicables todas las disposiciones que se refieran a los contratos-concesión mencionadas en los artículos anteriores.

CAPITULO V

Puestos Ubicados Fuera de los Mercados Públicos

Artículo 63.- Solamente en las Zonas de Mercados a que se refiere este Reglamento, podrán instalarse puestos permanentes o temporales, siempre y cuando no constituyan un estorbo:

I.- Para el tránsito de los peatones en las banquetas.

II.- Para el tránsito de los vehículos en los arroyos.

III.- Para la prestación y uso de los servicios públicos como bomberos, drenaje, aguas potables, transporte, electricidad, teléfonos, etc.

Artículo 64.- Se declara de interés público la distribución y venta en la vía pública, de periódicos, revistas y libros que no constituyan un ataque a la moral.

Los puestos en que se realice esa distribución y venta, podrán instalarse en las vías públicas que estén fuera de las Zonas de Mercados, pero en ningún caso podrán constituir un estorbo de los mencionados en el artículo anterior, debiendo instalarse de manera que la distancia más próxima al vértice de las esquinas sea de tres metros, como mínimo.

Artículo 65.- Se prohíbe la instalación de puestos, permanentes o temporales:

I.- Frente a los cuarteles.

II.- Frente a los edificios de bomberos.

III.- Frente a los edificios de los planteles educativos, sean oficiales o particulares.

IV.- Frente a los edificios que constituyan centros de trabajo, sean oficiales o particulares.

V.- Frente a los templos religiosos.

VI.- Frente a las puertas que den acceso a los mercados públicos.

VII.- A una distancia menor de diez metros de las puertas de pulquerías, piqueras y demás centros de vicio, tratándose de puestos en que se expendan fritangas y demás comestibles similares.

VIII.- En los camellones de las vías públicas.

IX.- En los prados de vías y parques públicos.

Artículo 66.- Se prohíbe hacer trabajos de instalación o reparación, cualesquiera que éstos sean, en vehículos, refrigeradores, estufas, etc., así como trabajos de carpintería, hojalatería, herrería, pintura, etc., en la vía pública, aun cuando no constituyan un estorbo para el tránsito de peatones y de vehículos.

Asimismo, se prohíbe la prestación del servicio de bojería, cuando estorbe el tránsito de peatones en la vía pública.

Artículo 67.- Se declara de interés público el retiro de puestos cuya instalación viole lo dispuesto en este Reglamento.

Artículo 68.- Cuando un puesto sea retirado del lugar en que se encuentre por violar las disposiciones del presente Reglamento y sean remitidos, tanto el material de su construcción, como las mercancías que en él hubiese, al local correspondiente del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, su propietario tendrá un plazo de diez días para recoger dicho material y mercancías. Si transcurrido este plazo no se recogieran tales bienes, éstos se considerarán abandonados, procediéndose a su remate inmediato de acuerdo con lo dispuesto en el título XXVII de la Ley de Hacienda del Departamento del Distrito Federal, aplicándose el producto a favor de la misma Hacienda Pública del Departamento del Distrito Federal. Cuando se trate de mercancías de fácil descomposición o de animales vivos, dentro de las veinticuatro horas siguientes al retiro del puesto, el Departamento de Mercados procederá a su inmediato remate y, en caso de que no hubiera postores en la única almoneda que se efectúe, los adjudicará a favor de la citada Hacienda Pública del Departamento del Distrito Federal, ordenando que se remitan desde luego a las instituciones benéficas dependientes de dicho Departamento del Distrito Federal.

En ningún caso, la aplicación de multas impedirá la devolución de los bienes recogidos, siempre y cuando no hubiesen sido embargados conforme a lo dispuesto en el citado Título XXVII de la Ley de Hacienda Local.

Artículo 69.- Para los efectos de este Reglamento, los límites de la zona denominada "Primer Cuadro de la Ciudad", son las calles siguientes:

Por el lado norte:

Mina, Belisario Domínguez y Venezuela.

Por el lado sur:

República del Salvador y Ayuntamiento.

Por el lado oriente:

Carmen y Correo Mayor.

Por el lado poniente:

Bucareli y Rosales.

Artículo 70.- Cuando el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal hubiese concedido cédula de empadronamiento para que un puesto pueda instalarse en la vía pública comprendida dentro de una Zona de Mercados, por no constituir un estorbo para el tránsito de peatones o de vehículos, o por no estar colocado frente a los edificios o giros mercantiles a que se

refiere el artículo 65 de este Reglamento, dicho puesto deberá instalarse de modo que la distancia más próxima al vértice de la esquina de la calle sea de diez metros, como mínimo.

Artículo 71.- La prestación en la vía pública de servicio de tribunas o asientos, corresponderá al Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, pero éste podrá delegar su competencia a favor de particulares cuando el Departamento del Distrito Federal les otorgue concesión para ese efecto, en cuyo caso deberán otorgar fianza de compañía autorizada que sea suficiente para garantizar la debida prestación del servicio y el pago del impuesto sobre diversiones y espectáculos públicos.

Artículo 72.- La venta ambulante de animales vivos no podrá hacerse en la vía pública del "Primer Cuadro de la Ciudad".

Artículo 73.- Los comerciantes ambulantes A, que por sistema utilicen vehículos para el ejercicio de sus actividades, no podrán permanecer estacionados con tales vehículos, en la misma calle o en la misma esquina durante más de treinta minutos.

No quedan incluidos dentro de esta disposición los comerciantes que principalmente expendan artículos de primera necesidad.

Artículo 74.- Cuando los comerciantes a que se refiere el artículo anterior utilicen como medio de propaganda magnavoces y otros aparatos fonoelectromecánicos, deberán hacer funcionar estos aparatos de modo que el volumen del sonido no constituya una molestia para el público.

Artículo 75.- El volumen de sonido de los aparatos fonoelectromecánicos que se hagan funcionar en las carpas, circos, juegos recreativos y juegos permitidos, será regulado de manera que no constituya una molestia para el público.

Artículo 76.- Cuando hubiera necesidad de efectuar obras de construcción, reconstrucción o de conservación, relativas a servicios públicos, serán removidos los puestos que en cualquier forma obstaculicen la ejecución de esas obras.

El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, fijará los lugares a que esos puestos deban ser trasladados de manera transitoria, y si una vez terminadas las obras públicas fuera posible la reinstalación de los puestos en el mismo lugar que ocupan, esto se hará desde luego. Si la reinstalación no fuera posible por constituir un estorbo al tránsito de peatones o de vehículos, el Departamento de Mercados deberá señalar un nuevo sitio en que deban ser

trasiadados en definitiva los puestos.

Para los efectos de este artículo, la dependencia oficial correspondiente y, en su caso, la empresa particular que preste el servicio público de que se trate, deberán manifestar al Departamento de Mercados, con una anticipación de quince días, la fecha en que vayan a iniciarse las obras.

CAPITULO VI

Asociaciones de Comerciantes

Artículo 77.- Los comerciantes a que se refiere este Reglamento podrán organizarse en asociaciones.

Estas asociaciones serán reconocidas por el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal cuando el número de asociados sea de cien, como mínimo.

Artículo 78.- En la asamblea en que se acuerde la constitución de una asociación de comerciantes deberá intervenir un notario público del Distrito Federal, quien dará fe de que en dicha asamblea se ha respetado la voluntad mayoritaria de los comerciantes y, en general, observado las disposiciones legales relativas.

Artículo 79.- Las asociaciones de comerciantes deberán inscribirse en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio y en la Dirección de Gobernación del Departamento del Distrito Federal. Este registro se hará del conocimiento del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, en el cual se llevará un libro especial en que, además del registro, se anote una síntesis del acta en que se hubiera hecho constar la constitución de la asociación. En el mismo Departamento de Mercados se llevará un expediente para cada asociación que se abrirá con las copias del acta constitutiva y de los estatutos respectivos.

Artículo 80.- Las asociaciones deberán colaborar con el Departamento de Mercados para el debido cumplimiento de las disposiciones de este Reglamento y la Ley de Hacienda del Departamento del Distrito Federal.

Artículo 81.- Las asociaciones de comerciantes podrán constituirse en federaciones y éstas, a su vez, en confederaciones.

Para la constitución de una federación será necesario que se integre con veinte asociaciones de comerciantes, como mínimo. Tratándose de confederaciones, éstas serán reconocidas por el

Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, si se aprueba que fueron constituidas legalmente.

CAPITULO VII

Resolución de Controversias

Artículo 82.- Las controversias que se susciten entre dos o más personas por atribuirse derechos sobre una misma cédula de empadronamiento que hubiese expedido el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, serán resueltas por el Departamento Legal de la misma Tesorería, a solicitud escrita de cualesquiera de los interesados.

Artículo 83.- La solicitud a que se refiere el artículo anterior, deberá presentarse por quintuplicado en el Departamento Legal de la Tesorería del Distrito Federal y contener los siguientes requisitos:

I.- Nombre y domicilio del solicitante.

II.- Nombre y domicilio de la otra parte o partes que intervengan en la controversia.

III.- Razones en que el solicitante funde su derecho.

IV.- Pruebas que ofrezca o presente.

Artículo 84.- Presentada la solicitud para que el Departamento Legal de la Tesorería del Distrito Federal conozca de la controversia y la resuelva, este mismo organismo, dentro de un término de cinco días siguientes a la fecha de presentación, proveerá sobre si ha de admitirse, aclararse o desecharse.

Artículo 85.- Admitida la solicitud, el Departamento Legal de la Tesorería del Distrito Federal, fijará día y hora para la celebración de una audiencia oral que deberá verificarse dentro de los quince días siguientes a la fecha de admisión. Asimismo, correrá traslado del escrito en que sea planteada la controversia a la parte o partes interesadas, requiriéndolas para que, en un término de diez días siguientes a la fecha del traslado, promuevan por escrito ante el propio Departamento Legal lo que a sus intereses conviniese. En este escrito deberá hacerse el ofrecimiento de pruebas.

Artículo 86.- No se admitirán las pruebas cuando no hubieran sido ofrecidas en los escritos iniciales de las partes en conflicto, o cuando, ofrecidas, se hubieran aportado después de la hora fijada para la celebración de la audiencia.

Artículo 87.- En la audiencia se desahogarán las pruebas ofrecidas, se oirán los alegatos que formulen las partes y se dictará la resolución respectiva. Esta resolución se pronunciará aun cuando no comparezca ninguna de las partes a la audiencia.

En cualquier tiempo anterior a la fecha en que debe dictarse la resolución, el Departamento Legal de la Tesorería del Distrito Federal podrá, si así lo estimase necesario, recabar toda clase de datos que pudieran aclarar los puntos controvertidos.

Artículo 88.- Las resoluciones que dicte el Departamento Legal de la Tesorería del Distrito Federal, en los casos de las controversias a que se refiere este capítulo, se fundarán en las normas jurídicas aplicables al caso conocido y se considerarán todos los puntos controvertidos.

Para los efectos de los artículos anteriores y que corresponden a este capítulo, se aplicará supletoriamente el Código de Procedimientos Civiles para el Distrito y Territorios Federales.

Artículo 89.- Contra de las Resoluciones que dicte el Departamento Legal de Tesorería del Distrito Federal, no procederá ningún recurso y tanto las partes interesadas como el Departamento de Mercados de la Tesorería del mismo Distrito, estarán obligados a cumplirlas.

Artículo 90.- Contra de los actos del Departamento de Mercados que no sean de naturaleza fiscal, procederá el recurso de reconsideración, a menos que se trate de actos emitidos en cumplimiento de sentencias dictadas por tribunales o de resoluciones emitidas por el Departamento Legal de la misma Tesorería, pues en este caso no procederá dicho recurso de reconsideración.

Tratándose de la imposición de multas que fija este Reglamento, las inconformidades deberán presentarse ante la Junta Revisora de Multas del Departamento del Distrito Federal.

Artículo 91.- El recurso de reconsideración que establece el artículo anterior, deberá promoverse por escrito ante el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, dentro de un plazo de quince días contados a partir del día siguiente en que se hubiera notificado el acto contra del cual proceda el recurso, o bien del siguiente día a la fecha en que el interesado se haga sabedor de ese acto. Si se tratara de actos materiales que no requieran notificación, el recurso se interpondrá dentro del mismo término que se contará a partir del siguiente día en que se hubiera realizado ese acto.

Artículo 92.- En el escrito en que se interponga el recurso de reconsideración se hará constar:

I.- El nombre y domicilio del recurrente.

II.- El acto que impugna.

III.- La autoridad que hubiese realizado el acto recurrido que en todo caso deberá depender del Departamento de Mercados.

IV.- La fecha en que el recurrente hubiera recibido la notificación del acto impugnado. Tratándose de actos que por su naturaleza no requieran de notificación, la fecha en que hubieran sido realizados.

V.- Las razones en que se funde la inconformidad.

VI.- Las pruebas que ofrezca o presente.

Artículo 93.- Si el recurso se interpone dentro del término señalado por el artículo 91, el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, le dará entrada. En caso contrario, lo desechará.

Cuando el interesado hubiese omitido en su escrito alguno de los requisitos que establece el artículo 92, se le concederá un plazo de cinco días para que subsane la omisión u omisiones. Transcurrido este plazo sin que se cumpla con el requerimiento, se desechará de plano el recurso. También se desechará sin más trámite este recurso, cuando el acto impugnado se atribuya a una autoridad distinta del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, o cuando el acto sea de naturaleza fiscal.

Artículo 94.- Admitido el recurso, el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal fijará día y hora para la celebración de una audiencia oral que deberá verificarse dentro de los quince días siguientes a la fecha de admisión.

El auto de admisión del recurso será notificado al recurrente por correo al domicilio que hubiese señalado.

Artículo 95.- En la audiencia a que se refiere el artículo anterior, se desahogarán las pruebas ofrecidas, se oírán los alegatos que formule el recurrente y se dictará la resolución respectiva, aun cuando el mismo interesado no comparezca a la audiencia.

En cualquier tiempo anterior a la fecha en que deba dictarse la resolución, el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal podrá, si así lo estimase necesario, recabar toda clase de datos que pudieren aclarar los actos materia del recurso.

Artículo 96.- Contra las resoluciones que dicte el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal en el recurso de reconsideración, no procederá ningún otro recurso administrativo.

CAPITULO VIII

Sanciones

Artículo 97.- Las infracciones a este Reglamento serán sancionadas como sigue:

I.- Multa de cinco a doscientos cincuenta pesos.

II.- Retiro de los puestos, marquesinas, toldos, rótulos, cajones, canastos, huacales, jaulas, etc.

III.- Cancelación definitiva de la cédula de empadronamiento y, por tanto, clausura del negocio, en su caso.

IV.- Si la falta es grave, el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal ordenará el arresto administrativo hasta por quince días, en la cárcel de la ciudad, en los términos del artículo 100 de este Reglamento.

Artículo 98.- Las sanciones a que se refiere el artículo anterior, se aplicarán tomando en consideración las circunstancias siguientes:

I.- Gravedad de la infracción.

II.- Reincidencia en la infracción.

III.- Condiciones personales y económicas del infractor.

Artículo 99.- Para los efectos de este Reglamento, se considerará reincidente al infractor que en un término de treinta días cometa más de dos veces la misma infracción.

Artículo 100.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, así como la Dirección General de Tránsito y Transportes y la Jefatura de Policía, del Departamento del Distrito Federal, ordenarán el arresto administrativo en la Cárcel de la Ciudad:

- I.- De las personas que distribuyan, vendan o expongan al público, de cualquiera manera que sea, escritos, folletos, impresos, canciones, grabados, libros, imágenes, películas, anuncios, tarjetas y otros paneles o figuras, pinturas, dibujos o litografiados de carácter obscenos o que representen actos lúbricos, etc.
- II.- De los vagos, limosneros, alcohólicos y demás individuos viciosos, que en cualquiera forma obstaculicen el comercio a que se refiere este Reglamento o den mal aspecto a los mercados públicos.
- III.- De los cirqueros ambulantes o músicos que actúen en el "Primer Cuadro de la Ciudad" y estorben el tránsito de los peatones o de los vehículos.
- IV.- De quienes, con el pretexto de prestar servicios al público, como de limpieza de la carrocería de automóviles o del calzado de los peatones, se sitúen en la vía pública y estorben el tránsito de los vehículos y de los peatones.
- V.- De las personas que ejercitando el comercio causen daños a los transeúntes con los objetos o materias que expendan, como formadores de pompas de jabón, cohetes, cigarros explosivos, etc.

Artículo 101.- Las sanciones impuestas de acuerdo con este Reglamento, serán sin perjuicio de las penas que las autoridades respectivas deban aplicar por la comisión de delitos.

TRANSITORIOS

Artículo Primero.- Se derogan todas las disposiciones gubernativas expedidas con anterioridad a la fecha de publicación de este Reglamento, que en cualquier forma se opongan a las disposiciones de este mismo Reglamento.

Artículo Segundo.- Las funciones gubernativas y administrativas en materia de mercados y del comercio fijo, semifijo y ambulantes en el Distrito Federal, que correspondían a la Oficina de Inspección Fiscal de la Contraloría General del Departamento del Distrito Federal, quedarán atribuidas al Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, a partir de la fecha de

publicación de este Reglamento. En consecuencia, todos los asuntos de esta naturaleza pendientes de trámite o en trámite en la citada Oficina de Inspección Fiscal deberán turnarse al Departamento de Mercados en un plazo de sesenta días que se contarán a partir de la misma fecha de publicación de este Reglamento.

Artículo Tercero.- La supervisión del funcionamiento de los mercados públicos continuará a cargo de la Contraloría General del Departamento del Distrito Federal, de acuerdo con las atribuciones que le competen a este organismo.

Artículo Cuarto.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, procederá desde luego a la revisión del funcionamiento de los puestos fijos o semifijos y de los comerciantes ambulantes A, a efecto de completar y ajustar el Padrón que en los términos del Título XII de la Ley de Hacienda del Departamento del Distrito Federal, se lleva en la misma dependencia

Artículo Quinto.- El mismo Departamento de Mercados cancelará las cédulas de empadronamiento que excedan de una y que hubiese expedido a un solo comerciante. En este caso, el interesado decidirá con cuál cédula desea seguir ejerciendo el comercio.

Artículo Sexto.- Las cédulas de empadronamiento, así como las solicitudes de traspasos y cambios de giro, que en la fecha de publicación de este Reglamento estén en trámite, deberán ajustarse a las disposiciones del mismo Reglamento.

Artículo Séptimo.- Tratándose del traslado de dominio de los puestos por fallecimiento del propietario, las solicitudes de cambio de nombre que se hubiesen presentado en el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, con anterioridad a la publicación de este Reglamento, continuarán tramitándose en el mismo Departamento de Mercados.

Artículo Octavo.- No serán aplicables las disposiciones de este Reglamento a las inconformidades presentadas ante el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal con anterioridad a la fecha de publicación de este Reglamento, y que no hubieran sido resueltas en la misma fecha.

Artículo Noveno.- Los comerciantes en puestos fijos o semifijos, así como los ambulantes que hubiesen venido realizando sus actividades con anterioridad a la fecha de publicación de este Reglamento, tendrán un plazo hasta de seis meses contados a partir de la citada fecha, para ajustarse a las disposiciones del mismo Reglamento.

Artículo Décimo.- El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal dará preferencia a los comerciantes fijos o semifijos que con anterioridad a la fecha de publicación de este Reglamento, hubiesen venido realizando el comercio en puestos ubicados en la vía pública frente a los mercados públicos y que constituyan un estorbo en los términos del artículo 63 de este Reglamento o que no constituyéndolo, violen lo dispuesto en el artículo 65 del mismo ordenamiento, para que ocupen los lugares que por cualquier causa quedaren vacantes definitivamente dentro del edificio del mercado público frente al cual se encuentren los puestos de que se trate, o para que se instalen en los edificios de los mercados públicos que en el futuro se construyan.

Artículo Decimoprimer.- Se concede un plazo de seis meses a las asociaciones de comerciantes a que se refiere este Reglamento, que no se encuentren registradas en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio y en la Dirección de Gobernación del Departamento del Distrito Federal, para que inicien sus gestiones de inscripción en estas dependencias.

Artículo Decimosegundo.- El incumplimiento a los artículos transitorios anteriores, será sancionado de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 97 de este Reglamento.

Artículo Decimotercero.- El presente Reglamento entrará en vigor a partir del siguiente día de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

De acuerdo con lo dispuesto en la fracción I del artículo 89 de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos, publíquese y cúmplase:

México, Distrito Federal, a siete de mayo de mil novecientos cincuenta y uno.- Miguel Alemán.-
Rúbrica.- El Jefe del Departamento del Distrito Federal, Fernando Casas Alemán.-Rúbrica.

CAPITULO IV

Propuesta de una nueva Ley de Mercados Públicos para el Distrito Federal

Debido a la caótica situación en la cual a caído la actividad económica en México a nivel popular y especialmente en lo que se refiere a la venta en los mercados públicos y el ambulante, la sustentante después de haber analizado el Reglamento vigente, propone un nuevo texto tendiente a regular de manera positiva y congruente la actividad de los comerciantes entre sí y de estos con la autoridad y el público consumidor.

Consideramos que cuanto antes hay que tomar las medidas necesarias para rescatar esta actividad que tan floreciente fue en épocas pasadas.

La Ley que se propone tiene como finalidad cumplir los siguientes objetivos:

- A. Brindar seguridad jurídica y regulación administrativa, favorecer la viabilidad económica de los centros de abasto popular, a través de disposiciones obligatorias y coactivas que permitan mejorar su operación y funcionamiento interno, y el establecimiento de zonas de protección comercial alrededor de los mercados públicos.
- B. Debido a la diferencia que existe entre los mercados públicos y los sistemas modernos de comercialización, que han sido el producto de una regulación que ya no atiende a los requerimientos actuales se requiere de modernizar a los mercados públicos a través de reformas substanciales en su marco normativo procurando darle un nuevo enfoque, organización, mayor libertad en sus prácticas de manejo comercial, democratización interna, mas y mejor comercio.
- C. Cambiar el actual esquema de operación de los mercados públicos, abrir nuevos causes que permitan ubicarlos en la etapa de modernización que el país esta llevando a cabo, transformándolos en empresas modernas eficientes y rentables a través de una normatividad vigente que atienda a las necesidades actuales del Distrito Federal.
- D. La transformación de la normatividad y funcionamiento de los mercados públicos, bajo criterios que conlleven a prácticas comerciales más eficientes, que permitan superar el atraso que presentan frente a los sistemas modernos de comercialización

Ley de Mercados Públicos para el Distrito Federal

Título Primero

Disposiciones Generales

Artículo 1.- La presente Ley es de orden público e interés general dentro del territorio del Distrito Federal; su objeto es regular el funcionamiento y operación de los mercados públicos.

Artículo 2.- El funcionamiento de los mercados públicos en el Distrito Federal constituye un servicio público cuya prestación corresponde a la Administración Pública del Distrito Federal. Dicho servicio será realizado en colaboración con particulares a través de las Delegaciones

Artículo 3.- Son sujetos de esta Ley las personas físicas que realicen la actividad comercial y de servicios en los mercados públicos.

Artículo 4.- Los mercados públicos asentados en inmuebles propiedad del Distrito Federal forman parte del patrimonio de éste, por lo que son inalienables, imprescriptibles, inembargables y no estarán sujetos a ningún gravamen o afectación de dominio.

Artículo 5.- Para los efectos de esta Ley se entiende por:

Mercado Público: El lugar que con tal carácter autorice el Gobierno del Distrito Federal, con la infraestructura e instalaciones para la actividad de abasto y comercialización al menudeo de productos y la prestación de servicios.

Local: El lugar o espacio físico de carácter permanente, destinado en el mercado público, para que los locatarios desarrollen actividades comerciales y de servicios.

Áreas Comunes: Espacios destinados al uso común, tales como: accesos, pasillos, andenes, áreas de preparación, zonas de carga y descarga.

Áreas de Servicios Común: Los espacios abiertos o cerrados destinados a estacionamientos, depósitos de desechos sólidos, oficinas administrativas, sanitarios, centros de bienestar y desarrollo infantil y bodegas permanentes del mercado.

Cédula de empadronamiento: Documento que hace constar el acto administrativo que emite la Delegación correspondiente, para que una persona física pueda desarrollar en un local del mercado público, la actividad comercial.

Padrón: El registro de locatarios de cada mercado público que lleva la Delegación, y que deberá contener cuando menos los datos generales del locatario, la descripción de su local, el giro a que se dedica y el grupo de giros a que pertenece.

Locatario: Es la persona física, titular de los derechos otorgados en una cédula de empadronamiento.

Secretaría: A la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del Distrito Federal.

Delegación: A las Delegaciones del Distrito Federal en cuya demarcación se ubique el mercado público.

Tesorería: A la Tesorería del Gobierno del Distrito Federal.

Ley: A la Ley de Mercados Públicos para el Distrito Federal.

Artículo 6.- Corresponde a la Administración Pública del Distrito Federal por conducto de la Secretaría y las Delegaciones en el ámbito de sus respectivas atribuciones la aplicación de la Ley.

Título Segundo De las atribuciones

Capítulo I De la Secretaría de Desarrollo Económico

Artículo 7.- Corresponde a la Secretaría las siguientes atribuciones:

- I. Formular, diseñar y ejecutar los programas destinados al fomento y desarrollo comercial de los mercados públicos. Para tal efecto deberá incorporar a sus Programas Operativos Anuales las acciones necesarias para cumplir con ese fin.
- II. Diseñar y promover programas de capacitación administrativa, contable y de mercadeo, para que los locatarios adquieran conocimientos que les permitan mejorar su actividad comercial.
- III. Las demás que le confieran otros ordenamientos.

Artículo 8.- Para el diseño y formulación de los programas que se señalan en el artículo anterior, la Secretaría podrá consultar a los Comités Ejecutivos de los mercados públicos, a efecto de atender los requerimientos de los primeros.

Capítulo II De la Delegación

Artículo 9.- Corresponde a la Delegación, además de las que le confiere la Ley y otros ordenamientos, las siguientes atribuciones:

- I. Expedir, revocar, suspender, revalidar y modificar la cédula de empadronamiento.
- II. Aplicar las sanciones previstas en esta Ley.
- III. Elaborar y mantener actualizado el padrón de los mercados de la Delegación.
- IV. Autorizar la cesión de los derechos que ampara la cédula de empadronamiento.
- V. Autorizar los cambios y ampliaciones de giro en los casos que se cumplan los requisitos establecidos para tal efecto.
- VI. Designar al administrador de cada uno de los mercados públicos.
- VII. Autorizar el giro que se otorgue en cada cédula de empadronamiento, de acuerdo a lo dispuesto por la Ley.
- VIII. Nombrar un representante ante la Asamblea General de Locatarios.
- IX. Recibir copia de los acuerdos de la Asamblea General de Locatarios.
- X. Vigilar que se respeten las zonas de protección comercial establecidas en la Ley.
- XI. Autorizar la instalación temporal de puestos semifijos y comerciantes ambulantes en Ferias, Romerías y cualquier otro evento temporal, previo acuerdo del Comité Ejecutivo del Mercado.
- XII. Autorizar los horarios de operación de los mercados públicos.

XIII. Proveer los servicios públicos adecuados para el buen funcionamiento de los mercados públicos.

XIV. Llevar a cabo programas de publicidad del mercado.

XV.- Vigilar el cumplimiento de las disposiciones legales en los mercados públicos.

XVI.- Hacer los estudios sobre la necesidad de construcción o reconstrucción de mercados públicos.

Artículo 10.- La administración de los servicios sociales que se presten en los mercados públicos, como guarderías infantiles, secciones médicas, etc., corresponderá a la Delegación.

Titulo Tercero

De las cédulas de empadronamiento y de la revocación, de los derechos y obligaciones de los locatarios

Capítulo I

De las Cédulas de empadronamiento y de la revocación

Artículo 11.- Para obtener la cédula de empadronamiento se deberán reunir los siguientes requisitos:

I. Presentar la solicitud correspondiente debiéndose asentar en ella todos los datos que en dicha formas se exijan.

II. Ser de nacionalidad mexicana.

III. Tener capacidad jurídica

Artículo 12.- Las cédulas de empadronamiento que constituyen la base del padrón de locatarios, deberán contener los siguientes datos:

I. Fecha de expedición.

II: Datos generales del solicitante.

III. Ubicación del local dentro del mercado.

IV: Giro del local.

V. El número de locales que ampara.

VI: Compromiso del locatario de la Cédula de acatar las normas legales relativas al mercado y los acuerdos de las instancias de representación, administración y organización interna del mercado.

VII: Medidas y colindancias del local.

VIII: Domicilio para oír y recibir notificaciones.

IX.- Nombre del beneficiario de la cédula, en caso de fallecimiento de su titular, así como su domicilio particular.

Artículo 13.- Las cédulas de empadronamiento otorgadas en términos de la presente Ley podrán ser revocadas por la Delegación correspondiente, cuando:

I.- El locatario incumpla cualesquiera de las obligaciones fijadas en la propia cédula o en las disposiciones legales aplicables.

II.- Sea utilizada para fines distintos a los que la misma consigna.

III.- El locatario realice obras, trabajos o instalaciones no autorizadas por las autoridades correspondientes.

IV.- El locatario transmita los derechos de la cédula de empadronamiento, o el uso o aprovechamiento del local, contraviniendo a lo dispuesto por esta Ley.

V.- Desabastecer los locales injustificadamente.

VI.- Cerrar el local sin causa justificada por más de 30 días.

VII.- Arrendar o subarrendar el local.

VIII.- Vender mercancía prohibida.

Artículo 14.- La cédula de empadronamiento deberá ser refrendada cada año por la Delegación correspondiente, por lo que, los locatarios deberán acreditar encontrarse al corriente en el pago de los derechos por el uso y aprovechamiento de los locales asignados.

Capítulo II De los Derechos de los Locatarios

Artículo 15.- Son derechos de los locatarios de los mercados públicos los siguientes:

- I.- Recibir la cédula de empadronamiento con las especificaciones correctas de su local y el giro de que se trate.
- II.- Transmitir o ceder los derechos de uso que ampara su cédula de empadronamiento, previa autorización de la Delegación,
- III.- Utilizar el o los locales autorizados en su cédula de empadronamiento, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley.
- IV.- Utilizar las áreas comunes del mercado público
- V.- Remodelar y mejorar la imagen comercial de su local, siempre y cuando no afecte a terceros y no modifique la estructura o instalaciones de mercado público, con la aprobación del Comité Ejecutivo y previa autorización técnica y jurídica de la Delegación a la que informara del término de las acciones ejecutadas.
- VI.- Inconformarse de los actos que emitan las autoridades administrativas y que afecten sus derechos de acuerdo a lo dispuesto por la Ley.
- VII.- Participar en la Asamblea General de Locatarios.
- VIII.- Ser electo para desempeñar un cargo en el Comité Ejecutivo del Mercado al que pertenezca.
- IX.- Ser convocado a sesión ordinaria y extraordinaria de la Asamblea General o Comité Ejecutivo de acuerdo a lo dispuesto por esta Ley.

X.- Ausentarse hasta por 30 días de su local, previo aviso al Administrador, comunicando por escrito el nombre de la persona que atenderá el local durante su ausencia.

XI. Los locatarios podrán ingresar al mercado con una hora de anticipación al horario de servicio al público consumidor, y permanecer una hora después de la hora de cierre autorizada.

Artículo 16.- Un locatario tiene derecho a que se le asignen hasta tres locales en un mismo mercado público; en tal caso, la cédula de empadronamiento incluirá dicha disposición, indicando que los mismos deberán estar siempre unidos, colindantes y bajo el mismo giro.

Bajo ninguna circunstancia, un locatario podrá tener posesión de locales en más de un mercado público.

Capítulo III

De las obligaciones de los locatarios

Artículo 17.- Son obligaciones de los locatarios las siguientes:

I.- Estar empadronado y figurar en el padrón de locatarios del mercado.

II.- Destinar el local exclusivamente al fin que se señale en la cédula de empadronamiento.

III.- Hacer uso adecuado de las instalaciones del mercado.

IV.- Prestar en forma continua, uniforme, regular y permanente, el servicio de comercialización de productos o servicios, en los giros y términos autorizados en su cédula de empadronamiento.

V.- Ofrecer al público las mercancías ofertadas sin condicionar su venta a la compra de otras mercancías.

VI.- Respetar las áreas de uso común.

VII.- Mantener limpio y en buen estado su local, pasillos contiguos e inmediaciones

VIII.- Prestar el servicio con higiene en su persona y local.

IX.- Atender con amabilidad y diligencia al público consumidor.

- X.- Realizar puntualmente los pagos de las contribuciones que determine el Código Financiero del Distrito Federal.
- XI.- Acatar los acuerdos y determinaciones que emanen de la Asamblea General y del Comité Ejecutivo.
- XII.- Mantener en lugar visible del local la cédula de empadronamiento.
- XIII.- Utilizar las áreas de carga y descarga sólo en los horarios autorizados.
- XIV.- Tomar medidas oportunas para evitar la presencia de insectos y roedores.
- XV.- Los locatarios que comercialicen animales vivos deberán procurar el menor daño posible a éstos, evitando el maltrato; mientras los animales no sean vendidos deberán permanecer en condiciones higiénicas, con alimento y agua suficiente.
- XVI.- Coadyuvar en el mantenimiento del orden para la mejor convivencia dentro del mercado
- XVII.- Respetar los horarios autorizados de apertura y cierre del mercado.

Artículo 18.- Los comerciantes que obtengan la cédula de empadronamiento para ejercer el comercio, están obligados a realizar dicho comercio en forma personal o por conducto de sus familiares, y solamente en casos justificados se les podrá autorizar para que, durante un período hasta de treinta días, tal actividad mercantil la realice otra persona, quien deberá actuar por cuenta del empadronado.

Titulo Cuarto

De la organización interna del mercado publico

Capitulo I

De la organización de los locatarios

Artículo 19.- La organización de los locatarios del mercado público esta determinada por:

- I.- La Asamblea General de locatarios.
- II.- El Comité Ejecutivo.

Capítulo II De la Asamblea General

Artículo 20.- La Asamblea General se constituye por todos los titulares de las cédulas de empadronamiento de cada mercado.

Artículo 21.- La Asamblea General colaborará con el Comité Ejecutivo para vigilar el debido cumplimiento de las disposiciones de esta Ley, dirigiendo sus esfuerzos a proveer la superación comercial del mercado público.

Artículo 22.- La Asamblea General elegirá a los representantes de los grupos de giros.

Artículo 23.- La Asamblea General se reunirá en sesiones ordinarias por lo menos dos veces al año, y cuando la urgencia del asunto así lo amerite se podrá reunir en sesiones extraordinarias.

Artículo 24.- La convocatoria a una sesión ordinaria o extraordinaria de la Asamblea General, será hecha pública por lo menos con siete días naturales de anticipación por el Presidente del Comité Ejecutivo en funciones, en caso de las sesiones extraordinarias deberá convocarse al menos con 24 horas de anticipación.

En caso de que el Presidente en funciones no llevase a cabo la convocatoria en los términos anteriores, el cincuenta por ciento más uno de los miembros del Comité Ejecutivo podrá convocar a la sesión respectiva.

En caso de que ninguna de las dos instancias anteriores convocaren, podrá hacerlo el cincuenta por ciento más uno de los titulares de las cédulas de empadronamiento, de acuerdo a sus normas de operación y funcionamiento internos.

Artículo 25.- Habrá quórum para la celebración de las sesiones de la Asamblea General en primera convocatoria, con la asistencia del cincuenta por ciento más uno de los locatarios titulares de cada mercado público. Si transcurrido el término señalado para dar inicio a la Asamblea convocada no se reuniese el quórum correspondiente, el Presidente o, en su caso el Secretario del Comité Ejecutivo, procederá a hacer pública la segunda convocatoria para que en el término de 24 horas siguientes, se lleve a cabo la Asamblea General, sesión que se celebrará con los locatarios titulares que se encuentren presentes.

Artículo 26.- Los acuerdos tomados en asamblea general ordinaria o extraordinaria, serán válidos con el voto del cincuenta por ciento más uno de los locatarios presentes, y serán obligatorios para todos los locatarios del mercado público.

Artículo 27.- La ejecución y vigilancia de los acuerdos de la Asamblea General estarán a cargo del Comité Ejecutivo.

Artículo 28.- La Asamblea General de Locatarios tendrá las siguientes facultades:

- I.- Elegir al Comité Ejecutivo.
- II.- Remover a integrantes del Comité Ejecutivo, en caso de incumplimiento de sus funciones, conforme a lo establecido en esta Ley, en sus bases de organización y funcionamiento interno.
- III.- Aprobar el programa Anual de Trabajo del Comité Ejecutivo.
- IV.- Opinar sobre los esquemas de organización y funcionamiento del mercado.
- V.- Conocer y en su caso, aprobar el Informe Anual de Trabajo del año anterior del Comité Ejecutivo.
- VI.- Opinar sobre las prioridades en la realización de las obras para el mantenimiento, conservación y rehabilitación del mercado.
- VII.- Confirmar que el Administrador designado por la Delegación cumpla con los requerimientos establecidos por esta Ley.
- VIII.- Elaborar sus bases de organización y funcionamiento internos.
- IX.- Todas las demás inherentes a su naturaleza.

Capítulo III **Del Comité Ejecutivo**

Artículo 29.- El Comité Ejecutivo se integrará de la siguiente forma: un presidente, un secretario, un tesorero, y un vocal por cada giro que exista en el mercado con derecho a voz y voto, debiendo tener cada uno de ellos su respectivo suplente.

Para el caso de que el mercado se dedique a un sólo giro se establecerá la existencia de cuatro vocales como mínimo y diez como máximo tomando en cuenta el número de locatarios empadronados y registrados con su respectivo suplente.

El administrador del mercado público, funcionario que es designado por la Delegación correspondiente, participara en los trabajos del Comité Ejecutivo, con derecho a voz pero sin voto.

Artículo 30.- Los cargos de Presidente, Secretario, Tesorero y Vocales titulares y suplentes serán electos en Asamblea General, quienes durarán en su cargo dos años, sin poder reelegirse en el periodo inmediato posterior, salvo los suplentes que no hayan ejercido el cargo.

En caso de falta definitiva, por imposibilidad física, fuerza mayor, remoción del cargo, o sustitución de alguno o algunos de sus miembros será el secretario quien procederá a hacer del conocimiento de los demás miembros dicha circunstancia debiendo convocar al respectivo suplente en forma inmediata. Para el caso de quien faltare fuese el secretario la anterior obligación quedará a cargo del presidente.

El Presidente, el secretario y el tesorero se elegirán por medio de planillas y voto secreto y directo de cada locatario empadronado y registrado con su respectiva cédula en asamblea general.

Los vocales serán propuestos por los integrantes de cada grupo de giros, individualmente o por grupos y serán electos también en la asamblea general.

Artículo 31.- El Comité Ejecutivo sesionará por lo menos una vez al mes o cada vez que lo convoque por escrito el presidente o el secretario del mismo; igualmente se podrá convocar en calidad de sesión extraordinaria cuando se suscriba por escrito el interés de por lo menos el cincuenta por ciento de la totalidad de los miembros del Comité, el orden del día de los asuntos que se tratarán en la misma, se dará a conocer dos días hábiles antes de la sesión.

Artículo 32.- Las decisiones y acuerdos del Comité Ejecutivo, se tomarán por mayoría de votos de sus miembros presentes y en caso de empate el presidente tendrá voto de calidad. Para efecto de levantar acta de cada sesión ésta deberá ser signada por el presidente y secretario de la misma, de dicha acta se entregará copia a los miembros del Comité y al Administrador.

Artículo 33.- El secretario tendrá la obligación de comunicar por escrito a los locatarios, y a quien corresponda la atención y ejecución de las decisiones y acuerdos del Comité.

Artículo 34.- Para que las sesiones del Comité Ejecutivo se consideren legalmente instaladas, se requiere la concurrencia del presidente, y un mínimo del cincuenta por ciento del número total de integrantes del Comité.

En ausencia del Presidente del Comité Ejecutivo, será el secretario el que presida la sesión correspondiente.

Artículo 35.- Son facultades del Comité Ejecutivo:

- I.- Supervisar la asignación y entrega de los locales del mercado.
- II.- Conocer de la administración y operación del mercado.
- III.- Nombrar dentro de sus miembros y dentro de los integrantes de los grupos de giros a los integrantes de las comisiones o subcomisiones que considere necesarias para el cumplimiento de sus funciones, conforme a sus documentos básicos.
- IV.- Aprobar las propuestas de mantenimiento y mejoramiento del mercado para ser presentadas a la Delegación.
- V.- Conocer en general de los problemas que sean sometidos a su consideración por los locatarios con relación a la operación del mercado, y dictar los acuerdos que estime convenientes.
- VI.- Adoptar medidas tendientes a mejorar la operación y funcionamiento del mercado, siempre y cuando no se contravengan disposiciones aplicables.
- VII.- A analizar y opinar en acuerdo con el administrador, los cambios de giro que le sean propuestos procurando en todo tiempo conservar el equilibrio interno de los giros.
- VIII.- Recibir y firmar de conformidad las obras que se realicen en el mercado.
- IX.- Proponer ante las autoridades delegacionales las prioridades en la realización de obras, conservación y mejoramiento del mercado.
- X.- Proponer a la Delegación la instalación temporal de puestos semifijos y comerciantes ambulantes, ferias, romerías, etc.

XII.- Administrar los recursos distintos a las contribuciones.

XIII.- Desarrollar conjuntamente con la Secretaría, programas de fomento económico para el mejoramiento y desarrollo del mercado público.

Artículo 36.- Son obligaciones del Comité Ejecutivo:

I.- Ejecutar los acuerdos emanados de la Asamblea General de Locatarios,

II.- Sesionar ordinariamente por lo menos una vez al mes, o cada vez que sea convocado como se determina en el artículo 31,

III.- Apoyar a los locatarios en la tramitación, expedición, renovación de cédulas, permisos o licencias, ante la autoridad competente, así como llevar su registro y control.

IV.- Vigilar el cumplimiento de las normas aplicables, así como el desarrollo de los programas generales y específicos que emitan las autoridades competentes.

V.- Promover al interior del mercado público la organización interna de los locatarios para efectos de la modernización del mercado y del desarrollo de los esquemas de abaratamiento de los productos provenientes de las centrales de abasto o de organizaciones de productores para mejorar los precios al consumidor.

VI.- Dar aviso a la autoridad competente, cuando dentro del mercado existan prácticas tendientes a concentración, acaparamiento y especulación de productos.

VII.- Rendir semestralmente y al término de su gestión, los informes correspondientes a sus actividades. Debiendo difundir dicho informe en asamblea general a todos los locatarios empadronados.

VIII.- Coadyuvar con las autoridades competentes para evitar el comercio ambulante o informal, ya sea en el interior de las instalaciones del mercado o en la zona de protección del mismo.

IX.- Coadyuvar con las autoridades para el cumplimiento de la disciplina y medidas de seguridad que contribuyan al buen funcionamiento del mercado.

- X.- Servir de enlace entre las autoridades y los locatarios para resolver trámites y cuestiones de interés general para el mercado.
- XI.- Coadyuvar a la conservación y mantenimiento de las instalaciones del mercado, promoviendo las obras necesarias.
- XII.- Coadyuvar con el Administrador a fin de mantener actualizado el padrón de locatarios, a efecto de tener un control de locatarios y giros.
- XIII.- Promover la celebración periódica de campañas de abaratamiento de las mercancías que se expendan en los mercados, dándole la difusión correspondiente.
- XIV.- Recibir las quejas y sugerencias que le hagan llegar los usuarios del mercado resolviendo las que sean procedentes dentro de sus facultades y atribuciones o en su caso canalizarlas a la autoridad competente.
- XV.- Fomentar la aplicación de los ordenamientos en materia de seguridad y protección civil, así como el marco jurídico que tenga relación con la operación del mercado.
- XVI.- Informar sobre la aplicación de recursos económicos.

Capítulo IV Del administrador

Artículo 37.- En cada mercado público habrá un administrador el cual será designado por la Delegación correspondiente.

Artículo 38.- Requisitos para fungir como administrador de un mercado público:

- I.- Acreditar experiencia laboral de por lo menos tres años en actividades administrativas y contables.
- II.- Acreditar estudios mínimos de Técnico en Administración.

Artículo 39.- El administrador tendrá las siguientes atribuciones.

- I.- Llevar a cabo los actos relativos a la administración del mercado público de acuerdo con las disposiciones reglamentarias de la presente Ley
- II.- Dirigir, supervisar y controlar al personal de limpieza, vigilancia.
- III.- Inspeccionar periódicamente los locales y las áreas comunes para cerciorarse del estado que guardan, así como los equipos, maquinaria, útiles y enseres del mercado, a fin de tomar oportunamente las medidas que haya lugar para su mantenimiento y conservación, en coordinación con el Comité Ejecutivo.
- IV.- Recibir y registrar las quejas y sugerencias del público consumidor y en su caso canalizarlas a la autoridad competente.
- V.- Permanecer en las instalaciones del mercado durante los horarios y días de atención al público.
- VI.- Elaborar el acta correspondiente, por la sustracción o pérdida de cualquier activo de los mercados públicos y denunciar ante las autoridades competentes las conductas u omisiones que se susciten en los mismos.
- VII.- Supervisar las actividades del personal administrativo a su cargo, así como las relativas a los servicios de vigilancia y mantenimiento.
- VIII.- Registrar las ausencias justificadas e injustificadas de los locatarios y comunicarlas a la Asamblea de Locatarios.
- IX.- Reportar los desperfectos que requieren reparación en las áreas comunes y en casos urgentes, deberá informar inmediatamente a la Delegación correspondiente.
- X.- Proponer al Comité Ejecutivo las obras de mantenimiento, y remodelación de los Mercados Públicos.
- XI.- Recibir la documentación relacionada con las solicitudes de cédulas de empadronamiento, cambios de giro, etc. y presentarlas al Comité Ejecutivo y la Delegación para su autorización, en su caso.
- XII.- Aplicar las normas y lineamientos que establezca la Secretaría, relativas a la operación y funcionamiento del mercado.

XIII.- Rendir informe mensual sobre sus actividades a las autoridades Delegacionales.

XIV.- Llevar un control del padrón de locatarios, locales y giros que integren el mercado.

Titulo Quinto

La administración del Mercado Público

Artículo 40.- Los mercados públicos se administrarán de dos formas, por conducto de la Delegación y por autoadministración de locatarios.

Capitulo I

Administración por conducto de la Delegación

Artículo 41.- La administración de los recursos económicos de los mercados públicos corresponde al Gobierno del Distrito Federal, quien la realizará a través de las instancias que designe en concordancia con los ordenamientos legales aplicables.

Artículo 42.- Corresponde a la Tesorería del Distrito Federal, recibir los pagos correspondientes a través de cajas recaudadoras conforme a lo dispuesto por el Código Financiero del Distrito Federal, quien será la responsable de emitir los recibos correspondientes.

Capitulo II

Autoadministración

Artículo 43.- Los locatarios de un mercado público podrán adscribirse a los esquemas de autoadministración previstos en las disposiciones aplicables, para lo cual se requiere de la decisión de la Asamblea General, convocada para tal fin, así como de la autorización previa de la administración pública local para su funcionamiento.

Artículo 44.- Se establecen las normas y lineamientos para que las organizaciones de comerciantes y los locatarios de los mercados públicos del Distrito Federal, adopten voluntariamente el Sistema de Autoadministración de esos inmuebles, conforme a estas bases y a lo que al efecto determinen otras disposiciones legales aplicables a las actividades comerciales que se realizaran en los mismos.

Artículo 45.- Para los efectos de este ordenamiento, se entiende por Sistema de Auto Administración la responsabilidad que asumen las organizaciones de comerciantes de los mercados públicos del Distrito Federal, así como individualmente sus locatarios, con el objeto de participar en administrar los mercados, mantenerlos, repararlos, coadyuvar a su limpieza y vigilancia, prestar el servicio de sanitarios y proveer los fondos necesarios para aplicarlos a esos fines.

Artículo 46.- Para que se adopte el Sistema de Autoadministración en cada mercado público, se requiere autorización previa y por escrito que otorguen conjuntamente la Tesorería del Distrito Federal, la Delegación correspondiente del Distrito Federal, la Secretaría de Desarrollo Económico, a través de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución. En dicha autorización se establecerán las bases y condiciones específicas a que se sujetará la autoadministración del mercado.

Titulo Sexto

Capítulo I

De la Infraestructura del Mercado Público

Artículo 47.- La infraestructura básica con que deberán contar los mercados públicos es:

I.- Locales.

II.- Un mínimo de dos accesos para el público, mismos que deberán estar acondicionados para uso de discapacitados.

III.- Un mínimo de dos accesos exclusivos para la introducción de mercancías, los cuales deberán estar comunicados directamente a las zonas de carga y descarga.

IV.- Área de oficinas administrativas.

V.- Bodegas para el acopio de mercancías, mismas que deberán cumplir con las condiciones sanitarias y de higiene que señalen los reglamentos vigentes, de acuerdo con la naturaleza de las mercancías almacenadas.

VI.- En los mercados en los que se comercialicen productos cárnicos y mariscos, deberán contar con las condiciones sanitarias y de higiene que señalen los reglamentos vigentes.

VII.- Área de servicios sanitarios.

VIII.- Área de contenedores que posibilite el adecuado tratamiento de desechos sólidos, así como su reparación en biodegradables y no degradables.

IX.- Pasillo interiores para la circulación de los consumidores, como andenes para operaciones de carga y descarga.

X.- Báscula de repesaje para el servicio del consumidor.

XI.- Buzones para sugerencias y quejas del público consumidor.

Quando la superficie destinada al mercado público lo permita, se adicionará a la infraestructura cajones de estacionamiento, áreas de lavado de mercancías y recipientes, instalaciones adecuadas para estancias de bienestar y desarrollo infantil, instalaciones para lecherías populares, Instituciones Bancarias y las demás que por acuerdo de la Asamblea General y de la Delegación correspondiente se puedan desarrollar en beneficio de la comunidad. Para lo que se requerirá de acuerdos específicos de la administración pública con relación al espacio que ocupen.

Artículo 48.- Para su mejor funcionamiento y operación el mercado público podrá contar con:

I.- Equipo de sonido para asuntos de interés general

II.- Tableros para exponer avisos de interés para el público consumidor y locatarios.

III.- Y los demás que la Asamblea de Locatarios o el Comité Ejecutivo acuerden.

Artículo 49.- Las áreas de servicios comunes de los mercados públicos no podrán ser afectadas ni autorizadas, bajo ninguna circunstancia, para fines distintos a los expresamente señalados, excepto cuando se ejecuten las obras de modificación estructural del mercado que permitan su reubicación.

Capítulo II

De la protección civil

Artículo 50.- El mercado público para efectos de protección civil, deberá contar con lo siguiente:

I.- Área con servicios de primeros auxilios.

II.- Señalamiento para rutas de evacuación.

III.- Extinguidores para prevención de incendios.

Además de las anteriores, se deberán observar las disposiciones aplicables contenidas en la Ley de Protección Civil para el Distrito Federal y su Reglamento.

Artículo 51.- Los locales destinados a la preparación de alimentos deberán contar con tanque de gas estacionario de acuerdo con las normas que establecen las disposiciones aplicables.

Título Séptimo

Capítulo I

Puestos ubicados en mercados públicos

Artículo 52.- Los locales de los mercados públicos deberán cumplir con las normas vigentes de salubridad e higiene, así como los que se refieran a las instalaciones eléctricas hidráulicas y de suministro y extracción de gas, de acuerdo con la naturaleza de las mercancías comercializadas.

Las responsabilidades derivadas de la inobservancia a lo dispuesto por el presente artículo recaerán única y exclusivamente en el locatario.

Artículo 53.- Queda estrictamente prohibido el ejercicio del comercio ambulante en el interior de los mercados públicos.

Artículo 54.- Se prohíbe colocar marquesinas, toldos, rótulos, cajones, canastos, huacales, jaulas, etc., que en cualquier forma obstaculicen el tránsito de los peatones, sea dentro o fuera de los mercados públicos.

Artículo 55.- Los puestos deberán tener la forma, color y dimensiones que determine la Delegación.

Artículo 56.- Se prohíbe la posesión o venta de materias inflamables o explosivas.

Artículo 57.- Se prohíbe el comercio de alcohol y bebidas alcohólicas en puestos permanentes o temporales, que funcionen en el interior o en el exterior de los mercados públicos

Artículo 58.- La propaganda comercial que hagan los comerciantes a que se refiere esta Ley, deberá hacerse exclusivamente en idioma castellano y con apego a la moral y a las buenas costumbres.

Artículo 59.- En el interior de los mercados públicos queda prohibido:

I.- El establecimiento de puestos en que se realice el comercio de alcohol, bebidas alcohólicas, cerveza, pulque, etcétera, así como fierro viejo, jarcia, medicinas de patente, materias inflamables o explosivas y, en general, todo comercio que no se refiera a los artículos de primera necesidad.

II.- La prestación de servicios, cualesquiera que éstos sean. No quedan comprendidas dentro de esta prohibición las fondas en que se sirvan comidas.

III.- Usar veladoras, velas y utensilios similares que puedan constituir un peligro para la seguridad del mercado.

IV.- Hacer funcionar cualquier aparato de radio o fonoelectromecánico, como sinfonolas, rockolas, magnavoces, etc., a un volumen que origine molestias al público.

V.- Que el público consumidor permanecer en el interior de los mercados después de la hora de cierre

Artículo 60.- Cuando los comerciantes se retiren de sus puestos, deberán suspender el funcionamiento de radios, planchas eléctricas, tostadores eléctricos, radiadores, el servicio de alumbrado y, en general, de todos los utensilios que funcionen a base de combustibles y de fuerza eléctrica.

Solamente en el exterior de los puestos podrá dejarse conectada la instalación del servicio de alumbrado, que sea necesario para la seguridad de los mismos puestos.

Artículo 61.- Las Delegaciones agruparán los puestos dentro de cada mercado público, de acuerdo con las diferentes actividades mercantiles que se desarrollen en ellos.

Artículo 62.- Unicamente con autorización expresa de la Delegación correspondiente, podrán realizarse trabajos de electricidad en los puestos, cuando la naturaleza de esos trabajos pueda causar algún daño.

Capitulo II De los giros

Artículo 63.- Son grupos de giros comerciales autorizados:

I.- Carnes y derivados

II.- Comestibles

III.- Miscelánea

IV.- Materiales y accesorios

V.- Artículos de uso personal

VI.- Artículos para el hogar

VII.- Productos del campo

VIII.- Servicios

La descripción de los giros que corresponden a los grupos señalados serán materia del Reglamento de la presente Ley.

ESTA TESIS NO SALE DE LA BIBLIOTECA

79

Título Octavo

Capítulo I

Trasposos y cambios de giro

Artículo 64.- Los comerciantes a que se refiere este Reglamento, deberán solicitar por escrito a la Delegación correspondiente, autorización para traspasar sus derechos sobre las cédulas de empadronamiento que se les hubiese expedido, así como para cambiar el tipo de giro a que se hubieran venido dedicando.

Artículo 65.- Para obtener autorización de traspaso, se requiere:

I.- Presentar el cedente en la Delegación, cuando menos quince días antes a la fecha en que deba realizarse en traspaso, una solicitud en las formas aprobadas por la propia Delegación, debiéndose asentar en ellas, de manera verídica y exacta, todos los datos que en dicha forma se exijan.

II.- Comprobar que el cesionario tiene capacidad jurídica y que es mexicano por nacimiento.

La solicitud a que se refiere la fracción I de este artículo, deberá ser firmada por el cedente y por el cesionario.

Artículo 66.- A la solicitud de traspaso se acompañará:

I.- La cédula de empadronamiento expedida al cedente por la Delegación del Distrito Federal.

II.- Autorización sanitaria o tarjeta de salud, tratándose de comerciantes que para el ejercicio de sus actividades requieran dicha autorización de la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

Artículo 67.- Tratándose de cambios de giro, se deberán cumplir los requisitos establecidos en los dos artículos antes descritos 65 y 66.

Artículo 68.- La Delegación, autorizará el traspaso o cambio de giro solicitado, cuando se cumplan los requisitos que establecen los artículos antes descritos 65 y 66, en cuyo caso expedirá la cédula de empadronamiento correspondiente, si se trata de traspaso, o modificará la ya expedida, si se trata de cambio de giro.

En caso contrario, negará la autorización solicitada.

Artículo 69.- Serán nulos los traspasos o cambios de giro realizados sin que previamente se hubiese obtenido la autorización correspondiente.

Artículo 70.- Tratándose del cambio de nombre del locatario en la cédula de empadronamiento por fallecimiento del propietario; deberá hacerse la solicitud por escrito ante la Delegación, acompañará de:

I.- Copia certificada del acta de defunción del autor de la sucesión.

II.- Comprobación de los derechos sucesorios cuyo reconocimiento se pida.

III.- La cédula de empadronamiento que hubiese expedido a favor del fallecido a la Delegación del Distrito Federal.

IV.- Tratándose de incapaces, quien promueva por ellos deberá presentar los documentos que acrediten su legal representación.

Artículo 71.- La Delegación autorizará el cambio de nombre dentro de los quince días siguientes a la fecha de recibo de la solicitud, o dentro del mismo término notificará al interesado o a su representante, la negativa de la autorización y las razones en que la funde.

Capítulo II

Zona de protección

Artículo 72.- En los mercados públicos se establecerá una zona de protección comercial en una distancia de 200 metros alrededor del exterior del mercado.

Artículo 73.- Dentro de las zonas de protección del mercado público, las Delegaciones podrán autorizar la instalación temporal de puestos semifijos y comerciantes ambulantes siempre y cuando cuenten con el acuerdo del Comité Ejecutivo del Mercado y no constituyan un estorbo:

I.- Para el tránsito de los peatones en las banquetas.

II.- Para el tránsito de los vehículos en los arroyos.

III.- Para la prestación y uso de los servicios públicos como bomberos, drenaje, aguas potables, transporte, electricidad, teléfonos, etc.

Artículo 74.- Se prohíbe la instalación de puestos, permanentes o temporales:

I.- Frente a los cuarteles.

II.- Frente a los edificios de bomberos.

III.- Frente a los edificios de los planteles educativos, sean oficiales o particulares.

IV.- Frente a los edificios que constituyan centros de trabajo, sean oficiales o particulares.

V.- Frente a los templos religiosos.

VI.- Frente a las puertas que den acceso a los mercados públicos.

VII.- En los camellones de las vías públicas.

VIII.- En los prados de vías y parques públicos.

Titulo Noveno Sanciones y recursos de inconformidad

Capítulo I Sanciones

Artículo 75.- La contravención a las disposiciones de esta Ley, dará lugar a la imposición de las siguientes sanciones:

I.- Apercibimiento

II.- Amonestación por escrito

III.- Multa

IV.- Clausura temporal o definitiva

V.- Suspensión

VI.- Cancelación definitiva de la cédula de empadronamiento y, por tanto, clausura del negocio, en su caso.

Artículo 76.- Las sanciones a que se refiere el artículo anterior, se aplicarán tomando en consideración las circunstancias siguientes:

I.- Gravedad de la infracción.

II.- Reincidencia en la infracción.

III.- Condición económica del infractor.

Artículo 77.- Para los efectos de esta Ley, se considerará reincidente al infractor que en un término de treinta días cometa más de dos veces la misma infracción.

Artículo 78.- Se impondrá multa de treinta a sesenta días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, al momento de la infracción, al locatario que transmita los derechos que le otorga la cédula de empadronamiento, permita el uso o aprovechamiento del local sin haber obtenido la autorización respectiva de la Delegación.

Artículo 79.- Se impondrá multas de treinta a sesenta días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, al momento de la infracción a los locatarios, que comercialice productos o mercancías ajenas a los giros expresamente autorizados en la cédula de empadronamiento.

Artículo 80.- Los locatarios que invadan u obstaculicen las áreas de servicios comunes, serán apercibidos para que cesen de inmediato tal actitud. En caso de reincidencia, se procederá a la clausura temporal de los locales amparados por la cédula de empadronamiento, hasta por treinta días.

Artículo 81.- Los locatarios que realicen trabajos de remodelación de sus locales, sin haber obtenido autorización previa, serán sancionados con treinta días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.

Capítulo II

Recurso de inconformidad

Artículo 82.- Contra las resoluciones que se dicten en la aplicación de la Ley, procederá el Recurso de inconformidad, de conformidad con la Ley de Procedimientos Administrativo del Distrito Federal.

Transitorios

PRIMERO.- La presente Ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, y para su mayor difusión deberá publicarse en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO.- Se deroga el Reglamento del Mercados Públicos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 1o. de junio de 1951, continuando su vigencia respecto de la regulación de comerciantes ambulantes y de la instalación de puestos temporales en vía pública.

TERCERO.- El Reglamento de esta Ley, deberá expedirse dentro de un término no mayor a _____ días contados a partir de la publicación de la presente Ley.

CUARTO.- Las Delegaciones del Distrito Federal deberán diseñar, planear y ejecutar las acciones administrativas y de obra pública necesarias para recuperar las áreas de servicios comunes que se encuentran invadidas en los mercados públicos de sus demarcaciones.

En un plazo de _____ días deberá actualizar el Padrón de Titulares de las cédulas de empadronamiento de los mercados públicos de su demarcación.

CONCLUSIONES

1. El comercio floreció de una manera importante en la vida de los pueblos conquistados por los Españoles.
2. Fue tan importante la actividad comercial que son reconocidos como prototipos tres mercados de esa época; Tlatelolco, Santiago Tlanquistenco y Tlaxiaco, este en Oaxaca.
3. La admiración que causo la organización de esta actividad consta en los escritos de Hernán Córtes y Bernal Díaz del Castillo.
4. Fray Bernardino de Sahagún y el padre Motolinia estudiaron a fondo tanto esa actividad como los idiomas de los indígenas, traduciendo diversos códigos acerca de la vida comercial, como el Códice Mendocino.
5. Para regular la actividad de la vida comercial funcionaba un tribunal de doce jueces que juzgaba tanto las infracciones como los problemas acerca de deudas y quiebras. Tenían sus propias prisiones y poseían plena jurisdicción y competencia para ejecutar las sanciones, inclusive la pena de muerte.
6. Para darse una idea de la magnitud de la actividad que se desarrollaba en esos mercados diremos que el numero de contratantes que asistían diariamente a efectuar sus tratos era de mas de 20,000 y que el llamado "mercado grande" que se celebraba cada cinco días tenia una concurrencia de mercaderes de mas de 50,000 comerciantes.
7. De manera curiosa, notamos que para significar la fuerza política que tenia el comercio, la mayor protesta que el pueblo podía realizar era el cierre del Tlanquixtli. Cuando menos se tiene memoria de un evento de esta naturaleza y que se realizo en el reinado de Moctezuma Xocoyotzin para protestar por las brutalidades que cometía Hernán Córtes en contra de la población.
8. El siguiente paso del comercio de subsistencia fue el establecimiento de una política de ampliación de las actividades de la vida hacia la ciudad, así como la ingerencia del estado en la vida comercial, de tal manera que satisfechos los requerimientos básicos se pasa a otro tipo de actividad tendiente a satisfacer necesidades mas sofisticadas de tipo político religioso o sociológico; a este comercio se le denomino Pochtecaoyolt o arte de comerciar.

9. Para funcionar en el esquema antes mencionado aparecieron los Pochtecas, así conocidos por que surgieron en el barrio de Pochtlán dependiente de Tlatelolco.
10. Los Pochtecas eran los comerciantes agrupados en gremios que tenían a su cargo el comercio exterior de México Tenochtitlan, los productos con los cuales traficaban no eran aquellos de uso diario, ni necesarios para la subsistencia sino más bien se trataba de artículos de uso religioso o bien para el arreglo personal y el lujo de las personas de calidad. Gracias a ese comercio exterior el imperio Azteca creció en la forma conocida.
11. Grande era la influencia de que gozaban los Pochtecas pues era una especie de sociedad secreta con una organización interior férrea, totalmente militar y que le prestaba grandes servicios al imperio. Sin embargo no se salvaban de la acción de los monarcas Aztecas que periódicamente efectuaban "purgas" para eliminar a los elementos que pudieran estorbar o presionar en contra del Estado.
12. Desde el punto de vista del comercio, se puede definir al mercado como el lugar donde compradores y vendedores concurren para efectuar sus operaciones esto es almacenar diariamente alimentos para la venta en el país o en el extranjero.
13. Geográficamente hablando los mercados se dividen en locales nacionales e internacionales.
14. Los mercados homogéneos, son aquellos en los cuales las leyes de la oferta y la demanda confluyen sin obstáculos.
15. El comercio tradicional esta integrado por establecimientos micro pequeños y medianos que se caracterizan para el manejo de pequeños volúmenes de mercancía y poca variedad en sus productos. Generalmente tienen un bajo nivel de productividad y son poco eficientes.
16. Comercio moderno, es el que esta integrado por medianos y grandes establecimientos comerciales y que han alcanzado un alto grado de especialización.
17. Comercio Informal, es un término que se aplica al realizado en la vía pública sin control y sin pago de impuestos. Sin embargo en la actualidad en nuestro país a alcanzado un auge tan grande que ya ha salido de la clandestinidad y que esta presente en la vida política y económica, moviendo grandes volúmenes y gran cantidad de dinero.

18. El comercio informal se puede clasificar en mercados sobre ruedas, tianguis, y concentraciones y bazares. Los mercados sobre ruedas se establecen en terrenos baldíos, camellones, banquetas y hasta en plena vía pública, compuestos de puestos semifijos y que originalmente se dedicaban a la venta de comestibles y que en la actualidad han ampliado su comercio a todo tipo de productos inclusive provenientes de otros países.
19. Las concentraciones son parecidas a los mercados aunque en construcciones provisionales hechas con todo tipo de materiales sin pisos ni techos. Los tianguis son mercados móviles muy parecidos a los mercados sobre ruedas. Los basares son asentamiento tipo tianguis que normalmente funcionan los fines de semana y días festivos, comerciando artesanías, pinturas, antigüedades y ropa.
20. Para ordenar el comercio y rescatarlo del caos en que ha caído, en el año de 1993 se pensó en el establecimiento de corredores. El corredor comercial construido con créditos otorgados a los comerciantes para operar en la vía pública y explanadas del metro, para incorporar a los ambulantes, y los pasajes comerciales que son instalaciones comerciales fijas ubicadas en el interior de pasos a desnivel comercial.
21. En la vía pública operan distintos grupos que se mezclan y se confunden ya que pueden ser considerados tanto como ambulantes, como oferentes de servicios. Los ambulantes son los comerciantes que venden en la vía pública sin contar con los permisos correspondientes, aunque si paga lo que se conoce como mordida a los malos servidores públicos a cambio de operar libremente. Mientras que los oferentes de servicios operan mediante un pago convenido o por una aportación voluntaria, mencionando entre ellos a los billeteros, voceadores y boleteros (repartidores de volantes) que pueden ser fijos o móviles y que cuentan con una organización sindical.
22. Otro grupo es el de los oficios como los remendones (zapateros), soldadores y afiladores; otros que desarrollan actividades artísticas populares, como los mimos, organilleros, merolicos, músicos y finalmente otro grupo que funciona en pleno flujo vehicular, como son los limpia parabrisas, limosneros, payasos etc.
23. Los comerciantes ambulantes revisten distintas modalidades; unos trabajan permanentemente y otros lo hacen eventualmente; no están regidos por reglamento alguno, para quedarse en un lugar tienen que arreglarse "ya sea con líderes"; ellos escogen las mercancías que quieren vender, así como, el horario de trabajo.

24. Capitulo aparte merece la mención de los famosos "toreros" quienes se mueven constantemente, estándose por espacios breves y avisandoce entre ellos por señas y silbidos convencionales para esquivar a los policías y granaderos. Están decididos a cualquier cosa y constituyen un grave problema del centro histórico y en los alrededores de edificios oficiales, escuelas, hospitales y parques públicos.
25. El reglamento que rige los mercados fue establecido el siete de mayo de mil novecientos cincuenta y uno, y a la fecha de terminación de esta tesis (febrero de 1999), no ha podido lograrse un consenso entre comerciantes, autoridades y sociedad en general para aprobar una propuesta de Ley que fue elaborada en el año de mil novecientos noventa y ocho.
26. La actividad comercial de consumo diario al menudeo, debe desarrollarse primordialmente en los mercados públicos, situación que no se logra debido a distintos factores tales como:
- a) La gran cantidad de comerciantes ambulantes a su alrededor;
 - b) La construcción de grandes centros comerciales junto a ellos;
 - c) El retraso estructural y tecnológico en que se encuentran;
 - d) Falta de cohesión entre todos los comerciantes para defender sus derechos.
27. La sustentante propone una nueva Ley de Mercado Públicos acorde con la realidad y con el estado que guarda la sociedad frente a la enorme carestía que se esta padeciendo.
28. Se pretende que esta Ley contenga los elementos que ayuden tanto a comerciantes como al público consumidor, tales como proveer la seguridad jurídica y ordenar la actividad de los mercados buscando mayor porcentaje de ganancia pero brindando un mejor servicio sin que sea lesivo para unos u otros.
29. Es importante proteger a los comerciantes establecidos en los mercados del comercio ambulante irregular.
30. Es necesario aplicar sistemas modernos de comercialización de manera que haya una mayor organización, mayor flexibilidad en la actividad comercial de los comerciantes, como establecer la democracia entre sí y de estos con las autoridades.

31. El esquema que pensamos que mejor puede funcionar es el de la cooperación y unificación de los comerciantes para que puedan constituirse en empresas cada vez de mayor importancia y capaces de solucionar ventajosamente sus propios problemas.

32. Los partidos políticos y el gobierno deben sacar las manos del asunto de los comerciantes y dejar de utilizarlos como carne de cañón para lograr sus propios fines. El viejo esquema debe desaparecer dejando que los comerciantes en forma democrática y consiente participen en la vida económica y política del país.

Bibliografía Básica

1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.- Editorial Porrúa. S.A.- 107ª. Edición. México 1997.
2. Estatuto de Gobierno del Distrito Federal.- Gaceta Oficial del Distrito Federal. Tomo III, No. 270.- 1 de agosto de 1994.
3. Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal.- Gaceta Oficial del Distrito Federal. Tomo IV, No. 291. Del 31 de diciembre de 1994.
4. Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal.- Gaceta Oficial del Distrito Federal. Octava Epoca, No. 198, 29 de diciembre de 1998.
5. Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.- Gaceta Oficial del Distrito Federal. 27 de diciembre de 1995.
6. Reglamento de Mercados.- Diario Oficial de la Federación.- 1º de junio de 1951.
7. Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal.- Diario Oficial de la Federación, 15 de septiembre de 1995.
8. Acuerdo por el que se establece el sistema de auto administración de los mercados Públicos.- Diario Oficial de la Federación, 11 de marzo de 1988.

Bibliografía Complementaria

9. Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público.- Gaceta Oficial del Distrito Federal, No. 36, 20 de diciembre de 1996.
10. Ley de Transporte del Distrito Federal.- Gaceta Oficial del Departamento del Distrito Federal. Tomo IV, No. 342, 21 de diciembre de 1995.
11. Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal.- Gaceta Oficial del Departamento del Distrito Federal. Tomo III, No. 348, 2 de enero de 1998.
12. Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal.- Gaceta Oficial del Distrito Federal. Tomo I, No. 365, 27 de mayo de 1996.
13. Ley Orgánica de la Asamblea de Representantes del Distrito Federal.- Gaceta Oficial del Distrito Federal. Tomo III, No. 305, 4 de abril de 1995.
14. Acuerdo que fija las bases para el funcionamiento de los mercados sobre ruedas.- Diario Oficial de la Federación, 5 de septiembre de 1978.
15. 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 aprovechamientos por el uso o explotación de vías y áreas públicas para realizar actividades mercantiles.- Gaceta Oficial del Distrito Federal. 16 de febrero de 1998.
16. Acuerdo por el que se crea el Consejo Asesor para el Abasto, Comercio y Distribución de la Ciudad de México.- Gaceta Oficial del Distrito Federal.- 19 de febrero de 1996.
17. Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal.- Gaceta Oficial del Distrito Federal. 12 de enero de 1998.
18. Decreto por el que se reforma y adiciona la Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal.- Gaceta Oficial del Distrito Federal, 22 de enero de 1998.
19. Bando para la Ordenación y Regulación del Comercio en la Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México.- Gaceta Oficial del Departamento del Distrito Federal.- 12 de julio de 1993.

20. Testimonios y documentos sobre mercados especializados: Del Ampudia (1949) a San Ciprian (1990) Jurisdicción de Venustiano Carranza.- Roberto Albores Guillén, Luis Ignacio Sáinz.- México 1992.
21. Hira de Gortari Rabiela y Regina Hernández Franyuti.- La Ciudad de México y el Distrito Federal: Una historia Compartida.
22. Nómadas y sedentarios: Los comerciantes en vía pública.- Roberto Diéguez Armas, Manuel Aguilera Gómez.- Roberto Albores Guillen.- Humberto Musacchio.- Luis Alberto Martos López.- María Rebeca Yoma.- Alberto García Lascurain.- Hector R. de la Vega. México 1994.
23. Francisco Javier Clavijero.- Historia Antigua de México, Editorial Porrúa
24. Miguel León Portilla.- La institución cultural del comercio prehispánico. Editorial UNAM.