



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



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

Diputado Ernesto Alarcón Jiménez, coordinador del Grupo Parlamentario Partido Revolucionario Institucional en el Congreso de la Ciudad de México, II Legislatura, en ejercicio de la facultad que me confiere y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 71, fracción II, 122 Apartado A, fracciones I y II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29 apartados A, B, D; incisos a), b), e i) y 30, numeral 1, inciso b) de la Constitución Política de la Ciudad de México; 4 fracción XXI, 12 fracción II, y 13 de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México y 5, 76, 79 fracción VI, 96 fracción II y 96 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México; someto a consideración de esta Soberanía la **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN LAS FRACCIONES XXVIII, XXIX, XXX Y SE RECORREN LAS SUBSECUENTES FRACCIONES DEL ARTÍCULO 12 DE LA LEY DE MOVILIDAD DE LA CIUDAD DE MÉXICO**, al tenor de lo siguiente:

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El transporte urbano de pasajeros en la Ciudad de México es de vital importancia porque implica la movilidad de la población y sus mercancías. Por medio de los distintos sistemas de transporte, como lo son el metro, metrobús, tren ligero, trolebús, corredores concesionados, autobuses, microbuses, etc., la población tiene acceso a todo tipo de lugares urbanos (principalmente trabajo y vivienda).

Al día, en el transporte urbano de la Ciudad de México, son transportados más de 6 millones 140 mil 940 personas, según la actualización de la Estadística de Transporte Urbano de Pasajeros (ETUP), del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en 2019.

La ciudad como concepto ya no es objeto exclusivo de la ingeniería o la arquitectura, constituye un sistema dinámico y complejo de relaciones sociales, económicas, ambientales y culturales, que conviven en un marco o estructura, englobando la riqueza patrimonial y la identidad, pues simbolizan de manera creativa diversos elementos culturales y urbanos, plazmandolo en los nombres de distintos lugares en los que se hace referencia a la emblemática historia y cultura del país.



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



Cada región tiene un modo muy particular de expresarse y comunicarse con los demás. Pero en el espacio que corresponde a la Ciudad de México y su transporte urbano se caracteriza por cumplir con el propósito de guiar y orientar al usuario con el nombre de cada estación, paradero o lugar de destino, haciendo referencia inmediata al lugar de la misma, ya fuera histórico, cultural, de identidad circunvecina, de personajes ilustres, etc.

Existen precedentes de estaciones de transporte público que ya cuentan con el nombre de alguno de los mercados públicos de la capital, ya que tiene un papel importante en la economía de cada barrio y colonia, contribuyendo a la sensación de propiedad de la comunidad.

Por lo que incidir en la planificación de las rutas y líneas de los distintos sistemas de transporte público oficiales de la Ciudad de México, para que en la apertura de nuevas rutas de transporte público, lleven el nombre del mercado público más cercano, utilizando el prefijo “Mercado” y en seguida el sufijo correspondiente (el nombre del mercado) y que la finalidad sea el de promover el consumo, el reconocimiento cultural, turístico y de la economía local de los 329 mercados que hay en la Ciudad de México y que son declarados Patrimonio Cultural Intangible por el Gobierno de esta entidad.<sup>1</sup>

Para el caso de las rutas y líneas ya existentes, se propone que la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México ordene una revisión de la nomenclatura de los distintos medios de transporte público oficiales, dándole preferencia a los nombres de los mercados públicos.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Nuestros mercados públicos, desde tiempos prehispánicos, han actuado como los grandes centros de abasto y con el paso de los años, estos espacios han dejado raíces permanentes que se han integrado a la vida de cada vecindario gracias a su valor arquitectónico, patrimonial y artístico.

Es importante recordar que las primeras líneas del metro que se construyeron, asignaron el nombre a sus estaciones en función de su cercanía con los mercados públicos, tales como La Merced, Nativitas, Portales, Tepito, Lagunilla, Jamaica y demás ejemplos; el problema radica en que las estaciones, por lo que respecta a sus nombres, no cuentan con el prefijo “Mercado”.

---

<sup>1</sup> Mercados Públicos, un patrimonio Cultural Intangible (Declaratoria del 16 de agosto de 2016)



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



Al no existir esto, es complicado hacer referencia de la proximidad de la estación con el mercado

Los grandes intereses de la económica actual han aumentado la construcción de una cantidad cada vez mayor de centros comerciales o plazas, disminuyendo la concurrencia en los centros de abasto popular, como lo son los mercados públicos, que no tienen las mismas capacidades económicas para competir al nivel de las grandes cadenas comerciales. Es por ello la ayuda a propiciar la libre competencia entre pequeños productores, buscando factores de identidad que caractericen a la Ciudad y a su gente.

Esto fomentaría identidad y garantizaría una competencia en calidad para proteger la economía popular. Así también, proteger al agricultor mexicano, que es quien utiliza estos mercados como medio de ingreso económico a través de la distribución de sus mercancías.

## ARGUMENTOS

1. Los Mercados públicos que existen en la Ciudad, representan múltiples beneficios económicos, mediante la producción y comercialización de alimentos y la provisión de servicios. De igual forma generan empleos y potencian el capital social en México, así como la cohesión social entre los comerciantes y consumidores, atendiendo a las necesidades de alimentación, en donde se puede comprar productos de la canasta básica a un menor precio. Adicionalmente, son sitios que guardan una larga historia, por lo que son espacios esenciales para el fortalecimiento cultural y la identidad local cuyas manifestaciones han sido calificadas como patrimonio.
2. Se considera una opción viable el promocionar a los mercados por medio del transporte público, estableciendo que en las nuevas líneas o rutas de transporte público que se construyan en la ciudad, se utilice para las estaciones el nombre del mercado público con el que tengan proximidad, siempre utilizando el “nombre del mercado”, esto con el objetivo de implementar una viabilidad que fortalezca y cree nuevas fuentes de empleo formales.
3. Las rutas del transporte público son uno de los mejores medios para hacer más visible la existencia de los mercados, por eso es fundamental el uso de la gran oportunidad que representan, y así favorecer la asistencia y el consumo en ellos, ya que los recursos que se obtienen de sus actividades son moneda circulante para la colonia, el



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



barrio o el pueblo en que se ubican, generando así mayor bienestar para sus habitantes (detonadores de la economía local).

4. En el caso de las líneas ya existentes, es necesario hacer una revisión de la nomenclatura de los medios de transporte público para el mismo propósito, e incidir en el renombramiento de las estaciones con base en los términos mencionados, teniendo como argumento que los mercados públicos son, desde 2016, Patrimonio Cultural Intangible de la Ciudad de México, y que este es un medio para contribuir a nuestra lucha como mercados por la Declaratoria de Patrimonio Material Tangible.
5. Es importante recordar que las primeras líneas del metro que se construyeron, asignaron el nombre a sus estaciones en función de su cercanía con los mercados públicos, tales como La Merced, Nativitas, Portales, Tepito, Lagunilla, Jamaica y demás ejemplos; el problema radica en que las estaciones, por lo que respecta a sus nombres, no cuentan con el prefijo “Mercado”. Al no existir esto, es complicado hacer referencia de la proximidad de la estación con el mercado.
6. En ese sentido, es necesario hacer uso de la autonomía que cada uno de nuestros sistemas de transporte tiene para nombrar sus estaciones de acuerdo al lugar que funcione como mejor referencia, y encaminar esos esfuerzos hacia la promoción de los numerosos centros de abastecimiento existentes en la ciudad (mercados públicos).

## CONSTITUCIONALIDAD

**PRIMERO.** Que el artículo 25 de la Declaración Universal de Derechos Humanos menciona que toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud, bienestar y en especial la alimentación. Nuestros mercados ofrecen precios populares que consolidan los precios de la canasta básica, misma que debe ser capaz de asegurar el acceso a una alimentación adecuada, como lo protege el artículo ya mencionado.

**SEGUNDO.** Que la Constitución de la Ciudad de México en el artículo 17, inciso B, numeral 11, hace mención que “el Gobierno de la Ciudad de México y sus alcaldías promoverán y fomentarán la economía social y la distribución de alimentos básicos a través de los sistemas de abasto tradicionales como son los mercados públicos, los tianguis, las concentraciones y los pequeños comercios”

En ese contexto, una de las formas de fomentar y promover el abasto tradicional es considerar que es necesario buscar medios para promocionar y posicionar estos centros de abasto



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



tradicional como lo sería contar con estaciones del transporte público en sus diversas modalidades que cuenten con el nombre alusivo al mercado más cercano.

Además, estos centros de abastos son puntos de referencia de la sociedad capitalina por lo que contar con estaciones del servicio público que lleven el nombre de los mercados genera una utilidad pública pues permite a los capitalinos ubicar el destino de las estaciones y poder georeferenciarse al transitar por nuestra capital.

**TERCERO.** La falta de apoyo a nuestros mercados ha creado un ambiente de competencia desleal que la misma reglamentación ha amparado de manera indiscriminada, dejando al locatario a su suerte e incumpliendo con la obligación constitucional. Por lo que el artículo 53, inciso B, fracción VI de la Constitución Política de la Ciudad de México, refiere a las atribuciones de las alcaldías, hacia el debido mantenimiento de los lugares de trabajo que son los mercados públicos en donde trabajan un sinnúmero de comerciantes y agricultores que ofrecen sus productos para poder obtener un ingreso para ellos y sus familias.

**CUARTO.** Que la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, en el artículo 12, fracción XXVII, hace mención a la Secretaría de Movilidad, siendo encargada del desarrollo del transporte y la planeación de vialidades en la ciudad, las facultades necesarias para “redistribuir, modificar y adecuar itinerarios o rutas de acuerdo con las necesidades de la población y las condiciones impuestas por la planeación del transporte”.

**QUINTO.** El Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales es reconocido por el Estado Mexicano mediante el artículo primero de nuestra Constitución Federal, y por el artículo 4 de la Constitución de la Ciudad De México. En dicho pacto se reconoce que:

*1. Todos los pueblos tienen el derecho de libre determinación. En virtud de este derecho establecen libremente su condición política y proveen, asimismo, a su desarrollo económico, social y cultural.*

*2. Para el logro de sus fines, todos los pueblos pueden disponer libremente de sus riquezas y recursos naturales, sin perjuicio de las obligaciones que derivan de la cooperación económica internacional basada en el principio de beneficio recíproco, así como del derecho internacional. En ningún caso podría privarse a un pueblo de sus propios medios de subsistencia.*



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



Es decir, se cuenta con el apoyo de acuerdos internacionales que México ha suscrito para solicitar a nuestras autoridades el desarrollo y el cuidado de nuestros mercados, como participantes directos en el derecho a la alimentación de todas las personas, mismo que debe ser garantizado mediante el establecimiento de precios accesibles para el consumidor.

Derivado de esto, los mercados públicos ayudan que el ciudadano se vuelva capaz de subsistir por sus propios medios, consumiendo productos de la canasta básica a través de los 329 mercados que hay en la ciudad y realza la identidad del habitante capitalino, por lo que potenciar su promoción es algo a lo que el Gobierno de la Ciudad de México debe poner atención.

Por lo anteriormente expuesto, se somete a consideración de este H. Congreso de la Ciudad de México la siguiente iniciativa por la que adicionan diversas disposiciones de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, para quedar de la siguiente manera:

## Propuesta a modificar:

TEXTO VIGENTE	PROPUESTA DE REFORMA
<p><b>CAPÍTULO II</b> <b>DE LAS AUTORIDADES COMPETENTES</b></p> <p><b>Artículo 12.-</b> La Secretaría tendrá las siguientes atribuciones: (...)</p> <p><b>XXVII.</b> Redistribuir, modificar y adecuar itinerarios o rutas de acuerdo con las necesidades de la población y las condiciones impuestas por la planeación del transporte;</p> <p>(...)</p>	<p><b>CAPÍTULO II</b> <b>DE LAS AUTORIDADES COMPETENTES</b></p> <p><b>Artículo 12.-</b> La Secretaría tendrá las siguientes atribuciones: (...)</p> <p><b>XXVII.</b> Redistribuir, modificar y adecuar itinerarios o rutas de acuerdo con las necesidades de la población y las condiciones impuestas por la planeación del transporte;</p> <p><b><u>XXVIII. Considerar para la nomenclatura de nuevas estaciones de rutas de transporte público, o en las rutas y líneas ya existentes que se encuentren cercanas a un mercado público, el nombre de estos centros de abasto para ser adoptado para la nomenclatura de las estaciones.</u></b></p>



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



	<p><u>XXIX. En el caso que se presenten dos mercados públicos dentro del mismo radio de proximidad a una estación del transporte público, se utilizará el nombre de los dos mercados, separado por una diagonal, y escrito de la manera más breve posible.</u></p> <p><u>XXX. Fomentar y promocionar los aniversarios de los mercados públicos utilizando los medios de promocionales del transporte público como el metro, Metrobús, y transportes eléctricos, entre otros.</u></p> <p><u>(Se recorren las subsecuentes fracciones)</u></p> <p>(...)</p>
--	---

## PROYECTO DE DECRETO

**INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN LAS FRACCIONES XXVIII, XXIX, XXX Y SE RECORREN LAS SUBSECUENTES FRACCIONES DEL ARTÍCULO 12 DE LA LEY DE MOVILIDAD DE LA CIUDAD DE MÉXICO.**

**PRIMERO.** Se reforman y adicionan las fracciones XXVIII, XXIX, XXX y se recorren las subsecuentes fracciones del artículo 12 de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, para quedar como sigue:

**Artículo 12.-** La Secretaría tendrá las siguientes atribuciones:

(...)

**XXVII.** Redistribuir, modificar y adecuar itinerarios o rutas de acuerdo con las necesidades de la población y las condiciones impuestas por la planeación del transporte;



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



XXVIII. Considerar para la nomenclatura de nuevas estaciones de rutas de transporte público, o en las rutas y líneas ya existentes que se encuentren cercanas a un mercado público, el nombre de estos centros de abasto para ser adoptado para la nomenclatura de las estaciones.

XIX. En el caso que se presenten dos mercados públicos dentro del mismo radio de proximidad a una estación del transporte público, se utilizará el nombre de los dos mercados, separado por una diagonal, y escrito de la manera más breve posible.

XXX. Fomentar y promocionar los aniversarios de los mercados públicos utilizando los medios de promocionales del transporte público como el metro, Metrobús, y transportes eléctricos, entre otros.

*Se recorren las subsecuentes fracciones:*

## ARTÍCULOS TRANSITORIOS

**PRIMERO.** Publíquese el presente decreto en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México y para su mayor difusión publíquese en el Diario Oficial de la Federación.

**SEGUNDO.** El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

Dado en el Recinto Legislativo, sede oficial del H. Congreso de la Ciudad de México, a los 6 días del mes de abril del año dos mil veintidós.

**A T E N T A M E N T E**

*Ernesto Alarcón*

**DIPUTADO ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ  
COORDINADOR DEL GRUPO PARLAMENTARIO  
PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL  
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO  
II LEGISLATURA**