



TUXTLA GUTIÉRREZ
AYUNTAMIENTO 2024-2027



RED ITINERANTE

DE COMERCIOS LOCALES
EN ESPACIOS PÚBLICOS
CASO PILOTO

CB/13 UR



¡Qué viva
Tuxtla!





PRESENTACIÓN

La economía se trata de personas: de sus capacidades, de sus oportunidades y de su desarrollo personal y familiar. Muchas veces pensamos en grandes inversiones, corredores comerciales, indicadores financieros o infraestructura de gran escala. Sin embargo, la economía también ocurre todos los días en la vida del barrio: en la señora que prepara alimentos para vender, en el joven que emprende un servicio, en la familia que se organiza para producir algo desde casa, en la vecina que ofrece un producto local, en quienes buscan mejorar sus ingresos a partir de su creatividad y esfuerzo.

La economía barrial tiene una enorme importancia para la ciudad, su fortalecimiento construye redes de confianza, identidad comunitaria y la permanencia de recursos dentro del propio territorio; comprar y vender en el barrio es provocar el encuentro y construir otras formas de hacer ciudad y de incentivar espacios seguros desde la vigilancia natural ciudadana.

El proyecto tuvo como objetivo inicial fortalecer la economía local mediante la identificación de un espacio público estratégico para impulsar actividades itinerantes de comercio, con la participación de la ciudadanía en una centralidad barrial, generando condiciones para que las vecinas y los vecinos pudieran participar en la vida productiva de la ciudad desde su propio entorno, sin depender únicamente de los grandes centros de concentración económica.

Durante el desarrollo del proyecto se identificaron condiciones territoriales y de participación comunitaria que hicieron necesario replantear el alcance de la propuesta inicial. Este proceso permitió ampliar la reflexión sobre las necesidades de las y los emprendedores locales, así como sobre los mecanismos institucionales más adecuados para fortalecer la economía de proximidad desde una perspectiva de largo plazo.

La experiencia desarrollada, junto con los hallazgos derivados del diagnóstico de la oferta y demanda laboral, el diagnóstico situacional de las personas artesanas y cocineras tradicionales zoques, así como el intercambio de experiencias internacionales sobre innovación, emprendimiento y espacios colaborativos de producción, como los makerspaces, permitió reconocer que muchas de las necesidades detectadas trascendían la habilitación de un espacio temporal para el comercio. De manera recurrente aparecieron desafíos relacionados con la capacitación, el desarrollo de capacidades productivas, la articulación entre personas emprendedoras, el acceso a herramientas de producción, la innovación y el acompañamiento técnico.



A partir de esta evidencia, la propuesta evolucionó hacia el diseño del Centro Municipal de Producción y Emprendimiento, concebido como una estrategia para fortalecer las capacidades productivas locales mediante espacios de aprendizaje, capacitación, colaboración, innovación y vinculación entre ciudadanía, instituciones y sector productivo. Esta propuesta retoma su propósito de fortalecer la economía local, ampliando su alcance hacia un modelo con mayor potencial para impulsar el emprendimiento, la producción y el desarrollo económico territorial.

Desde esta perspectiva, el espacio público continúa siendo un elemento fundamental para fortalecer la vida comunitaria y la economía de proximidad; sin embargo, la evidencia obtenida durante el desarrollo del proyecto mostró que el fortalecimiento del emprendimiento local también requiere generar capacidades, facilitar procesos de colaboración y construir mecanismos permanentes de acompañamiento que permitan transformar las iniciativas productivas en oportunidades sostenibles para la población. Detrás de cada comercio local hay una historia de vida, personas que buscan complementar sus ingresos, mujeres que sostienen economías familiares, jóvenes que quieren emprender, adultos mayores que conservan oficios, familias que producen alimentos, artesanías o servicios, y habitantes que desean participar en la transformación positiva de su entorno.

Desde el Instituto Ciudadano de Planeación Municipal, estamos convencidos de que la planeación urbana debe tocar la vida cotidiana de las personas para fortalecer la economía de proximidad y los barrios puedan convertirse en espacios vivos, productivos, seguros y con identidad; porque ahí es donde las personas caminan, conviven, consumen, producen, cuidan, se conocen y construyen comunidad.

Tenemos claridad de que las políticas públicas deben buscar que el desarrollo económico no se mida únicamente por grandes cifras, sino también por la capacidad de mejorar la vida de las personas en su entorno más inmediato. La economía local también es una forma de identidad y arraigo, porque cuando una vecina puede vender mejor sus productos, cuando un joven encuentra una oportunidad para emprender, cuando una familia mejora su ingreso y cuando un espacio público se llena de vida comunitaria, estamos construyendo una ciudad más dinámica.

José Antonio Villanueva Santiago

Director General

**Instituto Ciudadano de Planeación Municipal para el desarrollo sustentable de
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.**



Instituto Ciudadano de Planeación Municipal para el Desarrollo Sustentable del Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez (IC IPLAM)

Dirección General

C. José Antonio Villanueva Santiago

**Director General del Instituto Ciudadano de Planeación Municipal para el Desarrollo
Sustentable (IC IPLAM)**

Elaboración y coordinación general

Instituto Ciudadano de Planeación Municipal para el Desarrollo Sustentable (IC IPLAM)

Coordinación técnica del proyecto

C. Silvia del Carmen Bermúdez Castillo

Coordinadora de Desarrollo Económico del IC IPLAM

Diseño metodológico, análisis y sistematización de la información

Ana Karen Yoc Trujillo – Equipo Técnico de la Coordinación de Desarrollo Económico

Levantamiento de información en campo

Silvia del Carmen Bermúdez Castillo

Ana Karen Yoc Trujillo

Jhoselyn Libertad Gómez Rincón

Procesamiento y análisis de datos

Ana Karen Yoc Trujillo

Agradecimientos especiales

Institute for Training and Development – Amherst

Periodo de ejecución

Enero – diciembre de 2025

Año de elaboración

2025

Instituto Ciudadano de Planeación Municipal para el Desarrollo Sustentable (IC IPLAM). (2025).

*Diagnóstico de la oferta y demanda laboral como estrategia para mejorar el ingreso en el
contexto urbano de Tuxtla Gutiérrez. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.*



**TUXTLA
GUTIÉRREZ**
AYUNTAMIENTO
2024-2027

C. Ángel Carlos Torres Culebro.
Presidente Municipal Constitucional
(2024-2027)



C. José Antonio Villanueva Santiago
Director General

C. Usías Ochoa López
Administrador

C. Nelson Eduardo Ruíz Ibarra
Coordinador de Sistemas de Información y Geografía

C. Gabriel Flores Flores
Coordinador de Planeación Urbana Sustentable

C. Juan Carlos Fernández Alcántara
Coordinador de Desarrollo Social

C. Silvia del Carmen Bermúdez Castillo
Coordinadora de Desarrollo Económico

C. Enrique Abdala Mojica Castillo
Coordinador de Medio Ambiente y Energía



JUNTA DE GOBIERNO DEL ICIPLAM

C. Angel Carlos Torres Culebro

Presidente Municipal Constitucional y
Presidente de la Junta de Gobierno del ICIPLAM.

C. Julio César Cortés Rodas.

Secretario de Planeación Municipal y Secretario
Técnico de la Junta de Gobierno del ICIPLAM.

C. Emma Itzel Orantes Ortega.

Síndica Municipal y Presidenta de la Comisión
de Obras públicas y Desarrollo Urbano y vocal
titular de la Junta de Gobierno del ICIPLAM.

C. María Fredegunda Alegría Sánchez.

2da Regidora y Presidenta de la Comisión de
Medio Ambiente y vocal titular de la Junta de
Gobierno del ICIPLAM.

C. Marcela Iturbe Vargas.

9na. Regidora y presidenta de la Comisión
Planeación para el Desarrollo y Vocal titular
de la Junta de Gobierno del ICIPLAM.

C. Zaynia Andrea Gil Vázquez.

Secretaria de Economía Municipal y vocal titular
de la Junta de Gobierno del ICIPLAM.

C. Julio Cesar Farrera Esponda.

Secretario de Obras Públicas Municipal y vocal
titular de la Junta de Gobierno del ICIPLAM.

C. Jacqueline Acosta Guillén

Secretaria de Medio Ambiente y Movilidad
Urbana Municipal y vocal titular de la Junta de
Gobierno del ICIPLAM.

C. Viviana León Córdova.

Secretaria de Desarrollo urbano Municipal y
vocal titular de la Junta de Gobierno del
IC IPLAM.

C. Arturo López Chavarría.

Presidente del Consejo Consultivo Ciudadano y
Vocal Ciudadano de la Junta de Gobierno del
IC IPLAM.

C. María de Lourdes Coutiño Ruíz.

Vocal Ciudadana de la Junta de Gobierno del
IC IPLAM.

C. Julio Cesar Sánchez Esquinca.

Vocal Ciudadano de la Junta de Gobierno del
IC IPLAM.

C. Francisco Javier Alvarado Nazar.

Vocal Ciudadano de la Junta de Gobierno del
IC IPLAM.

C. Alejandro Escanero González.

Vocal Ciudadano de la Junta de Gobierno del
IC IPLAM.

C. Norma Díaz Caballero.

Vocal Ciudadana de la Junta de Gobierno del
IC IPLAM.

C. Rodolfo Alberto Farrera Maza.

Vocal Ciudadano de la Junta de Gobierno del
IC IPLAM.

C. Fidel Dehesa Martínez.

Vocal Ciudadano de la Junta de Gobierno del
IC IPLAM.

C. Gabriela Martínez Cancino.

Contralora Municipal y Órgano de
Vigilancia del ICIPLAM.

CONTENIDO

Junta de gobierno del ICIPLAM	3
1 Introducción	5
2 Alineación.....	8
2.1 Internacional	8
2.2 Nacional	10
2.3 Estatal.....	11
2.4 Municipal	12
3 Marco normativo	13
3.1 Nacional	13
3.2 Estatal.....	16
3.3 Municipal	17
4 Marco conceptual	19
5 Antecedentes	29
6 Informe del resultado del caso piloto en un espacio público de la CB/13.....	34
7 Recomendaciones y conclusiones	40
8 Referencias.....	46

1 INTRODUCCION

Tuxtla Gutiérrez es el municipio más importante del estado de Chiapas, al concentrar la mayor actividad económica, administrativa y demográfica de la entidad. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020 del INEGI, la ciudad cuenta con una población de 604,147 habitantes, lo que representa aproximadamente el 11.3 % del total estatal. Según el INEGI (2025) este crecimiento sostenido ha impulsado una expansión urbana y comercial significativa, donde predominan las micro, pequeñas y medianas empresas, que constituyen más del 95 % de las unidades económicas registradas en el municipio.

A su vez, la dinámica económica en la que se encuentra inmerso este municipio, lo ha configurado como centro de abastecimiento de productos y servicios muy importante, pues de acuerdo con el Directorio Estadístico de Unidades Económicas (DENUE, 2025) alberga 19 620 Unidades económicas. Esto lo coloca como un territorio dinamizador de la economía y con mucho potencial para absorber los beneficios y ventajas de su localización, infraestructura y configuración socioeconómica,

El municipio también se caracteriza por su amplia diversidad territorial, conformada por más de 600 colonias, barrios, fraccionamientos y asentamientos urbanos, de los cuales aproximadamente 521 se encuentran reconocidos oficialmente, mientras que el resto corresponde a procesos de crecimiento irregular o en proceso de regularización (INEGI, 2020), cuya heterogeneidad social, geográfica y económica configura dinámicas barriales diferenciadas. Esta fragmentación territorial influyó en los patrones de consumo, movilidad y organización comunitaria, y evidenció la necesidad de impulsar estrategias de desarrollo que respondieran a realidades locales diversas.

En el contexto socioeconómico de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, los comercios locales representan una parte fundamental del tejido económico y social. Sin embargo, muchos de estos emprendimientos enfrentan condiciones adversas como la limitada visibilidad comercial, dificultades para acceder a infraestructura adecuada y escasas

oportunidades de promoción en igualdad de condiciones frente a grandes cadenas comerciales. A esta situación se suma el uso subóptimo de numerosos espacios públicos (como parques, plazas y explanadas) que podrían funcionar como plataformas de encuentro ciudadano, actividad económica y cohesión barrial (Jordi Borja Z. M., 2003).

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi, 2020), en Tuxtla Gutiérrez el 44.8% de las unidades económicas se concentra en el comercio al por menor, lo que evidencia la relevancia que esta actividad tiene en la vida económica de la ciudad. Este sector constituye una fuente principal de ingresos para numerosas familias y representa un componente clave de la economía barrial. En Tuxtla Gutiérrez, el 51% de las unidades económicas opera en esquemas informales, y el 45% de la población económicamente activa percibe hasta un salario mínimo diario, evidenciando altos niveles de precariedad laboral, incluyendo limitaciones para su formalización, carencias de infraestructura adecuada, dificultades para acceder a financiamiento y escasez de espacios públicos apropiados para la comercialización. Estas condiciones ponen de manifiesto la necesidad de impulsar estrategias integrales que fortalezcan el comercio local y mejoren las condiciones bajo las cuales se desarrolla.

Frente a este panorama, surge la propuesta de implementar una Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos, concebida como una estrategia territorial integral orientada a articular a pequeños comerciantes, espacios públicos y comunidades organizadas, con el fin de dinamizar la economía barrial y fortalecer los procesos de apropiación social del territorio. El proyecto tiene como propósito principal construir una agenda económica en espacios públicos previamente identificados como estratégicos, que permita promover, ordenar y visibilizar las actividades comerciales de vecinas y vecinos de los alrededores, generando condiciones más favorables para el desarrollo de sus unidades económicas.

De esta forma, la Red Itinerante busca fortalecer la economía local mediante la activación de un espacio público que funcione como nodo articulador entre el

comercio barrial, la participación comunitaria y la gestión territorial, promoviendo esquemas de coordinación entre actores locales, el uso productivo del espacio público y el impulso a dinámicas económicas de proximidad. Esta estrategia contribuye, además, a la recuperación y resignificación de los espacios públicos como entornos de encuentro, intercambio económico y cohesión social.

Inspirado en principios de economía social, participación ciudadana y sostenibilidad, el modelo itinerante responde a una visión integral de ciudad, en la que el desarrollo económico, la vida comunitaria y el derecho al espacio público convergen como ejes complementarios para mejorar la calidad de vida de las y los habitantes de Tuxtla Gutiérrez, fortaleciendo al mismo tiempo las capacidades locales, el tejido social y los circuitos económicos de barrio.

En este marco institucional, si bien en la Junta de Gobierno se autorizó inicialmente el desarrollo del proyecto con la CB-09, durante el avance del proceso de investigación se identificaron diversas complejidades técnicas, operativas y metodológicas que dificultaban su adecuada implementación bajo dicho esquema. En este contexto, y con el objetivo de asegurar la viabilidad, pertinencia territorial y correcta ejecución del proyecto, se realizó un análisis interno que derivó en la determinación de realizar el cambio a la CB-13, la cual ofrece mejores condiciones para el cumplimiento de los objetivos planteados, así como para el fortalecimiento de los procesos de levantamiento de información, acompañamiento técnico y articulación institucional.

2 ALINEACIÓN

2.1 INTERNACIONAL

- Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Objetivo 1: Fin de la pobreza

Meta 1.2: Para 2030, reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza en todas sus dimensiones según las definiciones nacionales.

Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico

Meta 8.3: Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo decente, el emprendimiento, la creatividad y la innovación.

Meta 8.9: Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas para promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

Objetivo 10: Reducción de las desigualdades

Meta 10.2: Para 2030, empoderar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas.

Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles

Meta 11.3: Aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para la planificación y gestión participativa, integrada y sostenible de los asentamientos humanos.

Meta 11.7: Para 2030, proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos, accesibles y bien gestionados.

Objetivo 12: Producción y consumo responsables

Meta 12.8: Asegurar que las personas tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.

Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos

Meta 17.17: Fomentar y promover asociaciones eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil.

- Carta internacional del derecho a la ciudad

Artículo II. Principios y fundamentos estratégicos del derecho a la ciudad.

5. Compromiso social del sector privado

5.1 Las ciudades deben promover que los agentes del sector privado participen en programas sociales y emprendimientos económicos con la finalidad de desarrollar la solidaridad y la plena igualdad entre los habitantes, de acuerdo con los principios rectores que fundamentan esta Carta.

Artículo IX. Derecho de asociación, reunión, manifestación y uso democrático del espacio público urbano.

Todas las personas tienen derecho de asociación, reunión y manifestación. Las ciudades deben disponer y garantizar espacios públicos para ese efecto.

Artículo XV. Derecho al trabajo.

5. Las ciudades deben promover la integración progresiva del comercio informal que realizan las personas de bajos ingresos o desempleadas, evitando su eliminación y la represión hacia los comerciantes informales. También dispondrán espacios acondicionados para el comercio informal y políticas adecuadas para su incorporación en la economía urbana.

2.2 NACIONAL

- Plan nacional de desarrollo 2024-2030

Eje II. Desarrollo con bienestar y humanismo

Estrategias:

- Fortalecer el acceso a derechos sociales (trabajo, ingresos, educación, salud).
- Impulsar un modelo de desarrollo incluyente que reduzca la marginación y la pobreza urbana.
- Promover iniciativas comunitarias desde un enfoque de economía local.

Eje General III. Economía moral y trabajo

Estrategias:

- Fomentar la economía social y solidaria (cooperativas, comercio justo, ayuda mutua).
- Apoyar a las MIPYMES y el trabajo digno en sectores excluidos del mercado formal.
- Impulsar modelos productivos comunitarios, con énfasis en el consumo local.

Eje General IV: Desarrollo sustentable

Estrategias:

- Reactivar espacios públicos para actividades productivas sostenibles.
- Fomentar modelos urbanos integrados con justicia ambiental y social.
- Promover el uso responsable del espacio urbano desde una perspectiva comunitaria.

2.3 ESTATAL

- Plan Estatal de Desarrollo 2025-2030

Eje 3: Chiapas con Humanismo

3.1. Humanismo que transforme

3.1.1. Desarrollo comunitario y familiar

3.1.1.3 Mejorar los ingresos económicos de la población en situación de vulnerabilidad, mediante créditos y subsidios para el mejoramiento de viviendas, en coordinación con los gobiernos federal y municipal.

3.1.3. Igualdad sustantiva para Chiapas

3.1.3.3. Impulsar la autonomía económica de las mujeres, mediante la promoción y la coordinación interinstitucional, para fomentar el emprendurismo formal.

Eje 4: Chiapas con Prosperidad Compartida

4.1. Desarrollo compartido para la transformación

4.1.3. Impulso a las personas emprendedoras

4.1.3.1. Fomentar la cultura empresarial, mediante la capacitación de mano de obra y la transformación digital, para mejorar la competitividad de las empresas con información e inteligencia de mercados.

4.2 Infraestructura para el desarrollo

4.2.1. Planeación urbana y movilidad

4.2.1.2. Fomentar la redistribución equitativa del espacio público, mediante el adecuado desarrollo de infraestructura, para la movilidad, la recreación, la habitabilidad, los servicios públicos y la economía urbana para la seguridad, la accesibilidad y una vida digna para sus habitantes.

2.4 MUNICIPAL

- Plan Municipal de Desarrollo

Eje 3. Crecimiento Económico

Tema 3.1. Estabilidad económica

Política pública 3.1.1. Fomento al Desarrollo Económico

Objetivo: Fortalecer las actividades económicas para generar oportunidades en el desarrollo emprendedor, empresarial, comercial y laboral, para el desarrollo económico y fomento del empleo local.

Estrategias

3.1.1.1. Fomentar la generación de Nuevas MIPyMES a través de la formalidad para los sectores comercial y de servicios.

3.1.1.3. Impulsar el programa Tuxtla Emprende como un sistema integral de acompañamiento, asesoría, capacitación y apoyo para la formalización, innovación y consolidación de emprendimientos locales.

3.1.1.4. Fomentar alianzas estratégicas con instituciones y cámaras empresariales.

- Tuxtla 2030 la agenda Estratégica de Nuestra Ciudad

Eje 3. Sociedad segura, equitativa e incluyente: Propiciar un ambiente de seguridad, igualdad e inclusión que promueva el desarrollo humano sustentable, con prioridad en la atención a grupos vulnerables.

3.3. Conseguir la reducción permanente de los índices de pobreza en Tuxtla.

Estrategia: Desarrollar mecanismos que generen mayores oportunidades de empleo o auto empleo.

3 MARCO NORMATIVO

3.1 NACIONAL

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Artículo 5. A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos [...]

Artículo 25. Corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral y sustentable, que fortalezca la Soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, mediante la competitividad, el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales, cuya seguridad protege esta Constitución. La competitividad se entenderá como el conjunto de condiciones necesarias para generar un mayor crecimiento económico, promoviendo la inversión y la generación de empleo.

- Ley de la economía social y solidaria

Artículo 2. La presente Ley tiene por objeto:

- I. Establecer mecanismos para fomentar el desarrollo, fortalecimiento y visibilidad de la Actividad Económica del Sector Social de la Economía.
- II. Definir las reglas para la promoción, fomento y fortalecimiento del Sector Social de la Economía, como un sistema eficaz que contribuya al desarrollo social y económico del país, a la generación de fuentes de trabajo digno, al fortalecimiento de la democracia, a la equitativa distribución del ingreso y a la mayor generación de patrimonio social.

Artículo 8. Son fines del Sector Social de la Economía:

- I. Promover los valores de los Derechos Humanos, de la inclusión social y en general, el desarrollo integral del ser humano;
 - II. Contribuir al desarrollo socioeconómico del país, participando en la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios;
- **Ley general de asentamientos humanos, ordenamiento territorial y desarrollo urbano**

Artículo 3. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:

XVII. Equipamiento Urbano: el conjunto de inmuebles, instalaciones, construcciones y mobiliario utilizado para prestar a la población los Servicios Urbanos para desarrollar actividades económicas, sociales, culturales, deportivas, educativas, de traslado y de abasto;

XVIII. Espacio Público: áreas, espacios abiertos o predios de los asentamientos humanos destinados al uso, disfrute o aprovechamiento colectivo, de acceso generalizado y libre tránsito;

- **Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Media Empresa.**

Artículo 1. La presente Ley tiene por objeto promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad. Asimismo, incrementar su participación en los mercados, en un marco de crecientes encadenamientos productivos que generen mayor valor agregado nacional.

Lo anterior, con la finalidad de fomentar el empleo y el bienestar social y económico de todos los participantes en la micro, pequeña y mediana empresa.

Artículo 3. Para los efectos de esta Ley, se entiende por:

- I. Ley: La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa;
- II. Secretaría: La Secretaría de Economía;
- III. MIPYMES: Micro, pequeñas y medianas empresas, legalmente constituidas, con base en la estratificación establecida por la Secretaría, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y publicada en el Diario Oficial de la Federación, partiendo de la siguiente:

Estratificación por Número de Trabajadores			
Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Se incluyen productores agrícolas, ganaderos, forestales, pescadores, acuicultores, mineros, artesanos y de bienes culturales, así como prestadores de servicios turísticos y culturales;

3.2 ESTATAL

- **Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Chiapas**

Artículo 9. El Estado de Chiapas impulsará políticas dirigidas a garantizar el derecho de toda persona a:

V. Al trabajo; a su libre elección y desarrollo en condiciones equitativas y satisfactorias, y a la protección contra el desempleo para garantizar su subsistencia digna y la de su familia.

Artículo 11.- El Estado establecerá e implementará políticas públicas con el propósito de erradicar la pobreza extrema, elevar el índice de desarrollo humano y la calidad de vida de sus habitantes.

Artículo 12.- Las políticas públicas del Estado y los Municipios de Chiapas, tendrán como prioridad:

I. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.

Artículo 14.- El Estado impulsará políticas que promuevan la creación de empleos para activar el crecimiento económico sostenible de todas las personas, así como para incrementar los niveles de producción e innovación tecnológica en el Estado. Se implementarán mecanismos para la producción sostenible de alimentos.

- **Ley de desarrollo económico y atracción de inversiones del estado de Chiapas**

Artículo 4. - La presente Ley tiene como finalidad:

IV. Promover el desarrollo económico de la entidad, a fin de impulsar su crecimiento equilibrado sobre bases de un desarrollo sustentable y del desarrollo de un capital humano capacitado y competitivo, así como del impulso al sector social de la economía.

3.3 MUNICIPAL

- Bando de policía y gobierno Del municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Artículo 7. Es fin esencial del Municipio lograr el bienestar general de sus habitantes, por lo tanto, las autoridades municipales sujetarán sus acciones a las siguientes premisas para la consecución de dicho fin:

XIII. Promover el desarrollo de las actividades económicas, agrícolas, industriales, comerciales, artesanales, turísticas y demás que se señalan en la Ley de Desarrollo Constitucional en Materia de Gobierno y Administración Municipal del Estado de Chiapas o que acuerde el Ayuntamiento, con la participación de los sectores social y privado, en coordinación con entidades, dependencias y organismos estatales y federales.

- Reglamento para el ejercicio del comercio en vía pública: fijo, semifijo y ambulante del municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Artículo 2.- Para los efectos del presente Reglamento se entiende por:

X. Comercio en la Vía Pública: A la actividad consistente en la compra y venta de bienes y/o prestación de servicios con fines de lucro que se ejerzan en la vía pública, independientemente de la naturaleza de las personas que lo realicen y de que su práctica se haga en forma permanente o eventual.

XI. Comerciante en la Vía Pública: Toda persona física o moral que expendá al público mercancías o productos permitidos por las leyes, que venda, promocióne, anuncie mercancía o servicios en forma fija, semifija o ambulante en áreas y vía pública del Municipio; registrado en el padrón y que cuente con el permiso correspondiente expedido por la Coordinación General de Política Fiscal y/o el Comité Dictaminador, mismos que se clasifican en:

- a. Ambulantes: Son aquellas personas que realizan el comercio deambulando por las calles, llevando consigo su mercancía o productos ya

sea en equipos, aparatos o calles, llevando consigo su mercancía o productos ya sea en equipos, aparatos o vehículos de tracción mecánica, o impulsados por el mismo esfuerzo humano, o también auxiliándose con vitrinas, canastas, y en general, cualquier otro tipo de implemento que sea transportado por el comerciante.

b. Semifijos: Son aquellas personas que realizan el comercio en la vía pública de forma momentánea, temporal o provisional, y que al término del horario de trabajo el cual no excederá de diez horas diarias, deberán retirar la mercancía y sus implementos.

c. Fijos: Son aquellos que realizan el comercio estableciéndose en la vía pública de una manera fija en casetas y/o puestos. Dentro de este concepto, se consideran a las máquinas expendedoras, remolques, casetas telefónicas y demás que sean determinados por el Comité Dictaminador.

- **“Decreto por el que se crea el “Instituto Ciudadano de Planeación Municipal para el Desarrollo Sustentable del Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez”**

Artículo 5. El ICIPLAM tendrá las siguientes funciones:

- I. Contribuir con las dependencias y organismos de la Administración Pública Municipal en la planeación integral del municipio.
- II. Realizar estudios sobre fenómenos sociales, económicos, urbanos y ambientales que influyen en el desarrollo del municipio.

Artículo 6. El ICIPLAM tendrá las siguientes atribuciones: Elaborar propuestas para la coordinación o realización de estudios en materia urbana, social, económica y ambiental.

Artículo 31. Son funciones de la Coordinación de Desarrollo Económico: Diseñar estrategias de desarrollo económico considerando principalmente la micro y pequeña empresa.

4 MARCO CONCEPTUAL

El presente marco conceptual tiene como propósito definir los principales conceptos que fundamentan el proyecto “Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos: Caso Piloto CB/13 UR”, con el fin de establecer una base teórica que permita comprender las dinámicas del comercio local, la utilización de los espacios públicos y la importancia de la articulación entre ambos para fortalecer la economía barrial y comunitaria.

a) Derecho a la ciudad

El derecho a la ciudad es un principio político y social que reclama el acceso equitativo a los beneficios de la vida urbana. Fue conceptualizado inicialmente por Henri Lefebvre (1968) como el derecho de todos los habitantes, y especialmente de los sectores más excluidos, a participar en la producción y transformación de la ciudad, apropiándose del espacio urbano no solo como consumidores, sino como sujetos activos en su configuración.

Desde esta perspectiva, el derecho a la ciudad implica la garantía de condiciones dignas de vida en entornos urbanos: acceso a servicios básicos, vivienda adecuada, movilidad, espacios públicos de calidad, trabajo digno, participación democrática y seguridad. David Harvey (2008) retoma este enfoque señalando que el derecho a la ciudad no es simplemente el acceso a lo que ya existe, sino el derecho a reinventarla colectivamente según las necesidades de sus habitantes.

En América Latina, este principio ha sido incorporado progresivamente en marcos normativos y agendas de desarrollo urbano sostenible. El Derecho a la Ciudad fue reconocido en la Nueva Agenda Urbana adoptada en Hábitat III (ONU-Hábitat, 2016) como un eje articulador de las políticas urbanas, y en México ha sido retomado por la Ley General de Asentamientos Humanos, Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano

(2016), que en su artículo 6° menciona la equidad, la inclusión y la justicia espacial como principios rectores.

Para el caso del proyecto "Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos", el derecho a la ciudad se traduce en acciones concretas para democratizar el uso del espacio público, promover el trabajo digno en el entorno barrial y fomentar la participación activa de los actores locales en la construcción de una economía urbana más justa e inclusiva. Al integrar a los comerciantes barriales como sujetos de derecho y no como ocupantes tolerados, se fortalece su legitimidad como parte esencial de la vida urbana.

En suma, el enfoque del derecho a la ciudad permite superar visiones excluyentes del desarrollo urbano y avanzar hacia modelos que reconozcan la diversidad, la corresponsabilidad y la justicia territorial, principios clave para una ciudad más habitable y democrática

b) Planeación urbana

La planeación urbana se concibe como un proceso integral que organiza el uso del suelo, la localización de actividades económicas y la gestión del espacio público, incorporando criterios sociales, económicos y ambientales (UN-Habitat, 2020). En el contexto del comercio local, la planeación urbana permite regular la ocupación del espacio público, promover usos temporales y garantizar un desarrollo urbano equilibrado, adaptado a las dinámicas territoriales (Jordi Borja M. C., 1997).

c) Ciudad de proximidad

La ciudad de proximidad es un modelo urbano que promueve el acceso cercano a bienes, servicios, empleo y espacios públicos, priorizando distancias caminables y modos de movilidad sostenible. Este enfoque busca fortalecer la vida barrial, reducir desplazamientos extensos y fomentar economías locales dinámicas, en las que el comercio de pequeña escala desempeña un papel central (Moreno et al., 2023). La

ciudad de proximidad contribuye a la cohesión social y a la resiliencia urbana al articular funciones urbanas en el entorno inmediato de la población.

d) Espacio público

El espacio público puede entenderse como el lugar de encuentro por excelencia de la vida urbana. Se trata de áreas físicas abiertas al uso colectivo que permiten la interacción entre los diversos actores sociales, favoreciendo el ejercicio de derechos ciudadanos, la expresión cultural, la recreación y también el desarrollo de actividades económicas informales o de proximidad (Jordi Borja Z. M., 2003). Estos espacios incluyen plazas, parques, calles, banquetas, mercados abiertos y cualquier otro entorno urbano donde se posibilite la convivencia y el intercambio.

Desde una perspectiva urbana crítica, el espacio público no es sólo un soporte físico, sino también un escenario de construcción simbólica, identitaria y política. Gehl (2010) destaca que los espacios públicos bien diseñados fomentan comportamientos cívicos, mejoran la percepción de seguridad y fortalecen el tejido social. De ahí la importancia de que estos espacios sean accesibles, seguros, multifuncionales e inclusivos, especialmente en ciudades donde la desigualdad urbana se expresa en la segregación del acceso a infraestructura y servicios.

Desde esta perspectiva, el proyecto Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos se inscribe dentro de una lógica de reapropiación del espacio público como bien común. Su implementación propone resignificar estos lugares como entornos vivos, dinámicos y comunitarios, donde el comercio barrial no solo es permitido, sino promovido bajo principios de organización, inclusión y corresponsabilidad.

e) Gobernanza del espacio público

La gobernanza del espacio público refiere a los mecanismos de coordinación y corresponsabilidad entre actores gubernamentales, comunitarios y económicos en la gestión de los espacios urbanos compartidos. Este enfoque reconoce la participación

ciudadana como elemento clave para el uso ordenado, equitativo y sostenible del espacio público, especialmente en iniciativas de comercio itinerante (Borja, 2014; Foster & Iaione, 2016).

f) Centralidad barrial

De acuerdo con el Programa Municipal de Desarrollo Urbano de Tuxtla Gutiérrez, el Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez (2024) señala que, frente a los retos derivados del crecimiento urbano y de las dinámicas propias de las grandes ciudades, el municipio debe orientar su desarrollo hacia un esquema de descentralización que permita transitar, de manera ordenada, de un modelo urbano monocéntrico a uno policéntrico. Este enfoque se sustenta en la delimitación de polígonos territoriales concebidos como áreas prioritarias de atención, con el propósito de fortalecer la identidad local mediante la revalorización de los barrios existentes.

En este marco, el Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez (2024) establece la delimitación de 26 polígonos denominados Centralidades Barriales, los cuales abarcan una superficie total de 18,041 hectáreas, equivalente al 53.72 % del territorio municipal, y concentran una población de 602,270 habitantes. Dichas centralidades se clasifican en Urbanas, Suburbanas y Rurales. Con el objetivo de preservar la identidad social de la población y evitar confusiones territoriales, el instrumento de planeación define una nomenclatura compuesta por las siglas “CB”, un número consecutivo del 01 al 26 y las abreviaturas “UR”, “SU” o “RU”, según su carácter urbano, suburbano o rural.

La Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos toma como territorio piloto la Centralidad Barrial 13, con el objetivo de fortalecer su rol como nodo urbano dinámico y participativo. A través de la activación comercial itinerante, se busca resignificar la centralidad como un espacio estratégico para el encuentro social, la producción económica solidaria y la revitalización del tejido barrial. Esta iniciativa pretende demostrar que la planificación urbana con enfoque territorial puede construirse desde las prácticas cotidianas y la colaboración comunitaria.

g) Movilidad y comercio itinerante

El comercio itinerante se refiere a una modalidad de actividad económica que se caracteriza por la movilidad de los comerciantes y la no permanencia en un lugar fijo para el ejercicio de su actividad. Esta práctica, común en muchas ciudades del mundo, permite a pequeños productores y vendedores ofrecer sus bienes en distintos puntos del territorio urbano, adaptándose a los flujos peatonales, eventos comunitarios o calendarios locales (García Canclini, 1995).

La movilidad como componente de este tipo de comercio no solo implica desplazamiento físico, sino también flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de generar vínculos económicos temporales y simbólicos en distintos espacios públicos. En contextos urbanos donde los costos de establecimiento fijo son elevados o el acceso a infraestructura comercial es limitado, el comercio itinerante se convierte en una estrategia legítima de supervivencia económica y dinamización territorial (Montero, 2020).

Desde la perspectiva del urbanismo inclusivo, el comercio itinerante plantea importantes retos y oportunidades. Por un lado, su falta de regulación puede generar conflictos con el uso del espacio público, saturación de áreas comunes o competencia desleal con el comercio establecido. Por otro lado, cuando es ordenado, planificado y articulado con políticas de desarrollo local, puede contribuir a la economía popular, revitalizar espacios urbanos y fomentar la cohesión social.

En el proyecto "Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos", la movilidad se plantea como una estrategia planificada de activación económica. A través de una calendarización participativa y un sistema de rotación geográfica, se pretende que comerciantes organizados puedan ocupar un espacio público establecido de la Centralidad Barrial 13 de manera ordenada, promoviendo tanto la equidad en el acceso al territorio como la dinamización del entorno urbano. Esta lógica itinerante permite

descentralizar las oportunidades económicas y promover circuitos solidarios de consumo dentro del municipio.

h) Economía social y solidaria.

La Economía Social y Solidaria (ESS) es una forma de organización económica que se basa en principios de cooperación, equidad, solidaridad y sostenibilidad, situando a las personas y a las comunidades en el centro del proceso económico. A diferencia del modelo capitalista tradicional, que privilegia el lucro individual, la ESS busca generar valor económico y social simultáneamente, a través de iniciativas que promueven el trabajo colectivo, la gestión democrática y la redistribución de beneficios (Coraggio, 2011).

Las entidades que conforman este sector incluyen cooperativas, asociaciones, mutuales, colectivos y emprendimientos comunitarios, cuyas actividades abarcan desde la producción de bienes y servicios hasta el comercio justo, las finanzas solidarias y el consumo responsable. Laville (2004) destaca que la ESS representa un campo dinámico de innovación social que responde a necesidades insatisfechas por el mercado convencional y por el Estado, generando soluciones inclusivas y adaptadas a los territorios.

En contextos urbanos como Tuxtla Gutiérrez, la ESS ofrece una alternativa concreta para el fortalecimiento del comercio barrial y otras formas de economía popular. Al fomentar la autogestión, la asociatividad y el acceso colectivo a recursos, permite a los pequeños comerciantes mejorar sus condiciones de trabajo, aumentar su poder de negociación y construir redes de apoyo solidario. Además, la ESS contribuye a la formalización progresiva de actividades económicas mediante esquemas de acompañamiento, capacitación y financiamiento ético.

El proyecto "Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos" se fundamenta en los principios de la economía social y solidaria al promover la organización de comerciantes en redes, la toma de decisiones participativa y el fortalecimiento de

capacidades locales. Su enfoque colaborativo busca no solo activar el espacio público como plataforma comercial, sino también consolidar un ecosistema de economía solidaria que favorezca la justicia económica, la cohesión comunitaria y la sostenibilidad territorial.

i) Comercio local

El comercio local o de proximidad, se refiere al conjunto de actividades económicas desarrolladas en el entorno inmediato de las comunidades urbanas, generalmente a pequeña escala y fuera del circuito comercial corporativo o de grandes superficies. Este tipo de comercio forma parte esencial de las economías populares y representa una de las formas más accesibles de sustento para amplios sectores sociales en contextos de informalidad laboral, desigualdad económica o limitada inclusión financiera (Coraggio, 2011).

A diferencia del comercio formal establecido en centros comerciales o zonas altamente reguladas, el comercio barrial suele operar en espacios públicos, calles, tianguis, mercados locales, viviendas o estructuras semifijas, con una lógica basada en la cercanía con el consumidor, la confianza mutua y la adaptabilidad a las dinámicas del entorno. (Sassen, 2007) identifica en estas prácticas un modo alternativo de producción y circulación económica que resiste los procesos de homogenización del capital global y revitaliza las economías locales.

En ciudades como Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, el comercio barrial tiene un papel central en la generación de ingresos familiares, la empleabilidad de sectores vulnerables (como mujeres, personas adultas mayores y jóvenes sin acceso a empleos formales) y el fortalecimiento del capital social territorial. Asimismo, permite que productos alimentarios, artesanales o de uso cotidiano lleguen a los hogares a precios accesibles, con menores costos de traslado y con redes de intercambio que favorecen la reciprocidad entre vecinos.

A pesar de sus múltiples aportes, el comercio barrial enfrenta una serie de limitaciones estructurales: informalidad jurídica, acceso limitado a financiamiento, precariedad en los espacios de venta, falta de acompañamiento técnico y escasa articulación con políticas públicas de desarrollo económico. Según De Mattos (2010), estas prácticas suelen ser marginadas por las lógicas del urbanismo convencional, lo que genera conflictos con el uso del espacio público y su regulación.

En este contexto, reconocer el comercio barrial como una actividad legítima y necesaria para la sostenibilidad urbana requiere políticas que integren a estos actores en los procesos de planeación territorial. Desde una perspectiva de desarrollo local, la promoción del comercio de proximidad permite dinamizar la economía urbana desde abajo, fortaleciendo la autonomía comunitaria, la equidad territorial y la resiliencia frente a crisis económicas (Kliksberg, 2000).

El proyecto "Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos" asume este enfoque al visibilizar, organizar y dignificar las prácticas del comercio barrial. Propone una estrategia de itinerancia ordenada y colaborativa, que además de ocupar espacios públicos de forma planificada, promueve la capacitación, el empoderamiento y la articulación de redes económicas comunitarias.

j) Economía informal

La economía informal agrupa actividades productivas y comerciales que operan fuera de los marcos regulatorios formales, pero que representan una fuente significativa de empleo e ingresos en contextos urbanos. Este sector se asocia estrechamente con el comercio local, el uso del espacio público y el autoempleo, por lo que diversos enfoques destacan la importancia de transitar hacia esquemas de formalización progresiva y acompañamiento institucional (OIT, 2018; De Soto, 2000).

k) Autoempleo

El autoempleo es una forma de inserción laboral en la que las personas generan ingresos de manera independiente, generalmente vinculada a actividades de pequeña escala y comercio local. En contextos urbanos, el autoempleo funciona como estrategia de subsistencia y adaptación económica, aunque suele presentar condiciones de vulnerabilidad, lo que hace necesario su fortalecimiento mediante capacitación, acceso a infraestructura y políticas de desarrollo económico local (Tokman, 2007; Perry et al., 2007).

l) Microemprendimiento

Actividades económicas que surgen como estrategias de supervivencia de los trabajadores y de sus familias, en las que sus miembros ponen en actividad su principal recurso, el trabajo, en la producción de bienes y servicios, en general para la venta en el mercado o trueque.

Montero (2005) define a una microempresa como una organización económica administrada por uno o mas emprendedores con fines económicos, ético y sociales. Afirma que su capital es menor a los USD 100 000 y el número de empleados es no mayor a 10, incluyendo el dueño, se rige bajo la autogestión y cuenta con gran capacidad para adaptarse al medio.

En general las Microempresas podrían encuadrarse dentro de lo que se conoce como el trabajo informal. Este sector incluye distintos criterios según las fuentes, pero en general se refiere a aquellas ocupaciones que adoptan principalmente la forma de autoempleo, empleo familiar o asociativo y que, a diferencia de los empleos formales, sus condiciones laborales son mas precarias y no gozan de los seguros sociales (obra social, aportes jubilatorios, aguinaldo, seguro contra riesgos de trabajo, etc.)¹

¹ La categoría de informalidad es más amplia que la de microemprendimientos, e incluye también a los cuentapropistas individuales, al trabajo doméstico (empleados domésticos) y hasta los pequeños empresarios y sus empleados.

m) Innovación social

La innovación social se define como el desarrollo de soluciones nuevas y colaborativas orientadas a atender problemáticas sociales de manera más inclusiva y sostenible. En el ámbito urbano, este enfoque se expresa en modelos como redes de comercio local, infraestructura compartida y procesos de incubación comunitaria, que fortalecen el tejido social y promueven la inclusión productiva (Murray et al., 2010; Cajaiba-Santana, 2014).

5 ANTECEDENTES

En las últimas décadas, las ciudades han experimentado transformaciones significativas en el uso de sus espacios públicos debido al impacto económico global y a los cambios culturales urbanos. Estos espacios, tradicionalmente destinados a la convivencia social, cultural y comercial, han visto disminuir su relevancia ante el auge de grandes centros comerciales y cadenas de consumo masivo. Sin embargo, el comercio de barrio continúa siendo un elemento esencial para la vida urbana y comunitaria.

(Campoy, 2024) define al comercio como *“El latido de los barrios, un tejido vital que va más allá de la simple transacción económica”*, resaltando su influencia en la cohesión social y la identidad cultural. Desde esta perspectiva, el comercio local se presenta como un eje estratégico del desarrollo sostenible, al impulsar simultáneamente el dinamismo económico, la integración social y la preservación del patrimonio cultural inmaterial. Fortalecerlo implica promover comunidades más resilientes, equitativas y con identidad propia.

Históricamente, el comercio ha tenido un papel central en la organización social y económica de México. Un ejemplo paradigmático es el tianguis de Tlatelolco, que durante el periodo prehispánico fue el principal centro de intercambio en Mesoamérica. Su estructura, regulada y diversa, reunía diariamente a miles de comerciantes y consumidores, convirtiéndose en un modelo de organización económica y de aprovechamiento del espacio público. Este antecedente histórico demuestra que el comercio en espacios abiertos ha sido una práctica ancestral profundamente vinculada a la vida urbana y comunitaria.

En la actualidad, los mercados, tianguis y comercios locales continúan siendo nodos vitales del tejido social. No solo facilitan el acceso a bienes y servicios, sino que generan empleo, dinamizan la economía y fortalecen las cadenas productivas locales. Diversos estudios han demostrado que el comercio en espacios públicos representa una fuente de ingresos importante para familias de bajos recursos y un medio para reducir la

desigualdad. Además, su presencia en calles y plazas favorece la seguridad y la convivencia ciudadana, al tiempo que preserva tradiciones e identidades locales.

En este marco, el concepto de la ciudad de los 15 minutos emerge como una referencia metodológica relevante para comprender la pertinencia de los modelos de comercio itinerante. Esta propuesta urbana, desarrollada por Carlos Moreno y adoptada internacionalmente, plantea que todas las personas deben acceder a servicios básicos, equipamientos, comercio y actividades esenciales en un recorrido máximo de quince minutos (Moreno, 2023). El enfoque promueve la proximidad, reduce desplazamientos extensos, favorece la sostenibilidad ambiental, fortalece la cohesión social barrial y mejora la calidad de vida mediante una distribución más equitativa de oportunidades urbanas.

En 2020, la alcaldía de París adoptó el enfoque de la “ciudad de los 15 minutos”, otorgándole proyección internacional debido a su aplicación en una metrópoli de gran escala. Durante el periodo de confinamiento, se evidenció la necesidad de reactivar las dinámicas económicas, sociales y ambientales en el entorno inmediato de las personas. Asimismo, acontecimientos posteriores, como el conflicto en Ucrania y el incremento en los costos de la energía, las materias primas y los productos básicos, reforzaron la relevancia de promover el consumo y la producción de origen local.

En este contexto, la red de ciudades C40 incorporó el modelo de los 15 minutos como eje estratégico de transformación urbana. De igual manera, la Organización Mundial de la Salud subrayó el valor del uso del espacio público cercano como un factor determinante para generar beneficios económicos, ecológicos y sociales, destacando el papel de la salud urbana y territorial mediante la integración de áreas verdes, cuerpos de agua y condiciones atmosféricas de calidad.

Ilustración 1 Ciudad 15 minutos



Fuente: Cosas de Arquitectos, revista digital de arquitectura online desde 2009

Como señala (Páras, 2007), “el mercado es un espacio donde aflora con vitalidad el diálogo y la convivencia de los seres humanos”, lo que reafirma su función social más allá del intercambio económico.

A pesar de su relevancia, el comercio en espacios públicos enfrenta retos significativos, entre ellos la falta de regulación, la competencia con grandes cadenas comerciales y la necesidad de infraestructura adecuada. Estas limitaciones han impulsado la búsqueda de nuevas estrategias de revitalización del comercio barrial, particularmente mediante esquemas itinerantes que combinan la movilidad urbana con la promoción del consumo local.

En el ámbito internacional, la Municipalidad de Rosario, Argentina, implementó el Mercado Barrial Itinerante, un programa que busca acercar alimentos y productos elaborados por emprendedores locales a distintos barrios de la ciudad. Esta iniciativa fomenta el consumo responsable, la economía circular y la eliminación de

intermediarios, beneficiando tanto a productores como a consumidores (Rosario, 2020). Su éxito ha servido como referencia para otras experiencias similares en la región.

Ilustración 2 Mercado itinerante, municipalidad de Rosario, Argentina



Fuente: Nota. (Rosario, 2020)

En México, distintas entidades han puesto en marcha proyectos análogos que confirman la pertinencia del modelo itinerante. En Querétaro, el programa “Mercado Itinerante”, impulsado por la Secretaría de Desarrollo Sustentable, promueve la venta directa de productos locales en plazas y espacios públicos (El Regional, 2025). En la Ciudad de México, la Alcaldía Tlalpan implementó el “Tianguis Itinerante”, orientado a la reactivación económica postpandemia y al fortalecimiento de pequeños productores (Swissinfo.Ch, 2023). Por su parte, en Jalisco, las ferias y tianguis comunitarios itinerantes promovidos por la Secretaría de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres han impulsado la economía social con enfoque de género, fortaleciendo redes de colaboración, autonomía económica y esquemas de comercio justo (Gobierno del Estado de Jalisco, 2023).

Estas experiencias evidencian que los mercados itinerantes no solo promueven la economía local, sino que también reactivan los espacios públicos, fortalecen el sentido de comunidad y fomentan prácticas de consumo sustentable. En este marco, el proyecto “Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos” se plantea como una propuesta integral para visibilizar, organizar y fortalecer al comercio barrial, ofreciendo una plataforma flexible y sostenible que impulse la participación ciudadana, la identidad local y la economía urbana.

6 INFORME DEL RESULTADO DEL CASO PILOTO EN UN ESPACIO PÚBLICO DE LA CB/13

A lo largo del desarrollo del trabajo de investigación “Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos CB/13 UR” se llevaron a cabo diversas actividades orientadas al cumplimiento de los objetivos planteados. El presente apartado expone de manera sistemática las acciones realizadas, los resultados obtenidos y los aprendizajes derivados del proceso de implementación del proyecto.

En seguimiento a las actividades establecidas en el cronograma, se realizó el mapeo de espacios públicos en la Centralidad Barrial 09/UR. Entre las opciones consideradas se incluyeron los espacios ubicados en Pedregal de San Antonio, Parque Escondido, Santa Clara, Santa Cruz y El Carmen. Se llevaron a cabo recorridos de reconocimiento con el propósito de identificar las características físicas, condiciones de infraestructura y dinámicas territoriales de cada uno de estos espacios, a fin de determinar su viabilidad para la implementación del proyecto.

Derivado del análisis realizado, se determinó que el parque “Santa Cruz” reunía condiciones adecuadas en términos de infraestructura; sin embargo, durante el acercamiento con actores locales y comerciantes establecidos en el lugar, se identificó que dicho espacio contaba con una dinámica comercial previamente consolidada, lo que limitaba las posibilidades de intervención y la incorporación de nuevos actores económicos.

Ante esta situación, se analizaron nuevas alternativas dentro de la Centralidad Barrial 09/UR, considerando el parque de la colonia Shanká y el parque de la colonia Albania Alta. El primero presentaba infraestructura adecuada para la realización de talleres; no obstante, su entorno carecía de una dinámica comercial significativa. En contraste, el parque de la colonia Albania Alta reunía condiciones favorables tanto en términos de infraestructura como de actividad comercial en su entorno inmediato, por lo que se determinó como el espacio idóneo para dar continuidad a las acciones del proyecto.

En este contexto, se inició el diseño del taller denominado “Impulsa tu comercio”, con el objetivo de levantar información cualitativa sobre las principales dificultades que enfrentan los negocios locales en su operación cotidiana, identificar ideas y expectativas respecto a apoyos, herramientas o actividades que pudieran contribuir al fortalecimiento de los emprendimientos, así como recolectar insumos para el diseño de futuras intervenciones orientadas a la dinamización comercial en espacios públicos.

Para la difusión del taller, se elaboró un flyer promocional dirigido a las y los emprendedores de la colonia Albania Alta. La invitación se distribuyó de manera personalizada mediante recorridos casa por casa, en los cuales se proporcionó información sobre los objetivos y alcances de la actividad.

Ilustración 3 Taller "impulsa tu comercio" Albania Alta



Fuente: ICIPLAM

Posteriormente, se llevó a cabo el taller “Impulsa tu comercio” en la Biblioteca “Dr. Enoc Cansino”, ubicada en el parque de la colonia Albania Alta. La actividad se desarrolló bajo una metodología participativa, orientada a la recolección de información directa por

parte de las y los emprendedores del barrio, con el propósito de identificar necesidades, desafíos y propuestas de apoyo que contribuyeran al fortalecimiento de sus actividades comerciales.

Como resultado de la dinámica participativa, fue posible identificar elementos que reflejan el estado actual, las aspiraciones y los requerimientos prioritarios de los emprendimientos locales. No obstante, la asistencia registrada fue inferior a la esperada, con la participación de tres personas, lo que resultó insuficiente para la construcción de una agenda económica colectiva. En consecuencia, se determinó la reprogramación de la actividad con el objetivo de ampliar la participación y cobertura entre los actores convocados.

Ilustración 4 Taller "Impulsa tu comercio" Col. Lomas del Oriente



Fuente: ICIPLAM

Hallazgos relevantes y análisis del comercio barrial

A partir de la información recabada durante el taller y de los espacios de diálogo sostenidos con las y los emprendedores, se identificaron necesidades recurrentes que evidencian brechas estructurales en la gestión de los emprendimientos locales. De

manera consistente, más de la mitad de las personas participantes manifestaron dificultades para establecer precios adecuados, definir un nombre comercial, construir una identidad de marca y mejorar la presentación de sus productos, elementos que inciden directamente en su capacidad para competir y mejorar sus ingresos.

Estos hallazgos se inscriben en un contexto territorial caracterizado por una proporción mayoritaria de micronegocios y esquemas de autoempleo, desarrollados a pequeña escala y con bajos niveles de productividad. Este tipo de actividades se asocia comúnmente con ingresos limitados e inestables, así como con una escasa incorporación de herramientas de gestión comercial, administrativa y de planeación, lo que restringe las posibilidades de crecimiento y consolidación de los emprendimientos.

Asimismo, se observó que una parte significativa de las personas involucradas en estas actividades económicas son mujeres, particularmente en giros relacionados con el comercio barrial, la preparación de alimentos y los servicios. En estos casos, la actividad productiva suele coexistir con responsabilidades de cuidado no remuneradas, lo que limita el tiempo disponible para procesos de capacitación extensos y reduce el acceso a infraestructura productiva especializada.

Ilustración 5 Distribución Geoespacial: Top 10 actividades



Fuente: ICIPLAM

Desde la perspectiva de ingresos, se identificó que una proporción relevante de los emprendimientos de escala barrial se ubica en los rangos más bajos de percepción económica, lo que obliga a priorizar la subsistencia inmediata sobre la inversión en capacitación, equipamiento o mejora de procesos. En este contexto, la ausencia de conocimientos básicos en fijación de precios, cálculo de costos y estrategias de comercialización impacta de manera directa en la rentabilidad y sostenibilidad de los negocios.

La experiencia del proyecto permitió constatar que las intervenciones aisladas, como talleres puntuales o eventos temporales de comercialización, resultan insuficientes para modificar de manera sostenida estas condiciones. En consecuencia, se identificó la necesidad de avanzar hacia un modelo integral que articule procesos de aprendizaje, producción y comercialización, con el municipio como actor facilitador y catalizador del talento existente en los territorios.

Los resultados obtenidos a lo largo del proceso de implementación de la Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos permitieron identificar, además de los avances logrados, una serie de condicionantes estructurales que inciden de manera directa en el desempeño y sostenibilidad del comercio barrial. Las experiencias desarrolladas en distintas centralidades, así como los ajustes realizados en función de la respuesta territorial, evidenciaron que la viabilidad de este tipo de iniciativas depende no solo de la habilitación temporal de espacios públicos, sino de la existencia de condiciones institucionales que acompañen de forma continua a las y los emprendedores.

El trabajo de campo permitió constatar que, si bien existe interés y disposición por parte de las y los actores locales para participar en esquemas de comercialización colectiva, persisten brechas significativas en materia de gestión comercial, acceso a infraestructura productiva y fortalecimiento de capacidades, las cuales limitan la consolidación de procesos económicos sostenibles. Asimismo, se observó que factores como la disponibilidad de tiempo, las dinámicas organizativas barriales y los cambios

en las representaciones comunitarias influyen de manera determinante en la continuidad de las acciones y en la participación de los actores involucrados.

En este sentido, los aprendizajes derivados del proyecto ponen de manifiesto la necesidad de replantear el alcance de la Red Itinerante como una estrategia integral de desarrollo económico local, que trascienda la lógica de intervenciones aisladas y se articule con procesos formativos, de acompañamiento técnico y de acceso compartido a infraestructura. La evidencia recabada a lo largo del informe sugiere que la participación municipal resulta clave para generar estos entornos habilitantes, reducir brechas estructurales y potenciar el talento existente en los territorios.

Bajo este marco, los hallazgos presentados constituyen la base para la formulación de recomendaciones orientadas a fortalecer el diseño, la operación y la sostenibilidad de la Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos, así como para definir mecanismos institucionales que permitan su consolidación y escalamiento en otras centralidades barriales del municipio.

7 RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

Las recomendaciones que se presentan a continuación se formularon a partir de los hallazgos obtenidos durante la implementación del proyecto Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos, del análisis de las condiciones sociales, territoriales y económicas que inciden en el comercio barrial, así como de las experiencias y aprendizajes derivados de la participación en el Professional Fellows Programs for Economic Empowerment y de las visitas realizadas a ecosistemas consolidados de innovación, manufactura y emprendimiento comunitario. Este marco permitió contrastar la experiencia local con modelos internacionales de fortalecimiento del emprendimiento, infraestructura compartida y acompañamiento institucional, retomando aquellos elementos susceptibles de ser adaptados al contexto municipal.

En este sentido, se recomienda fortalecer el diseño y la implementación de la Red Itinerante de Comercios Locales en Espacios Públicos mediante la incorporación de infraestructura compartida, capacitación técnica y acompañamiento institucional como ejes estratégicos para el desarrollo económico local y la activación de los espacios públicos. La efectividad de esta estrategia puede evaluarse a partir del porcentaje de comercios participantes que acceden a infraestructura compartida, la reducción promedio de costos de producción y la optimización de procesos productivos entre los emprendimientos vinculados a la Red.

Se recomienda integrar al proyecto principios y prácticas del Fimbel Maker & Innovation Lab de Mount Holyoke College, particularmente aquellos relacionados con la innovación aplicada, el prototipado y el fortalecimiento de competencias técnicas, creativas y analíticas. La incorporación de este enfoque permite impulsar el desarrollo de nuevos productos y la mejora de los existentes, así como la generación de valor agregado. El impacto de esta recomendación puede medirse a través del número de prototipos desarrollados, la cantidad de productos rediseñados o mejorados y el

fortalecimiento de capacidades técnicas de las y los participantes derivado de los procesos de capacitación.

Asimismo, se recomienda considerar la experiencia de MakerSpace NYC como referencia para el impulso de la manufactura urbana y el acceso compartido a maquinaria y tecnología especializada. La habilitación de talleres de manufactura ligera y el uso de herramientas industriales y digitales facilitan la diversificación productiva y reducen las barreras de entrada para pequeños productores. La implementación de esta estrategia puede evaluarse mediante el número de emprendimientos que utilizan los talleres, la frecuencia de uso de la maquinaria y la ampliación de líneas de productos ofrecidas por los comercios participantes.

Ilustración 6 Makerspace



Fuente: ICIPLAM

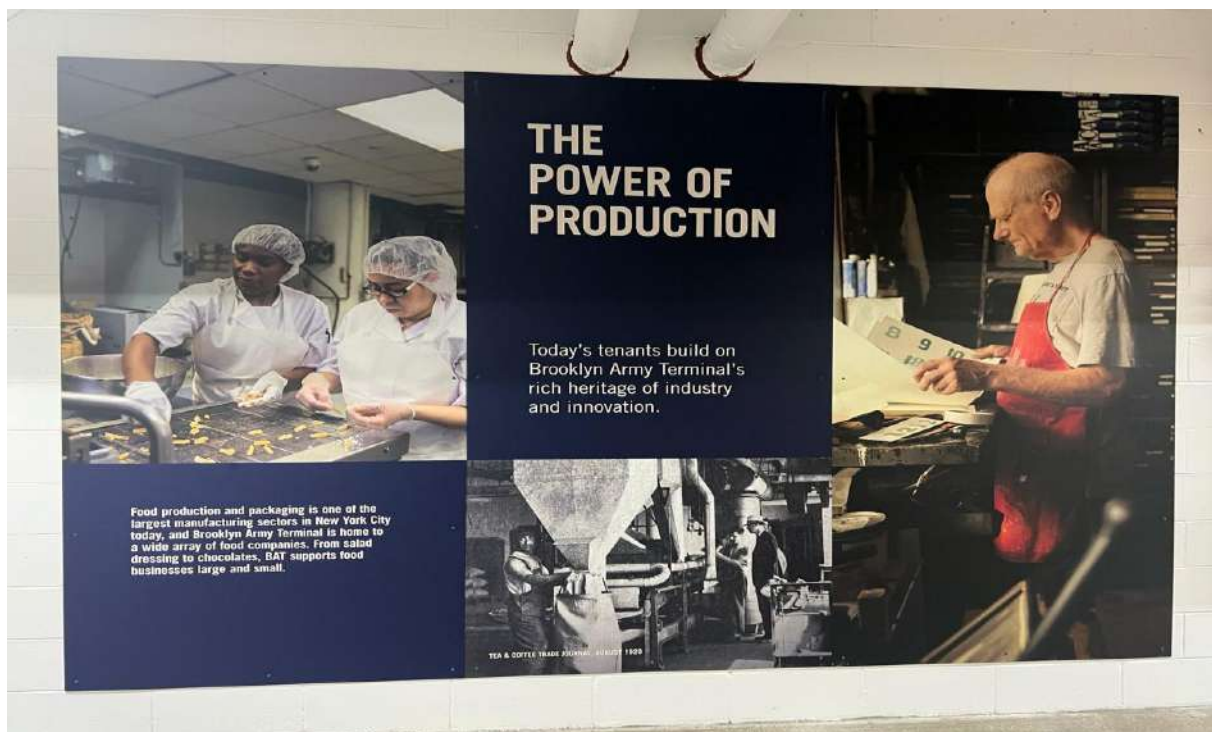
De igual forma, se recomienda incorporar modelos de incubación comunitaria de emprendimientos, tomando como referencia la experiencia de la organización

Nuestras Raíces, particularmente en lo relativo al emprendimiento alimentario. La adopción de esquemas de capacitación, acompañamiento para la formalización de negocios y uso de cocinas comerciales certificadas contribuye al fortalecimiento de la economía local y al cumplimiento de normativas sanitarias. El impacto de esta recomendación puede medirse a partir del número de emprendimientos incubados, la cantidad de negocios que transitan hacia la formalidad y el incremento de unidades productivas que cumplen con los requisitos sanitarios establecidos.

Asimismo, se recomienda que la Red Itinerante se articule con procesos integrales de producción, transformación, comercialización y capacitación, de manera que no se limite únicamente a la ocupación temporal de espacios públicos. La consolidación de estas cadenas de valor puede evaluarse mediante el número de participantes que concluyen procesos formativos, el incremento en los ingresos promedio de los comercios vinculados a la Red y la permanencia de los emprendimientos dentro del esquema itinerante a lo largo del tiempo.

En este contexto, se plantea como recomendación estratégica explorar la creación de un Centro Municipal de Producción y Emprendimiento en Tuxtla Gutiérrez, concebido como un espacio multifuncional que integre una cocina comercial certificada, talleres de manufactura ligera, aulas de capacitación, áreas de prototipado y espacios de venta. Este centro puede operar como un nodo articulador de la Red Itinerante, ofreciendo infraestructura compartida y acompañamiento institucional. Su impacto puede medirse a través del número de personas emprendedoras usuarias del centro, la tasa de ocupación de los espacios productivos, la generación de alianzas interinstitucionales y la replicabilidad del modelo en otras centralidades barriales del municipio.

Ilustración 7 Makerspace



Fuente: ICIPLAM

Bajo esta perspectiva, se recomienda que la implementación de sistemas de micro credenciales o certificaciones modulares se articule con los procesos de capacitación y acompañamiento promovidos por la Red Itinerante, a fin de generar trayectorias formativas progresivas y reconocidas institucionalmente. La vinculación con el marco normativo del CONOCER permitiría no solo validar competencias técnicas adquiridas de manera empírica, sino también facilitar la movilidad laboral, el acceso a nuevos mercados y la mejora de condiciones de ingreso de las y los participantes. El impacto de esta estrategia podría evaluarse a través del número de micro credenciales emitidas, la tasa de acreditación de competencias, la inserción o consolidación de emprendimientos certificados y la percepción de valor de la certificación por parte del mercado y de los propios beneficiarios.

Finalmente, considerando que la Red Itinerante de Comercios Locales no logró implementarse en su totalidad durante el periodo de ejecución, se recomienda

aprovechar la experiencia como un proceso de aprendizaje institucional para fortalecer las condiciones necesarias para su puesta en marcha en futuras ediciones. En este sentido, resulta prioritario establecer esquemas claros de gobernanza, operación y coordinación interinstitucional que permitan definir responsabilidades, tiempos y recursos de manera más precisa.

Asimismo, se sugiere desarrollar lineamientos operativos formales, mecanismos de seguimiento y criterios de evaluación que aseguren la viabilidad técnica, administrativa y financiera del modelo, así como la toma de decisiones basada en evidencia. Estos ajustes permitirán generar un entorno institucional más sólido que facilite la implementación efectiva de la Red.

Desde la perspectiva ciudadana, se identifica como un aspecto clave el fortalecimiento continuo de los mecanismos de participación y vinculación con las y los comerciantes locales, a fin de consolidar su involucramiento, confianza y corresponsabilidad en el proyecto. La combinación de un marco institucional fortalecido y una participación social activa incrementará las probabilidades de éxito en una futura implementación de la Red Itinerante.

En conjunto, las recomendaciones reorientan la estrategia hacia el fortalecimiento de capacidades productivas y organizativas del comercio barrial, posicionando al Centro Municipal de Producción y Emprendimiento Barrial como un instrumento clave para la viabilidad futura del modelo. Más allá de la habilitación de espacios físicos para la comercialización, el Centro se concibe como un dispositivo integral de formación, capacitación técnica y acompañamiento especializado, orientado a preparar y fortalecer la mano de obra local, agregar valor a los procesos productivos existentes y mejorar la competitividad de los emprendimientos.

A través de esquemas de capacitación, certificación de competencias, asesoría en costos, fijación de precios, identidad comercial, cumplimiento normativo y estrategias de comercialización y marketing digital, el Centro permitiría atender de manera

estructurada las necesidades básicas de las personas emprendedoras, reduciendo brechas de capacidades y fortaleciendo la formalización progresiva. De esta manera, el Centro sienta bases más sólidas para una futura implementación de la Red Itinerante, al consolidar previamente capacidades productivas, organizativas y comerciales que incrementen la sostenibilidad, escalabilidad y replicabilidad del modelo, contribuyendo al fortalecimiento de la economía local y el tejido social.

8 REFERENCIAS

Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. (2024). *Programa Municipal de Desarrollo Urbano de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas 2021-2050*. Periódico Oficial del Estado de Chiapas.

Borja, J. (Marzo de 2005). REVOLUCIÓN URBANA Y DERECHOS CIUDADANOS: 534.

Borja, J. (2014). *Revolución urbana y derechos ciudadanos*. Alianza Editorial.

Borja, J., & Castells, M. (2016). *Local y global: La gestión de las ciudades en la era de la información*. Taurus.

Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. *Technological Forecasting and Social Change*, 82, 42-51. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.05.008>

Canclini, N. G. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.

Campoy, S. E. (2024). *El comercio y su importancia en los barrios: motor económico y social*. LinkedIn Pulse.

Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria*. CLACSO. Quito: Ediciones UNGS.

De Soto, H. (2000). *El misterio del capital: Por qué el capitalismo triunfa en Occidente y fracasa en el resto del mundo*. Editorial Diana.

De Mattos, C. A. (2010). *Globalización y metamorfosis urbana en América Latina*. Santiago.

DENUE. (2025). INEGI. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

Foster, S., & Iaione, C. (2016). The city as a commons. *Yale Law & Policy Review*, 34(2), 281-349.

El Regional. (10 de Abril de 2025). Obtenido de El Regional: <https://elregionaljoven.com/2025/04/29/queretaro-fortalece-su-mercado-interno/>

Gehl, J. (2010). *Ciudades para la gente*. Ediciones Infinito.

Geografía, I. N. (2019). INEGI. Obtenido de INEGI: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>

Harvey, D. (2008). El derecho a la ciudad. *New Left Review*, 53, 23-40.

Gobierno del Estado de Jalisco. (2023). *Acciones de fortalecimiento de la autonomía económica de las mujeres y economía social comunitaria*. Secretaría de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres.

Inegi. (2020). *Subsistema de Información Demográfica y Social*. Obtenido de Censo de Población y Vivienda 2020: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2025). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUe)*, junio 2025.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024). *Delimitación de colonias y otros asentamientos humanos (DCAH)*. <https://www.inegi.org.mx/programas/dcah/>

Jordi Borja, M. C. (1997). *Local y global: la gestión de las ciudades en la era de la información*. Taurus.

Jordi Borja, Z. M. (2003). Borja, J., & Muxí, Z. (2003). *El espacio público: Ciudad y ciudadanía*. Barcelona: Electa.

Kliksberg, B. (2000). *El capital social y cultura: Claves olvidadas del desarrollo*. Banco Interamericano del Desarrollo.

Laville, J.-L. (2004). *El marci de la economía social y solidaria*. Altamira.

Lefebvre, H. (1968). *El derecho a la ciudad*. Ediciones Península.

México, G. d. (2025). *Constitucion Política de los Estados Unidos Mexicanos. Diario Oficial de la Federación*.

Montero, M. (2005). Economía popular y comercio informal en ciudades latinoamericanas. *Revista de Estudios Urbanos y Regionales*, 52(138),34-40.

Montero, M. (2020). Comercio móvil y espacio público: Nuevas prácticas urbanas en América Latina. *Revista de Estudios Urbanos y Regionales*, 46(138),55-72.

Moreno, C. (Diciembre de 2023). *Revista Vivienda Infonavit*. Obtenido de Alternativas Integrales e Inclusivas: <https://revistavivienda.infonavit.org.mx/2023/12/14/carlos-moreno/>

Moreno, C., Allam, Z., Chabaud, D., Gall, C., & Pratlong, F. (2021). Introducing the “15-minute city”: Sustainability, resilience and place identity in future post-pandemic cities. *Smart Cities*, 4(1), 93–111. <https://doi.org/10.3390/smartcities4010006>

Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). The open book of social innovation. The Young Foundation.

Organización Internacional del Trabajo. (2018). Women and men in the informal economy: A statistical picture (3rd ed.). International Labour Office.

Páras, P. (2007). *Mercados y vidas comunitarias*. Editorial Trillas.

Perry, G. E., Maloney, W. F., Arias, O. S., Fajnzylber, P., Mason, A. D., & Saavedra-Chanduvi, J. (2007). Informality: Exit and exclusion. World Bank.

Rosario, R. (28 de Enero de 2020). Rosario la Feria Itinerante. *Redaccion Rosario*.

Sassen, S. (2007). *Una sociedad de la Globalización*. Madrid: Katz Editores

Swissinfo.Ch. (10 febrero de 2023). Obtenido de The Swiss voice in the world since 1935: [https://www.swissinfo.ch/spa/capital-mexicana-consolidar%C3%A1-su-reactivaci%C3%B3n-econ%C3%B3mica-con-tianguis-tur%C3%ADstico/48277392#:~:text=Ciudad%20de%20M%C3%A9xico%2C%2010%20feb%20\(EFE\).%2D%20El,viernes%20la%20jefa%20de%20Gobierno%2C%20Claudia%20Sheinbaum](https://www.swissinfo.ch/spa/capital-mexicana-consolidar%C3%A1-su-reactivaci%C3%B3n-econ%C3%B3mica-con-tianguis-tur%C3%ADstico/48277392#:~:text=Ciudad%20de%20M%C3%A9xico%2C%2010%20feb%20(EFE).%2D%20El,viernes%20la%20jefa%20de%20Gobierno%2C%20Claudia%20Sheinbaum).

Tokman, V. (2007). Informality and employment in Latin America. *International Labour Review*, 146(1-2), 1-22.

UN-Habitat. (2020). *UN-Habitat*. Obtenido de <https://unhabitat.org/international-guidelines-on-urban-and-territorial-planning>