



SORAYA PÉREZ MUNGUÍA
2023, AÑO DE FRANCISCO VILLA, EL REVOLUCIONARIO DEL PUEBLO"

Villahermosa, Tabasco a 17 de octubre de 2023.

Asunto: Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable del Estado de Tabasco.

DIP. EMILIO ANTONIO CONTRERAS MARTÍNEZ DE ESCOBAR
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA
H. CONGRESO DEL ESTADO DE TABASCO
LXIV LEGISLATURA
PRESENTE

La suscrita **Diputada Soraya Pérez Munguía** integrante de la LXIV Legislatura al H. Congreso de Tabasco, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 33, fracción II, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco, 22 fracción I, 120,121 fracción II, de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Tabasco, me permito presentar ante el pleno de esta soberanía la presente Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la **Ley de Desarrollo Rural Sustentable del Estado de Tabasco** teniendo como sustento, lo siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

PRIMERO. El mercado tradicional es una figura a través de la cual se llevan a cabo acciones de consumo e intercambio entre productores y consumidores. Su función principal es ofertar bienes y atender clientela de escasos recursos, provenientes de comunidades rezagadas y colonias aledañas, actuando como el elemento de articulación entre las economías urbanas y las populares, que responde a la demanda de los sectores sociales que conforman el entramado propio de cada región, y contribuyen a la integración regional mediante el intercambio de bienes entre sectores de bajos recursos económicos.

En México, el mercado prehispánico se conocía como *tianquixtli*, y hace referencia al lugar donde se realizaban intercambios comerciales, y contaba con diversas vías de comunicación y transporte donde el intercambio solía efectuarse a través del trueque.

Actualmente, los tianguis o mercados sobre ruedas, se encuentran en diversas regiones de México y tienen la peculiaridad de establecerse un día a la semana en una zona específica de la región que suele aglutinar a los segmentos populares y clase medieros de la sociedad, donde conviven pueblos, comunidades indígenas y colonias urbano-populares que permiten la interacción de valores y tradiciones que les identifican, en un entorno donde se garantiza la subsistencia tanto de los comerciantes como de los consumidores, fortaleciendo así, las relaciones entre ambos a través del intercambio mayoritariamente económico que comienza a introducir el pago electrónico en sus labores cotidianas.

Los tianguis, mercados sobre ruedas o **mercados itinerantes** son considerados como tal, si operan al menos una vez por semana, sin importar dimensiones, cantidad de negocios operantes o los productos que vendan; siendo la regularidad de su presencia, así como la facultad de movilidad de una localidad a otra, características imperantes.¹

Es habitual que esta forma de comercio busque desacreditarse al definirle como comercio informal o susceptible de volverse ilegal, debido a que suelen incorporar productos piratas, regularmente provenientes de distintas partes del mundo, como manera de integración del mercado global.

El origen ancestral de la práctica es producto de diversos usos y costumbres, y responde directamente a las necesidades inherentes a la población mexicana, lejos de lo estipulado por las tendencias globalizadoras, que buscan segmentar a la población mediante criterios de jerarquía social, así como de origen étnico y cultural.

¹ Gobierno de México. "Tianguis: origen y tradiciones. El intercambio como parte de la historia". Consultado en: <https://www.gob.mx/siap/articulos/tianguis-origen-y-tradiciones?idiom=es>, el 9 de octubre de 2023.

El **mercado itinerante** compite directamente con otras ofertas como son los mercados fijos, las recauderías, y los supermercados, siendo éstos últimos los que suelen excluir socialmente a los elementos de la sociedad menos redituables, estigmatizando y promoviendo estereotipos nocivos para cualquier forma de organización social.

Asimismo, el **mercado itinerante** es uno de los escenarios principales para concentrar la venta de alimentos tradicionales preparados y la venta de productos del huerto y de recolección directa, actividades realizadas en su mayoría por mujeres proveedoras del hogar, logrando situarse como un escenario económico que fortalece a las mujeres.

El **mercado itinerante** representa una viva resistencia ante la proliferación del mercado de bienes manufacturados, al ser el lugar idóneo donde se pueden adquirir desde animales de corral y demás productos agrícolas para autoconsumo del campo a la ciudad, hasta artículos de segunda mano, y sobre todo, el lugar donde se pueden abastecer los productos de primera necesidad provenientes de los lugares donde son producidos, evitando así la especulación, acaparamiento y el alza injustificada en los precios de los productos agropecuarios y agroindustriales, fomentando así un comercio justo.

Siendo la cohesión social un factor importante para que las sociedades prosperen económicamente, y se fomente un desarrollo sostenible, el **mercado itinerante** representa una forma dinámica de comercio que obedece a las condiciones y capacidades adquisitivas de la mayoría de la población, contribuyendo a un ahorro significativo en la canasta básica, a la par que hace comunidad y presenta espacios de socialización y recreación, logrando convertirse en auténticos atractivos turísticos dónde la economía moral impera.

Además, uno de los cambios que trajo consigo la pandemia por COVID-19 fue el incremento de la tendencia a **preferir alimentos naturales con un fuerte enfoque solidario** hacia sectores **vulnerables: los pequeños emprendedores y productores de agricultura familiar, quienes** contribuyen a mantener la disponibilidad de alimentos y productos de primera necesidad a través de diferentes **esquemas de comercialización**, ya sean locales, nacionales o internacionales, en circuitos cortos de comercialización, cadenas de valor o mercados concentrados, con el plus del uso de un espacio abierto sin aglomeraciones, lo que reducía el riesgo de contagio por el mortal virus, situación que respaldaba las recomendaciones de ONU-Hábitat, donde se defendía el establecimiento de mercados temporales de alimentos en espacios públicos para disminuir la densidad de asistentes a los mercados habituales.²

Ante la inminente crisis provocada por el encierro, los pequeños productores e intermediarios, se **reinventaron y trascendieron las formas de comercialización** para aportar soluciones a través de un constante uso de **circuitos cortos de comercialización**, que son articulaciones de productores individuales u organizados informalmente, de productos frescos o procesados, diferenciados sin certificación, con consumidores intermedios o finales, en las que participa máximo un intermediario con el que, en la mayoría de los casos, no se definen acuerdos previos a la venta, y en las que se desarrollan relaciones de proximidad. Incluso, surgieron **nuevas opciones de relacionamiento comercial**, como las ventas con soporte en las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), como las ventas en línea de canastas de productos, pedidos vía WhatsApp, y entregas a domicilio, opciones que además permitían la **interacción entre el productor y el consumidor, lo que favorece la estabilidad de la oferta y la calidad de los productos ofrecidos, además de contribuir a la sostenibilidad de este esquema de comercio.**³

² ONUHABITAT. "Espacio público y COVID-19". Consultado en: <https://onuhabitat.org.mx/index.php/espacio-publico-y-covid-19?fbclid=IwAR0bIV3DT51oEv5Tvqz7hzF7Slyar5L8NRw-A6i8GgLVQ8l4P17nmy69E4>, el 9 de octubre 2023.

³ Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. "Circuitos cortos y mercados itinerantes como alternativas sostenibles de comercialización". Consultado en: <https://blog.iica.int/blog/circuitos-cortos-mercados-itinerantes-como-alternativas-sostenibles-comercializacion>, el 9 de octubre de 2023.

La ausencia de intermediarios es el motivo por el cual los precios de los productos que se compran directamente a los productores son mucho menores, pues los intermediarios son quienes suelen comprar sus productos a los productores, los seleccionan, transforman, transportan, exportan, empaican y los distribuyen de manera directa o indirecta a los consumidores, siendo así, que los intermediarios determinan en gran parte la repartición del valor, condicionando el desarrollo productivo, y en caso de quedarse con una proporción significativa del valor agregado en detrimento de las ganancias de los productores, los intermediarios restan posibilidades de desarrollo a los demás actores, afectando negativamente la competitividad de la cadena en su conjunto, pues los productores que reciben pocas ganancias no están en posibilidades de invertir en maquinaria y equipo ni nuevos conocimientos tecnológicos para fortalecer la productividad y calidad condenando la cadena a un permanente estado de baja productividad.⁴ Razón por la cual, es indispensable corregir los desequilibrios en la distribución dentro de las cadenas de valor para fomentar los procesos de desarrollo competitivo en conjunto, principalmente, a través de medidas innovadoras que respondan a las dinámicas locales de cada poblado.

SITUACIÓN DEL CAMPO Y ECONOMÍA EN TABASCO

En Tabasco, se han realizado diversos esfuerzos para el fortalecimiento de la economía, en la presente administración se han distribuido miles de millones de pesos, 40 mil millones de pesos a través de los “Programas Sociales”, beneficiando a 550 mil tabasqueños, y proyectos emblemáticos como son la Refinería Olmeca y el Tren Maya, esfuerzos que no han logrado garantizar a la población el acceso a alimentos básicos a un precio accesible.

⁴ Comisión Económica para América Latina y el Caribe. “Los intermediarios en cadenas de valor agropecuarias. Un análisis de la apropiación y generación de valor agregado. Consultado en: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/24a6b1f0-f8e5-43d9-8e34-e334c7691a1d/content> , el 9 de octubre de 2023.

De acuerdo con datos del **Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)**, Tabasco registró el mayor incremento del **Indicador Trimestral de la Actividad Económica Estatal (ITAEE)** entre el cierre de 2019, previo a la pandemia, y los primeros tres meses de 2023, con una tasa de 24.3 por ciento, sin embargo, también se ubicó como el estado con el mayor porcentaje de hogares que experimentaron en el último trimestre del año pasado quedarse sin comida por falta de dinero o recursos, 24% del total. En Tabasco según las cifras actualizadas del **CONEVAL**, son más de un millón de tabasqueños sumidos en la pobreza; y a pesar de que es uno de los lugares con mayores programas sociales federales, Tabasco se mantiene como la sexta entidad con mayor porcentaje de la población en pobreza extrema de todo el país, 58% de la población no tiene acceso a la seguridad social, 45% no tiene acceso a un sistema de salud, somos la 4º entidad federativa con peores servicios públicos a la vivienda y mantenemos el primer lugar con la mayor pobreza alimentaria de México. Tabasco es uno de los 10 estados con la mayor cantidad de población con un ingreso laboral inferior al costo de la canasta básica.

En la evaluación realizada por **Grupo Consultor de Mercados Agrícolas al Paquete Contra la Inflación y la Carestía (PACIC)**, arrojaron datos que confirman que, a un año de implementarse dicho programa, los costos de los productos de la canasta básica - especialmente frutas y verduras- se siguieron incrementando hasta alcanzar un 9.1% y alimentos procesados y ropa, que aumentaron un 5.78%.

La pobreza aumenta y a la par, la superficie de uso agrícola en Tabasco disminuyó un 9% en los últimos 15 años al pasar de 622 mil 179 hectáreas que se tenían en 2007 a 565 mil 923 que se reportaron en 2022, y de acuerdo al **Censo Agropecuario 2022**, los jóvenes han perdido la vocación agrícola, pues en la actualidad 75% de la mano de obra lo constituyen personas mayores de 45 años.

En los últimos 30 años se ha perdido más de un millón de hectáreas de selva tropical, en más de dos décadas se han perdido más de 26 mil hectáreas de cacao, todo esto debido a los **fenómenos como las plagas, migración, inseguridad, falta de apoyo al campo y atención al sector campesino.**

En lo que respecta a la migración, hay dos vertientes, tanto la de las personas que abandonaron sus tierras hasta los que migraron a la industria petrolera, siendo otros factores que han debilitado al sector.⁵

Diversos especialistas han estudiado el “**Caso Tabasco**”, sobre la situación económica y rezago social en la entidad, es el caso de la **Coordinadora de Comercio Exterior y Mercado Laboral del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), Ana Gutiérrez,** quien precisó que hay una serie de factores que explican por qué la población de Tabasco no se ha visto beneficiada por los proyectos de la refinería de Dos Bocas, y del Tren Maya. En primer lugar, sostiene que desde que se anunció la creación de estos dos proyectos federales, a nivel estatal no se elaboró una política pública de desarrollo socioeconómico, contemplando el rezago que tiene la entidad y las áreas de oportunidad en materia de crecimiento económico, además, que no se creó una estructura económica redistributiva a partir de los niveles de marginación que ha presentado Tabasco durante las últimas décadas.

De igual forma, la **Presidenta del Colegio de Economistas de Aguascalientes, Dafne Viramontes,** ha señalado que en Tabasco no se buscó integrar o desarrollar cadenas de proveeduría que pudieran abastecer en materia de construcción o de atender las necesidades que se tienen alrededor de las etapas de construcción y operación de la refinería y del Tren Maya, sostuvo que no se ha preparó el gobierno para recibir proyectos de esta magnitud para contar con el personal técnico especializado y suficiente, de tal suerte que no se pudo aprovechar esta oportunidad.

⁵ <https://www.elheraldodetabasco.com.mx/local/en-tres-decadas-la-vocacion-agricola-decayo-en-tabasco-10811499.html>

También, el **académico del Tecnológico de Monterrey, Héctor Magaña**, ha señalado que otro factor por el cual Tabasco mantiene altos niveles de rezago es la elevada inflación, particularmente de los alimentos, lo que ha provocado que a varios hogares les sea insuficiente adquirir la alimentación necesaria; constancia de esto, es que durante la primera quincena de julio pasado, la inflación anual de alimentos en Tabasco se ubicó 6.34%, superior al índice general, de 4.45%.⁶

SEGUNDO. En Tabasco, la Secretaría de Desarrollo Agropecuario, Forestal y Pesca (SEDAFOP) es la encargada de promover el bienestar social y económico de los productores, de sus comunidades, de los trabajadores del campo y, en general, de los agentes de la sociedad rural, mediante la diversificación, la generación de empleo y el impulso de políticas, acciones y programas en el medio rural que sean considerados prioritarios para su desarrollo, funciones que están establecidas en el artículo 6 de la **Ley de Desarrollo Rural Sustentable del Estado de Tabasco**.

Desde 2023, esta Secretaría, en coordinación con el gobierno federal y municipal, implementa los proyectos: "Apoyo a los productores agropecuarios, forestales, pesqueros, acuícolas y agroindustriales para la difusión de su oferta de productos", "Desarrollo de capacidades productivas en comunidades rurales del proyecto" y "Programa de apoyo al desarrollo agroindustrial y comercialización", entre otros.

⁶ <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Tabasco-obtiene-primer-lugar-en-crecimiento-economico-pero-tambien-en-rezago-social-20230808-0105.html#>

Especial relevancia por la materia de esta iniciativa, es el programa que implementa el Gobierno Federal, a través de la **Secretaría de Bienestar** denominado **“Sembrando Vida”** que busca contribuir al bienestar social de sembradoras y sembradores a través del impulso de la autosuficiencia alimentaria, con acciones que favorezcan la reconstrucción del tejido social y la recuperación del medio ambiente a través de la implementación de parcelas con sistemas productivos agroforestales.

Entre los objetivos que mantiene este programa está el rescatar al campo, reactivar la economía local y la regeneración del tejido social en las comunidades, como parte de las estrategias para alcanzar estos objetivos se complementa en coordinación con las autoridades municipales la acción **“Tianguis Campesino”**, que tiene como objetivo principal reactivar la economía de productores del campo y emprendedores locales. El mencionado tianguis se ha desarrollado en diversos municipios como son: Tenosique, Balancán, Emiliano Zapata, Comalcalco, Teapa, Jalapa, Macuspana, Cárdenas y Centro, por mencionar algunos, con enorme éxito.

El objeto de esta iniciativa es elevar esta acción al marco legal, y aperturarla no sólo para los beneficiarios del programa federal sino para todos los ciudadanos, de tal suerte que los **“Mercados Itinerantes”**, serían espacios abiertos para productores -inscritos o no en Sembrado Vida-, donde no sólo se oferten productos del campo sino todos aquellos de primera necesidad para cualquier familia, abarcando áreas rurales y urbanas.

Incorporar una política de **“Mercados Itinerantes”** en la Ley de Desarrollo Sustentable del Estado de Tabasco dentro de las facultades de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario, Forestal y Pesca (SEDAFOP), tendría como objetivo: apoyar a la economía familiar, generar ingresos permanentes a productores, fomentar el consumo local, mejorar la articulación de las cadenas productivas de cada municipio, mayor alcance de los apoyos que ya brinda el gobierno federal y la reactivación del desarrollo económico para el fortalecimiento de los 17 municipios de Tabasco.

Además, una política que permita "**mercados itinerantes**" en Tabasco propiciaría un comercio justo y sin intermediarios, así como mecanismos de organización, certificación e integración formal de los participantes con todas las facilidades del estado para su implementación y ejecución.

TERCERO. En ese sentido, para explicar el sentido y alcance de las reformas propuestas, se presenta un cuadro comparativo entre la legislación vigente y la presente propuesta de reformas a la Ley de Desarrollo Rural Sustentable del Estado de Tabasco:

CUADRO COMPARATIVO

| LEY DE DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE DEL ESTADO DE TABASCO | |
|---|---|
| DICE | DEBE DECIR |
| <p>TÍTULO PRIMERO DEL OBJETO, APLICACIÓN, AUTORIDADES Y OTRAS DISPOSICIONES PRELIMINARES.</p> <p>...</p> <p>ARTÍCULO 7.- La Secretaría tendrá, además de las señaladas en la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Tabasco, las siguientes atribuciones:</p> <p>(I a XXV)...</p> <p>SIN CORRELATIVO</p> | <p>TÍTULO PRIMERO DEL OBJETO, APLICACIÓN, AUTORIDADES Y OTRAS DISPOSICIONES PRELIMINARES.</p> <p>...</p> <p>ARTÍCULO 7.- La Secretaría tendrá, además de las señaladas en la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Tabasco, las siguientes atribuciones:</p> <p>(I a XXV) ...</p> <p>XXV BIS. - Diseñar y poner en marcha estrategias para desarrollar mercados itinerantes en la entidad, con la finalidad de propiciar el comercio justo sin intermediarios, así como idear los</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>mecanismos de organización, certificación e integración formal de los participantes.</p> |
| <p style="text-align: center;">CAPÍTULO IX DE LA COMERCIALIZACIÓN</p> <p>...</p> <p>ARTÍCULO 117.- El Ejecutivo Estatal, promoverá la constitución, integración, consolidación y capitalización de las empresas comercializadoras de los sectores social y privado dedicadas al acopio y venta de productos ofertados por los agentes de la sociedad rural y en especial los procesos de acondicionamiento y transformación industrial que las mismas realicen.</p> <p>Además, apoyará la realización de estudios de mercado y la promoción de productos en los mercados estatal, nacional y extranjero. Asimismo, brindará a los productores rurales asistencia de asesoría y capacitación en operaciones de exportación, contratación, transportes y cobranza, entre otros aspectos.</p> | <p style="text-align: center;">CAPÍTULO IX DE LA COMERCIALIZACIÓN</p> <p>...</p> <p>ARTÍCULO 117.- El Ejecutivo Estatal, promoverá la constitución, integración, consolidación y capitalización de las empresas comercializadoras de los sectores social y privado dedicadas al acopio y venta de productos ofertados por los agentes de la sociedad rural y en especial los procesos de acondicionamiento y transformación industrial que las mismas realicen.</p> <p>Además, apoyará la realización de estudios de mercado y la promoción de productos en los mercados estatal, nacional y extranjero. Asimismo, brindará a los productores rurales asistencia de asesoría y capacitación en operaciones de exportación, contratación, transportes y cobranza, entre otros aspectos.</p> |

SIN CORRELATIVO

ARTÍCULO 117 BIS.- La Secretaría deberá promover diversos mecanismos para asociar a los productores agropecuarios para integrar mercados itinerantes que fomenten la articulación de cadenas productivas en cada Municipio.

Los mercados itinerantes se constituirán en espacios físicos ocupados de manera temporal, destinados para la venta directa y sin intermediarios de productos agropecuarios a los consumidores finales ubicados en zonas urbanas y urbano-rurales.

En virtud de todo lo anterior, estando facultado el Honorable congreso del Estado de Tabasco, de conformidad con lo establecido en el artículo 36, fracción I de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco, para expedir, reformar, adicionar, derogar y abrogar las Leyes y Decretos para la mejor Administración del Estado, planeando su desarrollo económico y social, se somete a consideración de esta Soberanía lo siguiente:

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO

ARTÍCULO ÚNICO. SE ADICIONA LA FRACCIÓN XXV BIS DEL ARTÍCULO 7 DEL TÍTULO PRIMERO DEL OBJETO, APLICACIÓN, AUTORIDADES Y OTRAS DISPOSICIONES PRELIMINARES Y SE ADICIONA EL ARTÍCULO 117 BIS DEL CAPÍTULO IX DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA LEY DE DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE DEL ESTADO DE TABASCO.

LEY DE DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE DEL ESTADO DE TABASCO

TÍTULO PRIMERO DEL OBJETO, APLICACIÓN, AUTORIDADES Y OTRAS
DISPOSICIONES PRELIMINARES.

...

ARTÍCULO 7.- La Secretaría tendrá, además de las señaladas en la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Tabasco, las siguientes atribuciones:

(I a XXV) ...

XXV BIS. - Diseñar y poner en marcha estrategias para desarrollar mercados itinerantes en la entidad, con la finalidad de propiciar el comercio justo sin intermediarios, así como idear los mecanismos de organización, certificación e integración formal de los participantes.

CAPÍTULO IX DE LA COMERCIALIZACIÓN

...

ARTÍCULO 117.- El Ejecutivo Estatal, promoverá la constitución, integración, consolidación y capitalización de las empresas comercializadoras de los sectores social y privado dedicadas al acopio y venta de productos ofertados por los agentes de la sociedad rural y en especial los procesos de acondicionamiento y transformación industrial que las mismas realicen.

Además, apoyará la realización de estudios de mercado y la promoción de productos en los mercados estatal, nacional y extranjero. Asimismo, brindará a los productores rurales asistencia de asesoría y capacitación en operaciones de exportación, contratación, transportes y cobranza, entre otros aspectos.

ARTÍCULO 117 BIS.- La Secretaría deberá promover diversos mecanismos para asociar a los productores agropecuarios para integrar mercados itinerantes que fomenten la articulación de cadenas productivas en cada Municipio.

Los mercados itinerantes se constituirán en espacios físicos ocupados de manera temporal, destinados para la venta directa y sin intermediarios de productos agropecuarios a los consumidores finales ubicados en zonas urbanas y urbano-rurales.

...

ARTÍCULOS TRANSITORIOS

ARTÍCULO PRIMERO.- El correspondiente decreto entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Se derogan las disposiciones que se opondan al presente Decreto.

ATENTAMENTE

SORAYA PÉREZ MUNGUÍA
DIPUTADA



Dip. Soraya Pérez
Munguía
Plurinominal 1a. Circunscripción
Fracción PRT
LXIV LEGISLATURA