

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO, POR EL QUE SE DECLARA EL 7 DE AGOSTO COMO DÍA NACIONAL DEL PEQUEÑO COMERCIANTE, A CARGO DE LA DIPUTADA MARTHA ALICIA ARREOLA MARTÍNEZ, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA

La que suscribe, diputada Martha Alicia Arreola Martínez, diputada federal por el estado de Durango, de esta LXV Legislatura, con fundamento en lo dispuesto por la fracción II del artículo 71 y 72 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; en los artículos 6, fracción I del numeral 1; 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, somete a la consideración del pleno de la honorable Cámara de Diputados la siguiente iniciativa con proyecto de decreto para que el día 7 de agosto de cada año sea declarado como, el “Día Nacional del Pequeño Comerciante”, con base en la siguiente exposición de motivos:

Exposición de Motivos

La vocación comercial de las civilizaciones prehispánicas ha sido ampliamente relatada, no sólo los mexicas tuvieron grandes centros de comercio. Los olmecas recorrieron grandes distancias del territorio que hoy llamamos México; los mayas y teotihuacanos también desarrollaron intercambios comerciales formales. Estas prácticas constituyeron los primeros intercambios de bienes del mundo prehispánico y sentaron las bases de la tradición comercial de nuestro país.

Podría decirse que los mexicas una vez asentados en el valle de México fomentaron y desarrollaron redes comerciales similares a las del comercio internacional de hoy día. Los mercaderes de tierras remotas ofrecían en la capital diversos productos que incluían el jade, el algodón, el cacao e incluso metales preciosos. El oficio de comerciante, desde aquellas épocas jugaría un rol preponderante en el desarrollo.

El principal centro de comercio de la capital mexica fue trazado en la época de Moctezuma Ilhuicamina, su ubicación fue casi la misma que el actual dentro histórico de Ciudad de México; el gran éxito de la plaza terminó por volverla insuficiente para el volumen comercial, pues su único acceso para introducir mercancías a la isla era un canal, pues la plaza no era ribereña. Durante el dominio mexica de Tlatelolco, se construyó allí el mercado principal, este contaba con comunicación a través de La Lagunilla que era una especie de pequeña bahía en la cual podían ofrecer sus mercancías miles de comerciantes.

Los mexicas emplearon el cacao como moneda de cambio, la llegada de los españoles no modificó esta costumbre, pero adicionó la moneda metálica a las transacciones comerciales. La llegada de los españoles no trastocó de manera drástica la operación de los mercados, el comercio siguió mas o menos inalterado durante el siglo XVI con la adición de manufacturas europeas.

Durante los siguientes dos siglos el comercio fue practicado mayormente por los españoles y su descendencia. Los gobiernos virreinales y el clero se convirtieron en almacenadores y productores de alimentos volviéndolos muy poderosos. Sin embargo, la preponderancia de los españoles, civiles o religiosos no relegó a los indígenas del todo y siguió existiendo la tradición comercial mexica.

Durante el siglo XVIII se inaugura el mercado El Parián en el hoy Zócalo capitalino, reafirmando la tradición comercial que subsiste hasta nuestros días. Para el fin de la era virreinal los principales centros comerciales de la ciudad eran los portales de Mercaderes, las Flores y la Diputación, además del mercado de El Volador, espacio que hoy ocupa la Suprema Corte de Justicia.

Ya para el siglo XIX se empiezan a configurar los centros de abasto que conocemos hoy día, se construyen los mercados de La Merced y San Juan, que hoy siguen vigentes. Durante el Porfiriato se pueden vislumbrar el inicio

de los tendejones o estanquillos, que dieron pie a las tiendas de abarrotes o misceláneas que hoy forman parte de la vida tradicional de la familia mexicana.

El comercio no solo es una actividad comercial, es un hecho cultural que amalgama comunidad, fortaleciendo el tejido social. La actividad comercial precolombina en nuestro territorio entretejió los lazos entre civilizaciones, forjando los cimientos de nuestra identidad nacional.

¿Quién es el pequeño comerciante en la economía mexicana?

Si bien la importancia del pequeño comerciante en el desarrollo de la historia de México juega un rol central, llama poderosamente la atención que los pequeños comerciantes regularmente tienen poca visibilidad en la creación de políticas públicas, así como durante el desarrollo del proceso legislativo.

De acuerdo con el Inegi, el comercio de al por menor de abarrotes y alimentos; en el último trimestre del año pasado, produjo 2.93 billones de pesos. Además, este valor representó un incremento de 17.8 por ciento con respecto al trimestre anterior.

Por número de establecimientos el Inegi sitúa las tiendas de abarrotes y misceláneas en alrededor de un millón de establecimientos. Este número se encuentra más cercano al 1.2 millones de establecimientos de acuerdo con cifras de la Anpec. Es de suma relevancia destacar que este canal de abasto conocido como tradicional es la diáspora que entreteje nuestra sociedad, encontrando en su diversidad su fortaleza.

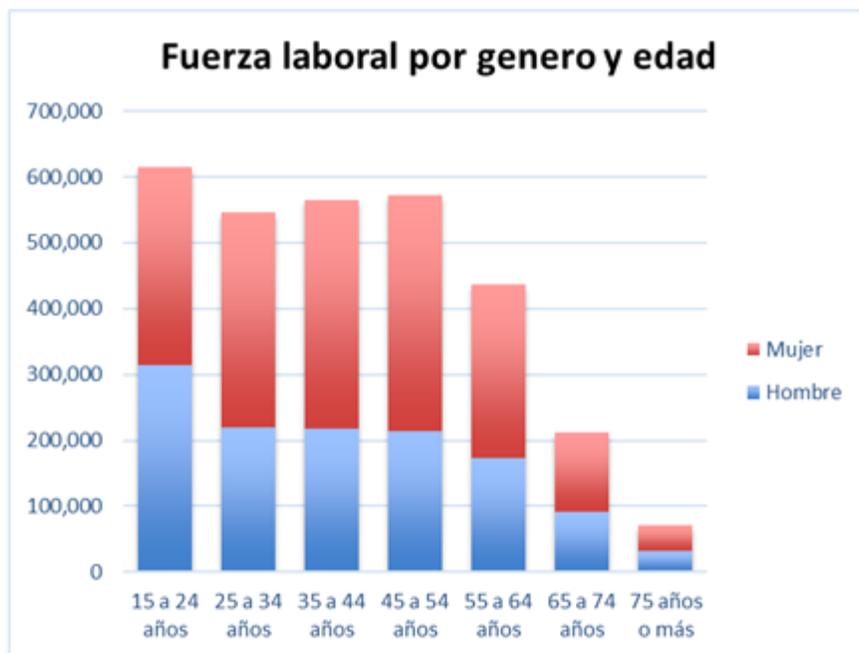
Las tiendas de abarrotes emplean a 1 millón 940 mil 22 personas, equivalente al 26.11 por ciento del empleo total en el sector comercio del país, que abastece el 52 por ciento de la demanda nacional.

Casi dos millones de familias mexicanas han encontrado en su tiendita una forma digna de subsistencia. Durante el último censo económico del año 2019, los ingresos del sector comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco reportaron un ingreso de 758 millones 994 mil pesos.¹

El Pequeño Comercio Es Inclusivo

El entorno económico mundial ha sido cambiante y retador durante el primer cuarto de este siglo, el déficit laboral que enfrenta nuestro país se acerca a un millón de trabajos anuales. En este entorno el pequeño comercio se ha convertido en una ventana de acceso al trabajo sin distinción de sexo o edad.

El pequeño comercio ha sido y seguirá siendo una válvula de escape para la economía mexicana. La edad promedio de 41.3 años por trabajador nos permite entender que el pequeño comercio es una fuente de empleo para las personas sin restricciones de edad. Sin embargo, resulta importante subrayar que el 58 por ciento de los pequeños comerciantes son mujeres, esposas, madres de familia, amas de casa, maestras, emprendedoras y empoderadas, tanto en las ciudades como en el campo, decididas a salir adelante: **Mujeres Trabajadoras**



Actualidad y Retos del Pequeño Comerciante

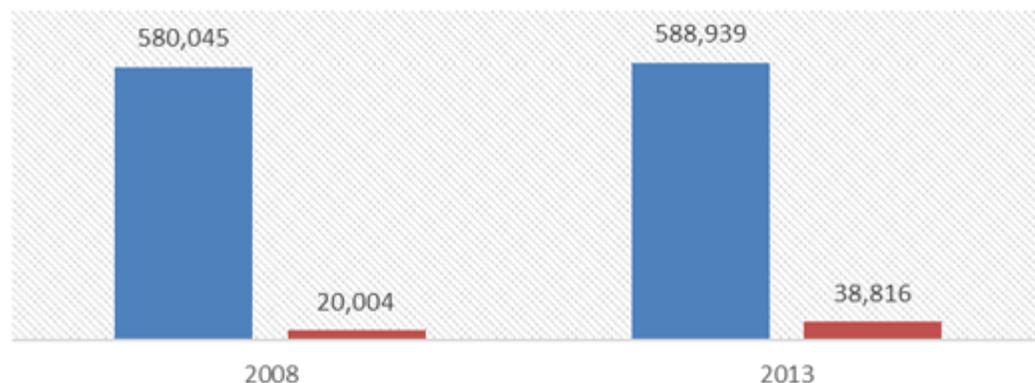
La realidad del pequeño comerciante no es distinta del mexicano o mexicana promedio, el último censo económico del Inegi nos muestra que aquellos empleados en misceláneas apenas alcanzaron un salario de 3 mil 780 pesos mensuales promedio. Es importante señalar que el grueso de los comerciantes no cuenta con acceso a seguridad social ni fondo de retiro.

La llegada de grandes supermercados, “tiendas de conveniencia” o tiendas de autoservicio han acaparado la atención de la gente con sus enormes dimensiones, grandes volúmenes de productos. Funcionan bajo mecanismos tan estudiados que a diferencia de las misceláneas no se percibe un trato cálido y humano. A estos comercios no acude la mayoría de los mexicanos a surtir su despensa, porque su salario es insuficiente y van surtiendo al día su despensa en la “tiendita de la esquina” en el denominado puesto sobreruedas, en los pocos mercados que aún subsisten en nuestro país.

A pesar de la proliferación de estos establecimientos, la atención de calidad y calidez a sus clientes, con un código de ética que ofrece precios justos y limpieza, ha permitido que el porcentaje de pequeñas misceláneas vs. tiendas de autoservicio sea de apenas el 6 por ciento.

Tiendas de Abarrotes v. Tiendas de Conveniencia

■ Tiendas de abarrotes ■ Tiendas de conveniencia



Como ha quedado claro, el pequeño comercio constituye una fuerza demográfica y económica central en la economía mexicana. Es, además el espacio perfecto para generar sentido comunitario y la ventana ideal para acceder a un trabajo. Sin embargo, existen retos que ponen en peligro la subsistencia de las más de 1.2 millones de familias que conforman el gremio.

En este sentido, es una prioridad reconocerlos para darles visibilidad a ellos y a sus problemas. A través de la creación de un día que los celebre anualmente se generaran espacios para mejorar su calidad de vida, y la oportunidad de mejorar la economía nacional.

Existen áreas de oportunidad que se generarán de fortalecer a los pequeños comerciantes como:

- Formalizar su actividad, combatiendo el comercio ilícito, (contrabando y piratería).
- Fortalecer la seguridad de su entorno para fortalecer la seguridad en su propio negocio, generando un clima armónico de convivencia y de oportunidades.
- Innovar la operación y administración de negocio, incorporando un sistema de punto de venta para el control de mercancías y manejo de inventarios.

El pequeño comercio es un termómetro de la familia mexicana, en muchos casos, funge como una banca social, que soporta una parte importante del consumo popular con créditos cortos, a la palabra que permite a miles de hogares consumir y luego pagar. Si les va bien a los comerciantes, le va bien a México.

Al tenor de la siguiente proyecto de:

Decreto por el que se declara el día 7 de agosto como Día del Pequeño Comerciante

Único. El Congreso de la Unión declara el 7 de agosto de cada año como el Día Nacional del Pequeño Comerciante.

Transitorio

Único. El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Nota

1[1] <https://www.datamexico.org/es/profile/industry/retail-trade-of-groceries-food-beverages-ice-and-tobacco#:~:text=Seg%C3%BAn%20datos%20del%20Censo%20Econ%C3%B3mico%202019%2C%20se%20totalizaron%201%2C004%2C259%20unidades,fue%20de%20%24261%2C650M%20MX>

Palacio Legislativo de San Lázaro a 28 de abril de 2022.

Diputada Martha Alicia Arreola Martínez (rúbrica)

SIL