



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA DE CULTURA,
DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO
HISTÓRICO, ARTÍSTICO Y CULTURAL

ACUSE

Ciudad de México, a 25 de febrero de 2019

SC/DGPHAC/142/2019

Asunto: Propuesta de cambio de nombre de la estación del metro y metrobús Guerrero.

Edwin Martínez
Locatario Mercado "Martínez de la Torre"
Presente

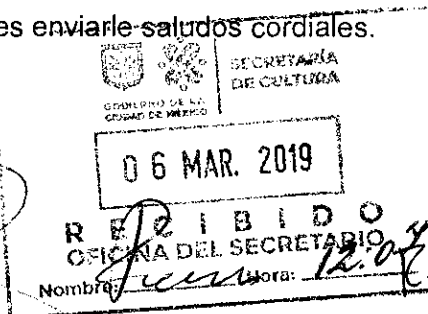
En atención al escrito en el que representantes de un grupo de locatarios del **Mercado Martínez de la Torre**, nos da a conocer su propuesta de cambio de nombre de la estación del **Sistema de Transporte Colectivo Metro y Metrobús "Guerrero"** a: **"Guerrero/Mdo. Martínez"** con el fin de dar mayor impulso y reconocimiento al mercado debido a su cercanía con la estación mencionada y en la cual el metro también hace intersección entre dos Líneas (Línea 3 y línea B), le comento lo siguiente:

La Secretaría de Cultura de la Ciudad de México no cuenta con las atribuciones para realizar el cambio al que refiere su escrito. No omitimos la declaratoria como Patrimonio Cultural Intangible a las manifestaciones tradicionales que se reproducen en los Mercados Públicos ubicados en la Ciudad de México, sin embargo su petición debe de ser canalizada directamente a los sistemas de transporte correspondientes (Metro y Metrobús), quienes cuentan con las facultades para atender específicamente su propuesta.

Me despido de usted no sin antes enviarle saludos cordiales.

ATENTAMENTE


Lic. Guadalupe Lozada León
Directora General



original 5/Marzo/19
Edwin MTC

C.c.p. Omar Alejandro Ayala González. Responsable de Organización y Control de Gestión. Presente. v.a.356.
C.c.p. Rodrigo Ávila Bermúdez. JUD de Patrimonio Cultural y Conservación. Presente.

MGLL/RAB
Folio: 115

[Firma]
[Firma]
[Firma]
8-II-19

Ciudad de México, a 25 de febrero de 2019

SC/DGPHAC/142/2019

Asunto: Propuesta de cambio de nombre de la estación del metro y metrobús Guerrero.

Edwin Martínez
Locatario Mercado "Martínez de la Torre"
Presente

En atención al escrito en el que representantes de un grupo de locatarios del **Mercado Martínez de la Torre**, nos da a conocer su propuesta de cambio de nombre de la estación del **Sistema de Transporte Colectivo Metro y Metrobús "Guerrero"** a: **"Guerrero/Mdo. Martínez"** con el fin de dar mayor impulso y reconocimiento al mercado debido a su cercanía con la estación mencionada y en la cual el metro también hace intersección entre dos Líneas (Línea 3 y línea B), le comento lo siguiente:

La Secretaría de Cultura de la Ciudad de México no cuenta con las atribuciones para realizar el cambio al que refiere su escrito. No omitimos la declaratoria como Patrimonio Cultural Intangible a las manifestaciones tradicionales que se reproducen en los Mercados Públicos ubicados en la Ciudad de México, sin embargo su petición debe de ser canalizada directamente a los sistemas de transporte correspondientes (Metro y Metrobús), quienes cuentan con las facultades para atender específicamente su propuesta.

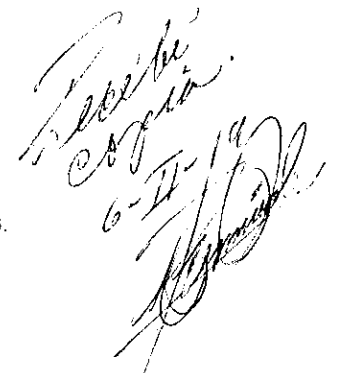
Me despido de usted no sin antes enviarle saludos cordiales.

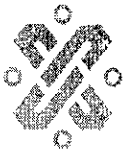
ATENTAMENTE


Lic. Guadalupe Lozada León
Directora General

C.c.p. Omar Alejandro Ayala González. Responsable de Organización y Control de Gestión. Presente. v.a.356.
C.c.p. Rodrigo Ávila Bermúdez. JUD de Patrimonio Cultural y Conservación. Presente.

MGLL/RAB
Folio: 115


6-II-19



VOLANTE DE ASIGNACIÓN

FOLIO: 356

FECHA: 08/02/2019

ORIGEN: Integrantes del mercado Martínez de la Torre

TURNADO A: Dirección General de Patrimonio Histórico Artístico y Cultural

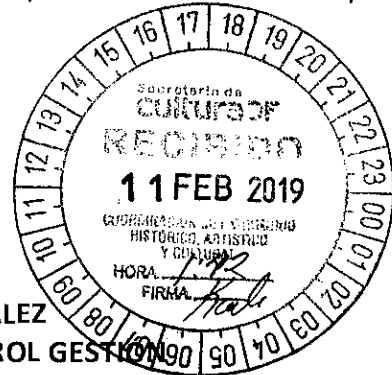
INSTRUCCIÓN:

- | | |
|-----------------------------|------------------------------|
| 1) Atención Procedente (X) | Nota Informativa si(X) no() |
| 2) Asistencia a Reunión () | Turnar copia de respuesta |
| 3) Atención Personal () | si (x) no () |
| 4) Conocimiento () | |

OBSERVACIONES: Por instrucciones del Secretario informar al peticionario sutilmente que no procede su solicitud

ATENTAMENTE

OMAR ALEJANDRO AYALA GONZÁLEZ
RESPONSABLE DE ORGANIZACIÓN Y CONTROL GESTIÓN



*Recibi original
Alicia García
12 febrero 19
17:45h.*

ECB/ASS/OHIC

Dra. Claudia Sheinbaum Pardo

Jefa de Gobierno de la Ciudad de México

Dunia Ludlow Deloya

Coordinadora General de la Autoridad del Centro Histórico

José Luis Beato González

Secretario de Desarrollo Económico y Trabajo

Andrés Lajous Loaeza CDMX

Secretario de Movilidad

José Alfonso Suárez del Real

Secretario de Cultura

Carlos Mackinlay Grohmann

Secretario de Turismo

Florencia Serranía Soto

Directora del Metro

Guillermo Calderón Aguilera

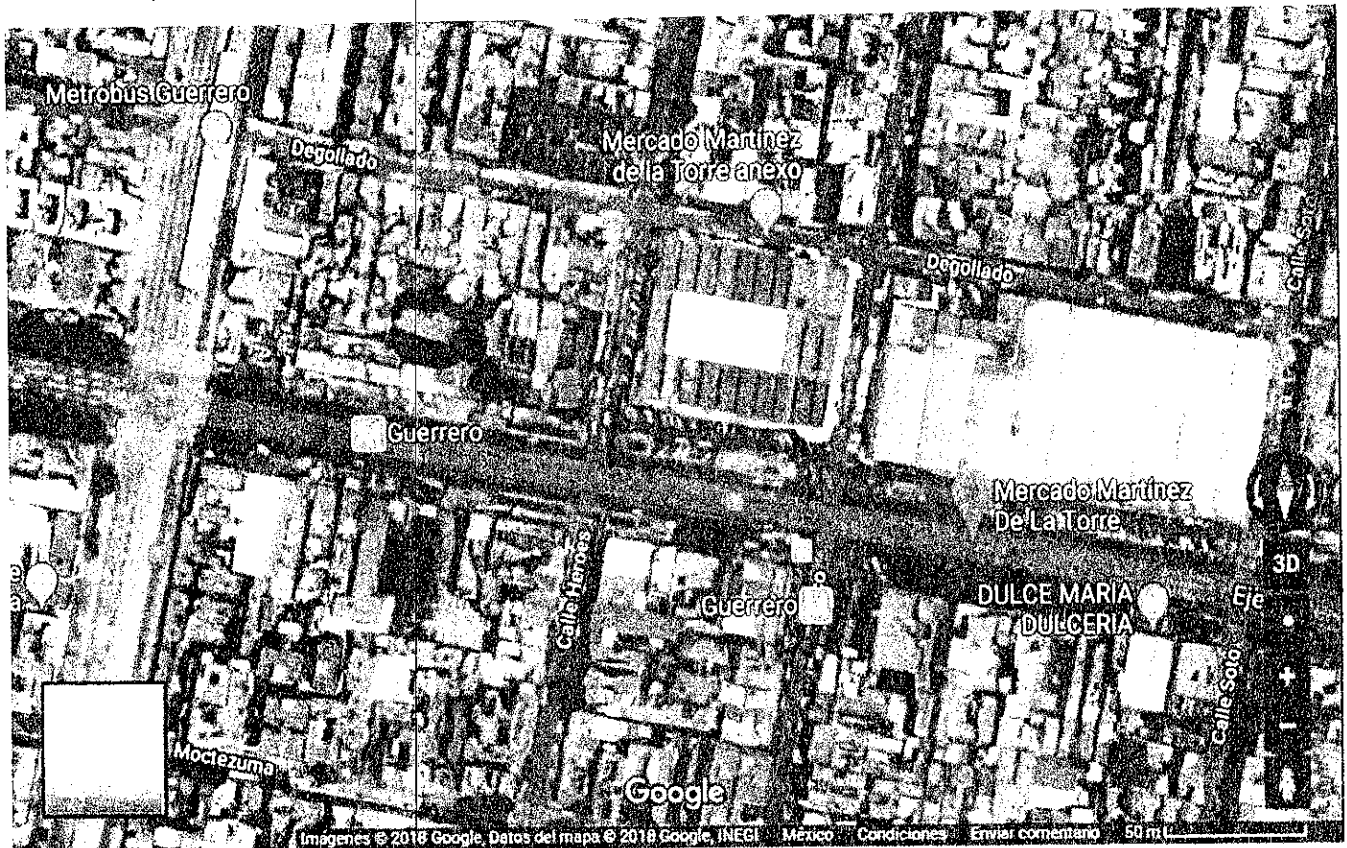
Director del Metrobus

El emblemático mercado Martínez de la Torre a 61 años de su inauguración (inaugurado en 1957) solicita su apoyo para promocionarse, apelando al compromiso social del nuevo gobierno de la Ciudad con el abasto público y los mercados como detonadores de la economía local, social y vocación turística, y bajo la consideración de que los mercados están en la Constitución de la Ciudad de México, en cuatro artículos que los impulsan, y bajo la Declaratoria de los mercados como Patrimonio cultural, y detonantes de la cohesión social (hacen comunidad), , y una de las formas de hacerlo estratégicamente es teniendo el nombre de una de las estaciones del transporte público que flanquean a este centro de abasto de canasta básica y paradero turístico.

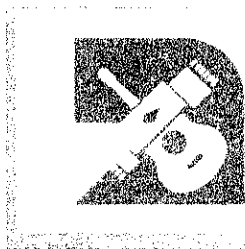
Tal es el caso de nuestro mercado, que tiene muy cerca dos estaciones de metro (una de la línea B y otra de la línea 3) y una estación de metrobús, y todas se llaman "Guerrero". Proponemos que, en este caso, debido a su cercanía, las estaciones(metro-metrobus) se puedan llamar "Guerrero/Mdo. Martínez"

SECRETARÍA DE ECONOMÍA

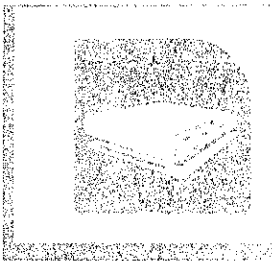
Esta acción (**Guerrero/Mdo.Martínez**) permitiría promocionar al mercado, darle identidad con el barrio (colonia Guerrero), tener ventajas de geolocalización vía las nuevas tecnologías y mostrar el compromiso con la economía social del nuevo gobierno.



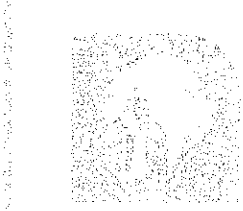
Existen ejemplos en varias líneas de transporte público que han utilizado la diagonal:



GARIBALDI /
LAGUNILLA



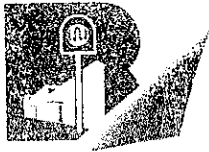
FERRERIA/ARENA
CIUDAD DE MEXICO



ETIOPIA / PLAZA DE
LA TRANSPARENCIA

El mercado Martínez zona y anexo, tiene además dos salidas del metro dentro del espacio de estacionamiento del mercado, que están cerradas, por lo que proponemos abrirlas, para tener mayor flujo, con señalética dentro del metro, que guíe hacia el mercado (ya existe por ejemplo en el mercado Cartagena, en la línea rosa, estación Tacubaya).

Incidir además en la iconografía, para que esta no sea una silueta de Guerrero, sino la silueta, estructura de un mercado público (como en el caso de la estación "Mercado Beethoven"). Poder ubicar además la ubicación del mercado en el mapa de barrio de la estación del metrobus.



La iconografía de esta estación utiliza el logotipo oficial (en su versión blanco y negro) de "Mi Mercado", el sistema de mercados públicos de la Ciudad de México que opera bajo la coordinación de la Secretaría de Desarrollo Económico de la CDMX (Sedeco).



GUERRERO

Anexamos una propuesta más general que pudiera beneficiar a más de cien mercados si lográramos una adición a la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, en su artículo 12.

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA UNA FRACCIÓN XXVII BIS, UNA FRACCIÓN XXVII BIS 1, UNA FRACCIÓN XXVII BIS 2, UNA FRACCIÓN XXVII BIS 3 Y UNA FRACCIÓN XXVII BIS 4 AL ARTÍCULO 12 DE LA LEY DE MOVILIDAD DE LA CIUDAD DE MÉXICO

PROPUESTA DE ADICIÓN: Incidir en la planificación de las rutas y líneas de los distintos sistemas de transporte público oficiales en y de la Ciudad de México: metro, metrobús, sistema MI (RTP y similares), tren ligero, trolebús, corredores concesionados, autobuses y microbuses, a través de sus órganos directivos, para que en la apertura de nuevas rutas de transporte público, el nombre de aquellas estaciones que tengan proximidad en un radio máximo de 500 metros con un mercado público, lleven el nombre del mismo, utilizando el prefijo "Mercado" y en seguida el sufijo correspondiente (el nombre del mercado), con la finalidad de promover el consumo y el reconocimiento cultural, turístico y de detonadores de la economía local en los 329 centros de abastecimiento registrados en la Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México, declarados Patrimonio Cultural Intangible por el gobierno de esta entidad (Declaratoria del 16 de agosto de 2016).

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

Además, se propone considerar los aniversarios de los 329 mercados públicos para el boletaje que expiden los sistemas de transporte que se coordinan con la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México, tales como las tarjetas y boletos de metro, metrobús, tren ligero, trolebús, entre otros.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Nuestros mercados públicos, desde tiempos prehispánicos, han actuado como los grandes centros de abasto, intercambio de mercancías, mostradores y comercializadores de la producción nacional, lugares de circulación de capital que generan una economía saludable; pero, sobre todo, han funcionado como reproductores de la cultura popular, son la síntesis de todo lo que significa ser mexicano: olores, sabores, texturas, alegría, fiesta, carnaval, tradición, familia, amistad, compadrazgo... Un sinfín de sentimientos y valores que se han mantenido en pie por más de quinientos años gracias a la dinámica de nuestro comercio popular.

A su vez, los mercados públicos son un contenedor del desempleo, el lugar donde muchas personas en circunstancias adversas pueden ir a trabajar para mejorar sus condiciones económicas; miles de familias viven de lo que se genera en ellos, directa e indirectamente.

Además, en casos exitosos, han ido evolucionando de la mano de la sociedad. Prueba clara de esto es su transición hacia la especialización, que se ha venido presentando desde hace ya varias décadas.

Si bien esta evolución resulta provechosa para los ciudadanos, que saben a dónde acudir cuando se requiere un producto en específico, con la confianza de encontrar precios accesibles, justos, el trabajo gubernamental y la legislación no han sido suficientes para tratar de resolver las necesidades de infraestructura, mantenimiento y promoción de nuestros 329 mercados.

El contexto y los grandes intereses de la dinámica económica actual han flexibilizado el autorizar la construcción de una cantidad cada vez mayor de centros comerciales o plazas - algunos hasta cerca o enfrente de los mercados- disminuyendo la concurrencia en los centros de abasto popular, que no tienen las mismas capacidades económicas para competir al nivel de las grandes cadenas comerciales.

Lo que se necesita es propiciar la libre competencia entre pequeños productores y crear un mercado libre que garantice su impulso, en busca de la creación de empleo y garantizando una competencia en calidad y precio para proteger la economía popular, punto medular de la existencia de los mercados públicos. Así también, proteger al agricultor mexicano, que es quien utiliza estos mercados como un medio de distribución de sus mercancías.

La falta de apoyo a nuestros mercados ha creado un ambiente de competencia desleal que la misma reglamentación ha amparado de manera indiscriminada, dejando al locatario a su suerte e incumpliendo con la obligación constitucional (artículo 53, inciso B, fracción VI de la Constitución Política de la Ciudad de México, referente a las atribuciones de las alcaldías) del mantenimiento de nuestros lugares de trabajo que son los mercados, y ayudando a generar gigantescas ganancias que al final del día irán a parar a manos de muy pocos mexicanos, pero la mayoría a manos de capitales extranjeros.

Por lo anterior expuesto, resulta indispensable que intensifiquemos, por todos los medios posibles, las labores de promoción de los mercados públicos, con el motivo de

que consigan el reconocimiento a la gran labor que realizan en la sociedad, mismo que no puede ser otro que un crecimiento en sus ventas y la atención a sus necesidades de infraestructura, de cultura y de detonadores de la economía local. Es importante enfatizar que los mercados públicos siguen siendo abastecedores de canasta básica, de alimentos básicos para las familias mexicanas y creadores de empleo para locatarios y agricultores; los mercados están haciendo comunidad.

En ese contexto, nos respalda el artículo 17 de la Constitución Política de la Ciudad de México, que expresa en su inciso B, numeral 11, que "el Gobierno de la Ciudad de México y sus alcaldías promoverán y fomentarán la economía social y la distribución de alimentos básicos a través de los sistemas de abasto tradicionales como son los mercados públicos, los tianguis, las concentraciones y los pequeños comercios".

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

Consideramos que las rutas del transporte público son uno de los mejores medios para hacer más visible la existencia de los mercados, por eso es fundamental que hagamos uso de la gran oportunidad que representan, y así favorecer la asistencia y el consumo en ellos, ya que los recursos que se obtienen de sus actividades son moneda circulante para la colonia, el barrio o el pueblo en que se ubican, generando así mayor bienestar para sus habitantes (detonadores de la economía local).

ARGUMENTOS

La Constitución Política de la Ciudad de México, señala en su artículo 17, inciso B, numeral 11, que:

"El Gobierno de la Ciudad de México y sus alcaldías promoverán y fomentarán la economía social y la distribución de alimentos básicos a través de los sistemas de abasto tradicionales como son los mercados públicos, los tianguis, las concentraciones y los pequeños comercios".

Ya expresada la obligación del gobierno de la ciudad para fomentar el abasto en los mercados, así como el consumo en ellos, **es importante señalar que la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, en su Capítulo II, artículo 12, fracción XXVII, otorga a la Secretaría de Movilidad, órgano encargado del desarrollo del transporte y la planeación de vialidades en la ciudad, las facultades necesarias para "redistribuir, modificar y adecuar itinerarios o rutas de acuerdo con las necesidades de la población y las condiciones impuestas por la planeación del transporte"**.



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

- 1. Todos los pueblos tienen el derecho de libre determinación. En virtud de este derecho establecen libremente su condición política y proveen, asimismo, a su desarrollo económico, social y cultural.*
- 2. Para el logro de sus fines, todos los pueblos pueden disponer libremente de sus riquezas y recursos naturales, sin perjuicio de las obligaciones que derivan de la cooperación económica internacional basada en el principio de beneficio recíproco, así como del derecho internacional. En ningún caso podría privarse a un pueblo de sus propios medios de subsistencia.*

Es decir, contamos con el apoyo de acuerdos internacionales que México ha suscrito para solicitar a nuestras autoridades el desarrollo y el cuidado de nuestros mercados, como participantes directos en el derecho a la alimentación de todas las personas, mismo que debe ser garantizado mediante el establecimiento de precios accesibles para el consumidor. Asimismo, el mercado ayuda a que el ciudadano se vuelva capaz de subsistir por sus propios medios, por lo que potenciar su promoción es algo a lo que el Gobierno de la Ciudad de México debe poner atención.

Partiendo de la fundamentación legal antes citada, se considera una opción viable el promocionar a los mercados por medio del transporte público, estableciendo que en las nuevas líneas o rutas de transporte público que se construyan en la ciudad, se utilice para las estaciones el nombre del mercado público con el que tengan proximidad en un radio máximo de 500 metros, siempre utilizando el prefijo "Mercado" y agregando el sufijo correspondiente (nombre del mercado), esto con el objetivo de implementar una viabilidad que fortalezca y cree nuevas fuentes de empleo formales.

En el caso de las líneas ya existentes, es necesario hacer una revisión de la nomenclatura de los medios de transporte público para el mismo propósito, e incidir en el renombramiento de las estaciones con base en los términos mencionados, teniendo como argumento que los mercados públicos son, desde 2016, Patrimonio Cultural Intangible de la Ciudad de México, y que este es un medio para contribuir a nuestra lucha como mercados por la Declaratoria de Patrimonio Material Tangible.

Adecuaciones de este tipo han demostrado ser sumamente útiles, y, sobre todo, necesarias. Como prueba tenemos que el periódico *El Universal* reportó, el 14 de julio de 2017¹, una cantidad de estaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro que han sido cambiadas de nombre debido a que éste se había vuelto irrelevante con el paso del tiempo. La mayoría de los casos refiere a que cerca de las estaciones se ha venido construyendo espacios que resultan más significativos que sus referencias originales, por lo cual fue necesario hacer un renombramiento, para brindar al usuario una mejor ubicación sobre el sitio en donde se encuentra, acción que resultó ser tomada de muy buena forma por la gente.

¹ <http://www.eluniversal.com.mx/entre-la-declaratoria-de-mercados-publicos-dijo-lo-en-el-tiempo/2017/07/14/renombramiento>

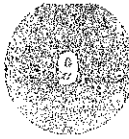
Tenemos precedentes de estaciones de transporte público que ya cuentan en sus nombres con el indicativo de un mercado. Uno de ellos refiere al año 2011 con la construcción de la línea 4 del metrobús, que en su ruta sur presenta una estación llamada "Mercado Sonora", situación que se podría considerar de lo más obvia debido a la cercanía entre los dos puntos. Sin embargo, hay otros ejemplos en la ciudad donde la obviedad pasa desapercibida, como es el caso del mercado Abelardo L. Rodríguez, que tiene a dos metros de distancia una estación de metrobús denominada "Teatro del Pueblo", referencia que resulta impráctica para los fines de promoción de nuestros mercados públicos.

Por otro lado, cuando se construyó la línea 5 del metrobús en 2013, se realizó un sondeo² con vecinos de las delegaciones Gustavo A. Madero y Venustiano Carranza, para elegir el nombre de las estaciones, e incluso la iconografía. La participación ciudadana dio como resultado la denominación de una estación como "Mercado Morelos"; esto es un ejemplo claro de lo factible que resulta la presente propuesta.

Otro ejemplo más reciente se dio en la línea 7 del metrobús, que corre sobre Reforma, donde los locatarios del Mercado Beethoven y los residentes de las Unidades Habitacionales de Tlatelolco, hicieron el planteamiento para que una de las nuevas estaciones llevara el nombre de dicho mercado, petición que se convirtió en realidad gracias a que se apeló a la Declaratoria de los mercados como Patrimonio Cultural Intangible, y a que la referencia del mercado facilita la geolocalización, dando cohesión e identidad al espacio.

Cabe recordar que las primeras líneas del metro que se construyeron, asignaron el nombre a sus estaciones en función de su cercanía con los mercados públicos, tales como La Merced (que tiene una salida hacia la Nave Mayor desde el metro), Nativitas, Portales, Tepito, Lagunilla, Jamaica y demás ejemplos; el problema radica en que las estaciones, por lo que respecta a sus nombres, no cuentan con el prefijo "Mercado". Al no existir esto, es complicado hacer referencia de la proximidad de la estación con el mercado, y peor considerando que en otros casos no se tomó en cuenta el nombre del mismo; tal es el caso de nuestro mercado, que tiene muy cerca una estación de metro y una estación de metrobús, y ambas se llaman "Guerrero". Consideramos que, en este caso, debido a su cercanía, al menos

2



una de ellas debe tener como nombre "Mercado Martínez de la Torre" (experiencias exitosas ya logradas en el Metrobús como las estaciones que se llaman "Mercado Beethoven", "Mercado Sonora" y "Mercado Morelos" avalan nuestra propuesta).

Es necesario hacer uso de la autonomía que cada uno de nuestros sistemas de transporte tiene para nombrar sus estaciones de acuerdo al lugar que funcione como mejor referencia, y encaminar esos esfuerzos hacia la promoción de los numerosos centros de abastecimiento existentes en la ciudad (mercados públicos).

Por lo anteriormente expuesto, los mercados públicos solicitamos a las autoridades del Gobierno de la Ciudad de México, autoridades delegacionales, a la Asamblea Legislativa o cámara local, a la Cámara de Diputados federal, a la Cámara de Senadores, a la opinión pública, a promotores sociales y culturales, clientes, marchantes, medios de comunicación, familias de la Ciudad de México y la zona metropolitana el que puedan conocer, discutir y retroalimentar la siguiente propuesta, que los mercados públicos proponemos, que busca adicionar una fracción XXVII Bis, una fracción XXVII Bis 1, una fracción XXVII Bis 2, una fracción XXVII Bis 3 y una fracción XXVII Bis 4 al artículo 12 de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, que a la letra dice: "La Secretaría (de Movilidad) tendrá las siguientes atribuciones", referencia de la fracción XXVII, que la faculta para:

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

Propuesta de los mercados públicos de la Ciudad de México para adicionar:

PRIMERO. Se adiciona una fracción XXVII Bis al artículo 12 de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, para quedar como sigue:

Capítulo II. De las autoridades competentes

Artículo 12. La Secretaría tendrá las siguientes atribuciones:

I. a XXVII. ...

XXVII Bis. Incidir en la planificación de las rutas y líneas de los distintos sistemas de transporte público oficiales en y de la Ciudad de México: metro, metrobús, sistema MI (RTP y similares), tren ligero, trolebús, corredores concesionados, autobuses y microbuses, a través de sus órganos directivos, para que en la apertura de nuevas rutas de transporte público, el nombre de aquellas estaciones que tengan proximidad en un radio máximo de 500 metros con un mercado público, lleven el nombre del mismo, utilizando el prefijo "Mercado" y en seguida el sufijo correspondiente (el nombre del mercado), con la finalidad de promover el consumo y el reconocimiento cultural, turístico y de detonadores de la economía local en los 329 centros de abastecimiento registrados en la Secretaría de

Desarrollo Económico de la Ciudad de México, declarados Patrimonio Cultural Intangible por el gobierno de esta entidad (Declaratoria del 16 de agosto de 2016).

SEGUNDO. Se adiciona una fracción XXVII Bis 1 al artículo 12 de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, para quedar como sigue:

XXVII Bis 1. Para el caso de las rutas y líneas ya existentes, la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México ordenará una revisión de la nomenclatura de los distintos medios de transporte público oficiales, misma que se realizará de acuerdo a los términos y con los mismos fines señalados en la fracción que antecede a la presente, dándole preferencia a los nombres de los mercados públicos.

TERCERO. Se adiciona una fracción XXVII Bis 2 al artículo 12 de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, para quedar como sigue:

XXVII Bis 2. Cuando se presente el caso de que dos mercados públicos se encuentren dentro del mismo radio de proximidad a una estación del transporte público, determinado por la fracción XXVII Bis del presente artículo, se utilizará el nombre de los dos mercados separado por una diagonal, y escrito de la manera más breve posible.

CUARTO. Se adiciona una fracción XXVII Bis 3 al artículo 12 de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, para quedar como sigue:

XXVII Bis 3. En los mapas de barrio, colonia o pueblo que se ubiquen en las estaciones de transporte público, incluir el nombre y la ubicación de o los mercados que se encuentren en el perímetro.


QUINTO. Se adiciona una fracción XXVII Bis 4 al artículo 12 de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, para quedar como sigue:

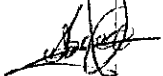
XXVII Bis 4. Promocionar a los mercados públicos en las pantallas de las unidades y estaciones del metro (ISATV) y metrobús (Tele Urban), así como considerar los aniversarios de los 329 mercados públicos para el boletaje que expiden los sistemas de transporte que se coordinan con la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México, tales como las tarjetas y boletos de metro, metrobús, tren ligero, trolebús, entre otros.


ARTÍCULOS TRANSITORIOS

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

SEGUNDO. Un día después de publicado el presente decreto en el Diario Oficial de la Federación, la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México emitirá a los órganos directivos de los sistemas de transporte público oficiales, la orden para comenzar la revisión de la nomenclatura, y aplicarla en las nuevas rutas y líneas que se construyan, para llevar a cabo los preceptos contenidos en la presente iniciativa.


duyn wtz


Irlanda Hernandez B.
Secretaría de Movilidad


Martín Toledo Ayala
Secretario Tesorero