



54  
1 EJ  
**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION**

**IMPACTO EN EL COMERCIO ORGANIZADO  
PROVOCADO POR LAS VENTAS DEL  
TIANGUISMO,**

**SEMINARIO DE INVESTIGACION  
ADMINISTRATIVA  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION  
PRESENTA:  
RESENDIZ MARTINEZ RAQUEL  
SOSA GARCIA BERTHA**

**ASESOR DEL SEMINARIO:  
DRA. ARACELI JURADO ARELLANO**



**MEXICO, D. F.**

**1995**

**FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

***A DIOS:***

**POR DARME UNA GRANDIOSA FAMILIA DE LA CUAL ESTOY MUY ORGULLOSA.**

**BERTHA**

***A MIS PADRES:***

**POR SER QUIENES ME DIERON LA VIDA Y GRACIAS A ELLOS LOGRE MIS PROPOSITOS;POR  
SU APOYO Y AMOR A DIOS Y A ELLOS GRACIAS.**

**RAQUEL**

***A MIS PADRES:***

**CON TODO MI AMOR Y RESPETO QUIENES SIEMPRE CON SU AMOR Y CARINO HAN SABIDO  
GUIARME POR EL CAMINO DE LA PAZ,HONRADEZ,VERDAD Y SOBRE TODO LUCHAR POR  
LO QUE SE QUIERE.**

**BERTHA**

***A MIS HERMANOS:***

**POR DEPOSITAR TODA SU CONFIANZA EN MI, Y DARME LA SEGURIDAD DE SEGUIR  
SU EJEMPLO PARA REALIZAR TODO LO QUERIDO EN LA VIDA.**

**RAQUEL**

***A MIS QUERIDOS HERMANOS:***

**QUIENES SIEMPRE ME APOYARON INCONDICIONALMENTE PARA SEGUIR  
ADELANTE, LOS QUIERO Y ADMIRO.**

**BERTHA**

***CON CARIÑO A LA DRA. ARACELI JURADO ARELLANO:***

**NUESTRA ASESORA DE TESIS EN QUIEN SIEMPRE ENCONTRAMOS APOYO PARA LA CULMINACION DE NUESTRA CARRERA PROFESIONAL.**

**BERTHA Y RAQUEL.**

***A NUESTROS PROFESORES:***

**QUIENES NOS AYUDARON Y BRINDARON APOYO DURANTE TODA NUESTRA CARRERA PROFESIONAL.**

---

# INDICE

	PAG
<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>1</b>
 <b>CAPITULO I</b>	
<b>Marco político-económico-social en México.....</b>	<b>9</b>
<b>Empleo.....</b>	<b>10</b>
<b>1. Distribución geográfica de la población del estado de México.</b>	<b>11</b>
<b>2. Composición por edad y sexo del estado de México.....</b>	<b>11</b>
<b>3. Migración.....</b>	<b>11</b>
<b>4. Condición de actividad económica.....</b>	<b>12</b>
<b>5. Participación económica.....</b>	<b>12</b>
<b>6. Ocupación principal.....</b>	<b>13</b>
<b>7. Sectores de actividad.....</b>	<b>13</b>
<b>8 Ingreso mensual.....</b>	<b>14</b>
<b>9. Aspectos geográficos de ciudad Nezahualcoyotl.</b>	
<b>9.1 Ubicación y extensión territorial.....</b>	<b>14</b>
<b>9.2 Fisiografía.....</b>	<b>14</b>
<b>9.3 Geología.....</b>	<b>15</b>
<b>9.4 Hidrología.....</b>	<b>15</b>
<b>9.5 Edafología.....</b>	<b>15</b>
<b>9.6 Climatología.....</b>	<b>15</b>

---

<b>9.7 Vegetación y uso actual del suelo.....</b>	<b>15</b>
<b>9.8 Uso potencial del suelo.....</b>	<b>16</b>

## **CAPITULO II**

<b>Comercio organizado.....</b>	<b>17</b>
<b>Características del comercio organizado.....</b>	<b>17</b>
<b>Ventajas del comercio organizado.....</b>	<b>18</b>
<b>Participación del comercio organizado en el empleo.....</b>	<b>18</b>

## **CAPITULO III**

### **Caso**

<b>1. Determinación de la zona.....</b>	<b>22</b>
<b>2. Comercio ambulante.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1 Antecedentes del comercio ambulante.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2 Marco teórico del comercio ambulante.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3 Causas que originan el comercio ambulante.....</b>	<b>25</b>
<b>2.4 Características del comercio ambulante.....</b>	<b>25</b>
<b>2.5 Los proveedores de los ambulantes.....</b>	<b>26</b>
<b>2.6 Problemas que provoca el establecimiento del comercio ambulante.....</b>	<b>27</b>
<b>2.7 Obligaciones.....</b>	<b>28</b>

---

<b>2.8 Leyes fiscales del estado de México.....</b>	<b>29</b>
<b>3. Investigación del comercio ambulante</b>	
<b>A. Calzado</b>	
a) Número de establecimientos.	
b) Cantidad de productos.	
c) Origen del producto.	
d) Precio.	
e) Propiedad.	
f) Pagos.	
g) Salarios.	
h) Margen de utilidad.....	<b>30</b>
<b>B. Ropa.....</b>	<b>30</b>
<b>4. Investigación del comercio establecido.</b>	
<b>A. Calzado, ropa, mixto</b>	
a) Número de establecimientos.	
b) Cantidad de productos.	
c) Origen del producto.	
d) Precio.	
e) Propiedad.	
f) Pagos.	
g) Salarios.	
h) Margen de utilidad.....	<b>31</b>
<b>CAPITULO IV</b>	
<b>Ventajas y desventajas del comercio establecido sobre el comercio ambulante.....</b>	<b>32</b>

**CAPITULO V**

**Empresa "Las Tablitas"**

**A. Estructura**

a) Organización.....	35
b) Recursos humanos.....	36
c) Compras.....	37
d) Ventas.....	37
e) Mercadotecnia.....	37
f) Carga fiscal.....	37

<b>B. Analisis de fuerzas y debilidades.....</b>	<b>38</b>
--------------------------------------------------	-----------

**CAPITULO VI**

<b>Alternativas de solución.....</b>	<b>39</b>
--------------------------------------	-----------

**CONCLUSIONES**

**BIBLIOGRAFIA**

---

## INTRODUCCION

El comercio es una actividad que dentro del sector servicios ha tenido una gran participación en el desarrollo de la vida económica del país.

Es cierto que dedicarse al comercio produce beneficios económicos satisfactorios pero también lo es el hecho de enfrentarse a diversas situaciones no muy favorables como lo es la excesiva tramitación, el fuerte pago de impuestos, la competencia desleal y otros.

En la actualidad el comercio organizado de la Av. México de cd. Netzahualcoyotl, Edo. de México; se enfrenta a un fenómeno que ha proliferado en forma extraordinaria afectando a la economía del país, al mismo comercio organizado, a la ecología, al gobierno y a la sociedad en general: **EL COMERCIO AMBULANTE (tianguismo)**.

El establecimiento comercial es una empresa que ofrece productos al consumidor, servicios al cliente y maneja recursos humanos, materiales, técnicos y financieros que deben administrarse para lograr un excelente crecimiento y aumentar su participación en el mercado. Dentro de la práctica comercial se toman decisiones que abarcan el arreglo del local, la distribución del espacio, la promoción, la publicidad, financiamiento y otros.

El interés por realizar este trabajo surgió debido a que no existen estudios sobre como afecta el comercio ambulante (tianguismo) al comercio organizado, por esta inquietud se consideró importante contar con una investigación de tipo exploratorio a la empresa dedicada a la venta de ropa y calzado denominada "**LAS TABLITAS**", en comparación con el tianguis que se planta en la misma zona donde está ubicada dicha empresa.

Dentro de la carrera de Administración se tiene una función social que es la acción tendiente a permitir que la economía del país se desarrolle con plena eficiencia y con el más estricto respeto por las normas económicas y sociales que las leyes establecen.

Dentro de la investigación lo que más interesa es el comercio; por lo tanto daremos algunas definiciones.

**COMERCIO:** "Es la actividad económica relacionada con la compra-venta de mercancías y bienes; se desarrolla entre un agente económico y un consumidor ya sea que se trate de un bien intermedio o final, sin considerar el monto de las cantidades vendidas". (1)

(1) LEXIS, Wilhelm: El comercio, México, Labor, p.3.

**COMERCIO:** "Se le da el nombre de comercio a la actividad que realiza o desarrolla un individuo o una institución, con propósitos de lucro y que esta basada principalmente en el intercambio de productos, de moneda y en general de efectos mercantiles". (2)

**COMERCIO AMBULANTE:** "El comercio ambulante es entendido como el conjunto de actividades mercantiles cuyo desenvolvimiento no se ve reflejado en las estadísticas y cuentas nacionales. Es un problema que se sigue agudizando en el marco del sector comercio, el cual resulta impostergable darle solución". (3)

**COMERCIO AMBULANTE:** "El comercio ambulante es una persona que con el desempeño de ésta actividad responde a una perspectiva de derecho natural de allegarse de un mínimo de ingresos extraordinarios que, en proporción con los del comercio formal, resultan ser envidiablemente altos". (4)

A continuación se dará una breve historia del comercio a través del tiempo:

#### **I. EL COMERCIO EN LA ANTIGUEDAD**

En el marco de las grandes culturas, el comercio se abrió paso, por encima de escollos y obstáculos iniciales. Los gobernantes primitivos de Egipto desalentaron la comunicación mercantil; pero en el nuevo imperio, hacia el año 1600 a.C., adquirió aquella una importancia mayor. En Mesopotamia la actividad económica se desarrolló de una manera más rápida que en Egipto, gracias a los ríos Tigris y Eufrates que pudieron compensar la cercanía de los desiertos. Una de sus principales ciudades, Babilonia, fue considerable centro de consumo; y el célebre Código de Hammurabi, hacia 1694 a.C., contuvo normas relativas a las transacciones mercantiles, las relaciones entre comisionistas y comerciantes, así como fijación de precios por el Estado.

(2) DELORA Rodelan, Ramón: *Práctica comercial mexicana*, México, La esfera, 1971, p. 11  
(3 y 4) CANACO: *economía informal*, México, CANACO, (4a ed.), 1990, p. 9.

Las mercancías que más se intercambiaban en casi todos los pueblos de la antigüedad, eran sobre todo las de lujo, y que las otras, salvo los granos, tenían un volumen de venta más reducido. El comercio era realizado por grupos poco numerosos, y no por el grueso del pueblo, ya que éste se dedicaba a la agricultura, al pastoreo, a las artesanías o a la guerra. Los fenicios, en suelo del actual Líbano, hicieron del comercio su ocupación fundamental.

La pobreza de sus suelos y la falta de recursos naturales suficientes, orillaron a los fenicios a recurrir al mar y a organizar las caravanas como instrumentos preciados para sus actividades.

Los griegos, lograron convertirse en el pueblo de mayor trascendencia mercantil en el mundo antiguo. Los pobladores se hicieron marinos y comerciantes de extraordinaria importancia que los llevaron a fundar gran número de colonias y pueblos, desde España hasta Egipto y el Asia Menor. Atenas fue la sede del saber, de las letras, de la filosofía, y la capital del comercio.

En seguida se describirá la manera en que ha evolucionado el comercio en la ciudad de México.

## **ii. EL COMERCIO EN LA EPOCA PREHISPANICA**

Fueron las civilizaciones Maya y Mexicana las altas exponentes del auge económico, religioso, artístico y social representativo del desarrollo mesoamericano, además de que ambas produjeron elementos culturales originales.

La actividad comercial que se ha practicado en México ha existido durante seiscientos años. Los tenochcas concentraban productos de todas las regiones del imperio y la extensión, variedad, colorido y organización lograron sorprender a los europeos.

Una forma de hacer comercio era por medio del trueque en el cual se confrontaban los objetos según su valor, ya que en ésta época no existía la moneda, después se tomaron algunos objetos que funjían como medio de cambio y a través de los cuales se medía el valor de los diferentes bienes entre los que encontramos: el cacao, las mantas pequeñas, piezas de cobre, de estaño y en ocasiones de oro.

La ciudad reunía a vendedores y mercancías en un espacio abierto y organizado, el cual llamaban tianguis o mercado, en toda población importante. En el tianguis las ventas se realizaban por pieza y por medida, así también se contaba con una persona que se encargaba de supervisar que las mercancías estuvieran en buen estado. Existían dentro del mercado tribunales especiales en los cuales los jueces se encargaban de resolver problemas.

Los locales, se denominaban Hanamacaque en los cuales se encontraban campesinos y artesanos que practicaban el comercio como una forma para dar salidas a sus productos.

A los comerciantes profesionales, se les denominaba pochtecas, quienes tenían algunas funciones y deberes, como cuidar el mercado y tener mando sobre los del pueblo bajo, para que nadie fuera molestado o extorcionado, también realizaban el comercio exterior, así mismo existía entre éstos comerciantes una marcada jerarquía, y tenían especialidades que consistían en expediciones que realizaban al exterior para ofrecer sus bienes.

Los pochtecas no eran muy aceptados en tierras extrañas para lograr su aceptación tenían que organizar diversas atracciones como juegos o bailes y así provocar la curiosidad de los lugareños quienes asistían para practicar el trueque y obtener productos que formarían más tarde parte de los tributos obligatorios a los mexicas. Estos tributos eran enormes y se recogían dos veces al año y en algunas ocasiones cada 80 días. A fines del siglo XV llegaba una gran riqueza desde todo el país a las ciudades centrales en la cuenca de México.

"De acuerdo a los relatos de Sahagún existían 60 variedades de comerciantes, de estos las tres cuartas partes vendían bienes de consumo, y el resto vendían bienes manufacturados. La mayoría de los comerciantes eran al mismo tiempo artesanos independientes, propietarios de casas y talleres calpullis". (5)

### iii.- EL COMERCIO EN LA EPOCA DE LA COLONIA

La conquista de Tenochtitlán se realizó por los españoles en el año de 1521. Hernán Cortés tomó posesión oficial de la nueva tierra en favor de la corona de España. Desde entonces y durante trecientos años, la Nueva España fué el escenario donde se desarrolló un sistema de gobierno español destinado a obtener las riquezas metálicas y naturales requeridas por España.

La corona española organizó y controló la economía de la Nueva España teniendo como principal actividad el comercio.

(5) VILLASEÑOR Baez, Luis, La arquitectura del comercio en la ciudad de México, disposición e historia, México, CANACO, 1974, p. 5.

### Comercio interior.

En la Nueva España surge un nuevo sistema comercial, el cual tuvo un importante desarrollo en la capital del virreynato, ya que éste fue el centro de la vida económica, política y cultural.

La ciudad virreynal utilizó el espacio abierto del tianguis prehispánico. El mercado era al aire libre y sufría las molestias que causaban el sol, el aire y la lluvia.

Los principales barrios de la ciudad tenían sus propios tianguis y acudían a los mercados para comerciar y surtirse de otros productos.

Ahora bien en el año de 1524 en la capital del virreynato el ayuntamiento concede permiso a los vecinos que tuvieran solares en torno de la plaza mayor para edificar portales en que guarecerse compradores y vendedores. Al mismo tiempo surgen los pequeños talleres artesanales.

El número de tiendas aumentaba a medida que crecía la ciudad. El ayuntamiento era el que fijaba el lugar y como habían de venderse las mercancías en la plaza pública. En los mercados habían jueces que se ocupaban de las diferencias que existían entre los vendedores y compradores.

Al principio, los conquistadores se subordinaron a la costumbre indígena del trueque, después, se comenzó a comercializar con la moneda, pero "hasta el 6 de abril de 1526 el ayuntamiento legalizó el curso de los pesos de tepuzque, y la casa de la moneda se establece en 1535". (6)

Las primeras órdenes que se dieron para regular la compra-venta tenían como objetivo evitar que las mercancías tuvieran precios altos al pasar por distintos intermediarios. En 1524 se establece que ningún regatón o tendero podría comprar artículos dentro de la ciudad para revenderlos. Así en 1528 se estableció que ningún mercader podría comprar en Tlatelolco o en ningún otro mercado de indios y además se prohíbe recibir mercancías en su casa, para evitar que la compraran a precios bajos y venderla a precios elevados. En 1530 queda prohibido que los mercaderes y regatones compraran a los indios ceras, miel, plumajes, ropa, huevos o cualquier otro producto salvo que fuera para sus propias casas.

(6) NOVO, Salvador; breve historia del comercio en México, CANACO, 1974, p. 5.

Al cumplir con el requisito de registrar la mercancía los comerciantes ponían el precio que ellos estimaran a la misma, lo que trajo como consecuencia que la mercancía traída de Castilla se vendiera muy cara ya que pasaba por varios revendedores, por ese motivo en 1546 los mercaderes acordaron que ningún regatón de la ciudad podría vender a otros regatones, artículos que provenían de ultramar. Al mismo tiempo se decide que quien quisiera comprar artículos provenientes de Castilla debía primero aclarar el precio.

#### Comercio exterior.

El comercio exterior en la época de la colonia se realizaba con algunos países y colonias, y éste se dividió en:

- comercio español. El cual se hacía directamente con la metrópoli.
- comercio americano. Fue el que se realizó con otras colonias.
- comercio asiático. Este se llevó a cabo con las Islas Filipinas y el lejano oriente.

El comercio exterior de la Nueva España con España, al principio se realizó por medio del trueque. Después se reglamentó el comercio de las colonias el cual tenía dos objetivos: monopolizar al comercio, prevenir a los pasajeros y enfrentar a los riesgos de la navegación y a los ataques de bloques enemigos.

Cádiz y Sevilla tenían la facultad de hacer el comercio con las Indias. En 1556 y 1565 se determinó que los pasajeros que venían de América deberían ser despachados por los oficiales de Sevilla y los navieros que regresaban debían ir al río de Sevilla.

Los gravámenes impuestos por el Gobierno español al gobierno con sus colonias eran:

- El derecho de avería.
- El derecho almojarifazgo.

El derecho de avería llamado así por que estaba destinado a sueldos de la armada, empezó a reanudarse desde 1521. Este impuesto al principio era del 5% sobre el valor de las mercancías aumentándose hasta un 14% sobre el valor de los objetivos.

En 1543 se establece el derecho de almojarifazgo o portazgo, impuesto que gravaba a las mercancías por entrar y salir de los puertos del reino. Este impuesto al principio

era del 7.5% sobre el valor de las mercancías.

---

### **iii. COMERCIO A FINES DE LA EPOCA COLONIAL**

México como ciudad virreynal tuvo un fuerte impulso con las regiones borbónicas. Entre 1765 y 1786 se aplicaron algunas medidas administrativas que hicieron de la Nueva España la colonia de mayor afluencia del imperio español.

El comercio se desarrolló siempre entorno a la plaza mayor. Para la primera mitad del siglo XIX estaba bien arraigado el uso comercial de la merced en donde a diario se desarrollaba mucha actividad.

Algunos mercados que estaban comunicados por agua fueron el de Tlatelolco, Lagunilla y el mercado del volador.

### **iiii.- EL COMERCIO EN EL PERIODO INDEPENDIENTE**

La época de la colonia termina debido a que algunos patriotas mexicanos conspiraron para quedar libres de la supresión española. Así pues el 15 de septiembre de 1810 Don Miguel Hidalgo y Costilla en Dolores Hidalgo, proclama la Independencia de México. Después de varios años, por fin la Independencia de México se logra el 28 de septiembre de 1821.

A fines de 1821 el comercio continuaba haciéndose en forma exclusiva, en Veracruz, pero esto no podía subsistir por más tiempo, ya que se sancionó la apertura de los puertos avilitados por el derecho de las cortes españolas el cual daba entrada libre a los buques y mercancías de todas las naciones del mundo. Esto fue un duro golpe para los españoles.

En México se concedió el acceso y facilidad a los buques de todo el mundo para hacer el comercio en los puertos del país, sin embargo fue restringido a los españoles por el decreto de 1823 en el cual se prohíbe la entrada, no solo a los buques, sino de las manufacturas y frutas de ésta nacionalidad. Un año antes se prohíben las exportaciones de dinero, frutos y efectos nacionales para España. También se interrumpió el comercio marítimo con Francia y Estados Unidos durante el tiempo que tuvieron guerra con México.

En México durante el siglo XIX las actividades comerciales que se realizaban tenían un carácter mixto ya que recibían influencias tanto españolas como de la tradición indígena.

El comercio de la capital asumía dos formas: comercio de tiendas y pequeños establecimientos; el cual se realizaba en los mercados que eran celebrados en las plazas y calles dos o tres veces por semana, en donde se concentraban los productores quienes llevaban sus mercancías y se instalaban en puestos como vendedores.

El porfiriato le dio a México dos cosas que le eran muy necesaria inversión de capitales así como paz y orden internos que no habían vuelto a conocer desde tiempo de la colonia.

Al terminar el porfiriato se dá un proceso que marcó una serie de cambios económicos, políticos y sociales, y que se conoce como la Revolución. Durante esta época el comercio sufrió varios cambios.

#### **iiii.- EL COMERCIO EN LA EPOCA REVOLUCIONARIA**

En la época revolucionaria se dá un estancamiento mercantil y obstruye la evolución del comercio alcanzada en el periodo del porfiriato, ya que el arribo de los diferentes caudillos se traducía en exigencias injustas que obligaban a los comerciantes a facilitar abastecimiento y préstamos forzados.

Las actividades comerciales eran consideradas no remuneradas para los comerciantes debido a los problemas que ocasionó la Revolución como fue la escasez de bienes disponibles, la cual trajo como consecuencia la paralización absoluta del abastecimiento de las necesidades básicas de la nación.

En esa época existían en la ciudad de México aproximadamente cinco mil locales comerciales en total, la mayoría eran cubiertos con acceso desde la calle y con un mostrador y estantería, y así fué adoptando muchas formas según el establecimiento. Las vitrinas le daban mayor elegancia y prestigio.

En términos generales la actividad comercial se deterioró durante el tiempo que duró el periodo revolucionario debido a la fuga de capitales, al desempleo, a la falta de producción, otros. Ahora bien al finalizar la revolución el comercio entró en una nueva etapa de crecimiento y transición.

## CAPITULO I

### **MARCO POLITICO-ECONOMICO-SOCIAL EN MEXICO**

A finales de 1993 existía la certeza de que el clima económico mejoraría en el último año de la administración de Carlos Salinas de Gortari. Había razones para suponerlo. En el ámbito externo, la recuperación de la economía estadounidense, figuraba como el elemento más destacado. En el ambiente interno, la reactivación de la planta productiva era esperada con expectación: Procampo inyectaría recursos al agro, que también alentarían el despegue económico del país, el TLC actuaría como promotor de las exportaciones y polo de atracción de los capitales extranjeros. En fin, esperábamos cielo despejado.

No obstante, pronto, muy pronto comenzaron a presentarse nubarrones en el horizonte. Aunque creaban cierta preocupación, no afectaban seriamente la confianza ni la certidumbre. A fines de febrero, las noticias no podían ser mejores. Las provenientes de Chiapas alentaban el optimismo; en el mercado primario, el CETE a un mes se colocó a tasas de un solo dígito, hecho sin precedente en las últimas décadas; se mantenía el arribo de importantes montos de capital extranjero, el peso se revaluaba; las exportaciones aumentaban. Había signos favorables, que no parecían alterarse significativamente por las confusiones en el ambiente político y por el secuestro de un importante hombre de negocios. Un mes más tarde, a finales de marzo, el panorama nacional cambió. Al hacer un recuento de los signos vitales de la economía al cierre del primer trimestre del año, debemos destacar los siguientes:

#### Los signos vitales

-Las variables políticas afectaron la economía, al establecer clima de incertidumbre, que impactó los principales mercados del sector financiero.

-La industria manufacturera, principal componente del sector fabril, presenta evidentes signos de recesión, al acumular cuatro trimestres con caídas en producción. Seis de sus nueve divisiones concluyeron el período enero-marzo con tasas negativas.

-Paradójicamente, en la producción total se registró un ligero indicio de recuperación; sin embargo, destaca la insuficiencia de dicho crecimiento para las necesidades de la economía mexicana.

-Continuó expandiéndose el desempleo en la economía, sobre todo, en la industria de transformación.

-Luego de alcanzar su nivel más bajo en más de dos décadas, los réditos internos se elevaron a partir de abril, en un intento por evitar la descapitalización del sector financiero. Este propósito se cumplió, pero el encarecimiento del dinero y el ambiente político postergaron planes de inversión.

-Se amplió la volatilidad de los capitales especulativos; una cantidad importante de dólares buscó nuevos horizontes en el sector financiero de Estados Unidos, justo cuando inició la elevación de sus tasas de rendimiento, y en respuesta al shock económico de finales de marzo y principios de abril.

-El índice de precios de las acciones que cotizan en la bolsa mexicana de valores sufrió fuertes fluctuaciones hacia la baja, debido al clima político, la salida de capitales y los resultados de las empresas al cierre del primer trimestre del año.

-La política de precios amplió su margen de eficiencia. La inflación trimestral es la más baja de los últimos 23 años.

-La estrategia exportadora ofrece resultados interesantes, a pesar de la ampliación del déficit comercial. Esto último significa que las importaciones siguieron creciendo proporcionalmente más que las exportaciones. No obstante, la mayor cantidad de compras externas son bienes intermedios y de capital.

### EMPLEO

El empleo es uno de los retos más importantes de la nación. Los sectores público y privado no han podido generar suficientes fuentes de trabajo, debido a la insuficiente inversión y los efectos laborales asociados a la modernización de los procesos de fabricación. Las estadísticas disponibles corroboran esta situación.

En febrero de 1994, el promedio del índice del desempleo abierto se ubicó en 3.8 por ciento de la Población Económicamente Activa (PEA). Esta cifra es mayor en cuatro décimas respecto a la registrada en el mismo lapso de 1993.

Cifras del IMSS acerca del número de trabajadores permanentes, indican una disminución del 1.3 por ciento durante el primer trimestre del año. Ambos indicadores dan cuenta del desempeño del mercado laboral en los primeros meses de 1994. En contraste, la industria maquiladora cuenta con aproximadamente 545 mil trabajadores, y ha mantenido una tendencia ascendente en la generación de empleo. En enero de 1994, dicho indicador repuntó 5.8 por ciento, respecto al mismo mes de 1993. Esto se debe al favorable desempeño de la economía norteamericana a partir de 1993, que se ha traducido en mayor demanda de los productos de este sector, así como la incorporación al esquema maquilador de compañías asiáticas, que recientemente se han instalado, particularmente en Tijuana.

---

### **1. DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LA POBLACION DEL ESTADO DE MEXICO**

En 1990 sigue existiendo una alta concentración de población en cuatro municipios que, en conjunto comprenden el 40.5% del total de la entidad, ellos son Netzahualcoyotl con 12.8%, Ecatepec 12.5%, Naulcalpan 8.0% y Tlalnepantla con 7.2%. Estos porcentajes son similares a los que se registran en 1970 y 1980. (gráfica 1)

Al observar la distribución de la población de acuerdo al tamaño de las localidades se encuentra que de las 4,014 localidades habitadas en la fecha del censo, 15 de ellas tienen 100,000 habitantes o más, y en ellas se concentra el 62.6% de la población total de la entidad, mientras que en el lado opuesto se encuentran 2,678 localidades con menos de 500 habitantes y que en su conjunto cuentan únicamente con el 4.2% de la población total del Estado.

### **2. COMPOSICION POR EDAD Y SEXO DEL ESTADO DE MEXICO**

Los resultados censales muestran una estructura de edades en la entidad que corresponden a una población joven. Esto se conforma al observar que el 38.3% de la población total es menor de 15 años y que solo el 3.0% es mayor de 65 años, además la edad mediana ésta es, la edad que divide a la población en dos partes iguales se ubica en los 19 años. (gráfica 2)

En cuanto a la distribución por sexo el porcentaje de mujeres es ligeramente superior al de los hombres, correspondiéndoles 50.7% y 49.3% respectivamente. (gráfica 3)

Un aspecto importante de señalar es la composición de la población por grandes grupos de edad en los municipios conurbados y en el resto del Estado, ya que, mientras que en los primeros la población de 0 a 14 años representa el 36.7% del total, en el resto del Estado es de 42.0%; y el porcentaje de la población que representa el grupo de 15 a 64 años que es de 60.5% en los municipios conurbados, en el resto del Estado es de solo 53.9%.

### **3. MIGRACION**

Los resultados censales permiten conocer dentro del total de residentes en la entidad, tanto los que nacieron fuera de ella como los residentes que no lo eran en 1985.

Así, para el primer caso se tiene una cifra de 3'902,226 personas que no nacieron en la entidad y que corresponden al 39.8%, de la población estatal. Entre ésta población no nativa, 3'660,343 correspondientes al 93.8% se concentran en los municipios conurbados, destacando los procedentes del Distrito Federal con el 54.8%.

Respecto a la población de cinco años y más que residían fuera de la entidad en 1985, la cifra es de 794,515, que representa el 9.3%, al igual que en el caso anterior destacan los procedentes del Distrito Federal con el 69.1%.

Así mismo en los municipios conurbados viven 717,462 personas que residían fuera de la entidad en 1985 y representan el 90.3% del total estatal.

#### **4. CONDICION DE ACTIVIDAD ECONOMICA**

El censo de población de 1990, muestra que de la población de 12 años y más, el 43.4% es económicamente activa, mientras que la inactiva representa el 54.8% (Gráfica 4).

Respecto a la población ocupada y desocupada a nivel estatal, ésta registra valores de 42.1% y 1.3% respectivamente. (Gráfica 5).

Al analizar los municipios conurbados en conjunto, se observa que su población económicamente activa representa el 44.9% de la población de 12 años y más, en tanto que para el resto de la entidad es del 40.0%. (Gráfica 6).

La tasa de ocupación registra un ligero incremento; ya que pasó de un 95.2% en 1970 al 97.0% en 1990, observándolo por sexo, se destaca el incremento en la femenina, que pasó del 90.1% en 1970 a 97.5% en 1990, mientras que la masculina no registra cambios significativos.

#### **5. PARTICIPACION ECONOMICA**

En la participación económica por sexo se observan marcadas diferencias, ya que el 67.3% de los hombres son activos mientras que, para las mujeres la cifra es de 20.7%. Consecuentemente la diferencia se invierte en el caso de la población inactiva donde las mujeres representan el 77.4% y los hombres el 31.0% (Gráfica 7)

Por grupos de edad, la participación femenina registra su nivel más alto entre los 20 y 24 años con el 30.9%; en el caso de la participación masculina se tienen valores superiores en todos los grupos de edad.

Por municipio, se observa que la tasa más alta de participación para los hombres se registró en Villa Guerrero con el 80.0% y la más baja en Tlataya con 33.1%; por su parte, la femenina obtuvo el valor más alto en Huixquilucan con el 28.7% y la más baja en Ecatzingo con el 4.3%. (Gráfica 8).

En los municipios conurbados, la participación es ligeramente superior a la del resto del Estado 44.9% contra 40.0% respectivamente.

## **6. OCUPACION PRINCIPAL**

Conforme al censo, los artesanos y obreros se destacan sobre la diversidad de ocupaciones de la entidad, constituyendo el 18.3% del total de la población ocupada; le siguen, en orden de importancia los comerciantes y dependientes con 11.4% y oficinistas con el 10.6%. Por su parte, los trabajadores agropecuarios representan el 8.5% (Gráfica 9).

En cuanto a las diferencias de la ocupación por sexo se tienen que del total de trabajadores agropecuarios, el 97.1% son hombres y el 2.9% son mujeres; de los operadores de transporte, el 99.0% son hombres y el 1.0% son mujeres; lo inverso sucede con los trabajadores de servicio doméstico, el 96% son mujeres y únicamente el 3.4% son hombres.

Los municipios conurbados representan el 72.5% del personal ocupado total, la mayoría de las ocupaciones tienen participaciones altas; en particular, sobresalen con participaciones superiores al 84.0% los trabajadores del arte, funcionarios y directivos al igual que las ocupaciones de protección, vigilancia y oficinistas.

## **7. SECTORES DE ACTIVIDAD**

El censo de 1990 muestra que el sector terciario, compuesto principalmente por las actividades comerciales y los servicios, se ubica en el primer lugar en cuanto a la población ocupada del Estado, ya que concentra el 50.9% de ella; le siguen en importancia el sector secundario, con el 36.8% y el primario con el 8.7%. (Gráfica 10).

Respecto a la diferencia de participación por sexo en los sectores económicos se observa que en el sector terciario las mujeres superan a los hombres ya que los porcentajes son de 66.8% y 45.7% respectivamente, (Gráfica 11), por otro lado, en el caso del sector primario el porcentaje de participación de los hombres es del 11.2% y el de las mujeres tan solo el 1.1%.

Al revisar los municipios conurbados se destaca que el sector terciario es el que ocupa mayor personal con el 55.8%, en contraste con el primario que solo ocupa el 1.6%. Este comportamiento en el resto del Estado es diferente, registrando 38.0% en el terciario y 27.3% en el primario.

---

## **8. INGRESO MENSUAL**

Las cifras que ofrece el censo, permiten conocer el monto de los ingresos que la población ocupada percibe por su trabajo. Así en 1990, el 42.1% en el Estado de México recibió de uno y hasta dos salarios mínimos; el 15.9% percibió más de dos y menos de tres salarios mínimos. Los trabajadores que reciben hasta un salario mínimo representan el 16.9% y los que no reciben ingresos ascienden al 3.7%; en el otro extremo se ubican aquellos que perciben tres y más salarios mínimos, los cuales representan el 17.9% de la población ocupada. (Gráfica 12).

En los intervalos extremos se aprecian diferencias según sexo, en el rango de más de cinco salarios mínimos el porcentaje de hombres es 9.0% y el de mujeres 5.4%; en el rango de hasta un salario mínimo, el porcentaje de hombres es del 15.3%, mientras que el de mujeres alcanza un 22.1%.

Es importante resaltar que el porcentaje de la población ocupada que no recibe ingresos en los municipios conurbados es muy inferior al del resto del Estado siendo 1.1% y 10.4% respectivamente.

## **9. ASPECTOS GEOGRAFICOS DE CIUDAD NETZAHUALCOYOTL**

### **9.1. UBICACION Y EXTENSION TERRITORIAL**

El municipio de Netzahualcoyotl se localiza en la porción este del Estado, entre los paralelos 98°21'56" y 99°30'04" de latitud norte y los meridianos 98°57'57" y 99°04'17" de longitud oeste, con una altitud media de 2240 metros sobre el nivel del mar y ocupando una extensión territorial de 63.44 km<sup>2</sup>. Colinda al norte con el municipio de Ecatepec, al este con los de Atenco y Chimalhuacán, al oeste con el Distrito Federal y al sur con el municipio de la Paz y con el Distrito Federal.

### **9.2. FISIOGRAFIA**

El municipio se localiza dentro de la provincia fisiográfica denominada Eje Neovolcánico, en la subprovincia lagos y volcanes de Anáhuac en la región del vaso lacustre. Los terrenos que pertenecen al municipio no presentan pendientes considerables ya que se ubican en una vasta llanura sin alteraciones que antiguamente era ocupada por el lago de Texcoco.

### **9.3. GEOLOGIA**

La estructura geológica del municipio data del cenozoico, pertenece al antiguo vaso del Lago de Texcoco donde sólo una porción de la zona norte presenta inundaciones; los suelos de origen aluvial se formaron durante el cuaternario debido a la desecación parcial del vaso.

### **9.4. HIDROLOGIA**

El municipio se ubica dentro de la región hidrológica 26, cuenca D; los recursos hidrológicos más importantes son: al norte una porción del Lago de Texcoco, sobresalen los cuerpos de agua cola de pato, la regalada y el tesorito; al sureste el río la compañii que nace en el Iztlacihuatl para vertir sus aguas al norte del municipio.

### **9.5. EDAFOLOGIA**

Al noroeste, sur y sureste del municipio predomina el suelo solonchak mólico, al norte y noroeste se extiende el solonchak gleyco, ambos con alto contenido de sales depositadas en una capa inferior que retienen el agua y favorecen el desarrollo de pastizales halófilos.

### **9.6. CLIMATOLOGIA**

El municipio presenta un clima templado semiseco con lluvias en verano, con temperatura media anual de 16°C y una precipitación media anual de 581.6mm.

### **9.7. VEGETACION Y USO ACTUAL DEL SUELO**

El norte del municipio está cubierto por pastizal halófilo; resistente a la salinidad de los suelos; el centro portular; vegetación que se desarrolla en suelos de fácil inundación; y al sur plantas halófilas subarborescentes, usadas para la reforestación. Buena parte del municipio está destinada a usos urbanos.

**2.8. USO POTENCIAL DEL SUELO**

La mayor parte de éste municipio está cubierto por la mancha urbana, por lo que solamente quedan pequeñas porciones rurales; en la zona norte del municipio se localizan terrenos no aptos para el desarrollo de ningún tipo de agricultura; al sureste quedan pequeñísimas áreas de suelos con aptitud para la práctica de agricultura mecanizada.

## **CAPITULO II**

### **COMERCIO ORGANIZADO**

El comercio organizado en México, es considerado como una de las actividades más importantes en el desarrollo de la economía nacional, ya que tiene una gran participación en el Producto Interno Bruto, ofrece servicios directos a la población y contribuye con el pago de impuestos.

Los establecimientos comerciales organizados tienen cuatro compromisos que le permiten justificar su existencia ante la sociedad.

A) Con el mercado que abastece, al proporcionar satisfactores de calidad a buen precio, con soporte de garantía y apoyo de servicios permanente después del lapso de garantía.

B) Con el país en que se encuentra, contribuyendo a los objetivos nacionales a través del pago oportuno de impuestos y contribuciones, cumpliendo además de los reglamentos que nos permiten convivir civilizadamente en una urbe considerada de las más grandes del mundo, invirtiendo para aumentar el ahorro interno, al crear fuentes de trabajo y cumpliendo con las remuneraciones establecidas en la Ley.

C) Con los inversionistas en el negocio ya que otorga un rendimiento satisfactorio a sus aportaciones.

D) Con los empleados, creando oportunidades de progreso, capacitándolos y guiándolos por el camino del orden y el desarrollo constante.

### **CARACTERISTICAS DEL COMERCIO ORGANIZADO**

-El comercio organizado se caracteriza por ser una actividad que genera recursos y de esta forma propicia la multiplicación de la riqueza.

-Demanda empleo y brinda la oportunidad de mejorar el nivel de vida de los trabajadores.

-El comercio organizado cumple con todos los requisitos legales para su apertura, organización y funcionamiento.

-Ofrecer al consumidor una gran variedad de productos que satisfacen sus necesidades.

---

**VENTAJAS DEL COMERCIO ORGANIZADO**

-Las instalaciones cuentan con los servicios de:  
baño,luz,teléfono,ventilación,limpieza,equipo contra incendio,botiquín.

-Otorga al cliente garantías en los productos y servicios que ofrece.

**PARTICIPACION DEL COMERCIO ORGANIZADO EN EL EMPLEO**

En el caso particular de nuestro país,mucha gente que emigra del campo a la ciudad no siempre encuentra ocupación en la industria,por lo que muchos de ellos buscan empleos en establecimientos comerciales organizados.

En la medida en que avanza la economía del país,el comercio evoluciona y se adecúa a las exigencias de un mercado dinámico e interrelacionado.

Los establecimientos comerciales registrados en el país hasta 1991 eran 908,307 con una tasa promedio anual de crecimiento de 1980 a 1991 de 5.4%.(7)

En la actualidad,el comercio ha crecido y se ha estructurado para atender a una gran población que demanda mayor calidad en los nuevos servicios y productos,lo que hace que el comercio adopte nuevas formas y esquemas que le permitan adaptarse a los cambios que se presentan día a día en nuestro país y en el mundo.Para el establecimiento de los comercios es necesario cumplir con ciertos requisitos legales que se especifican en el siguiente apartado.

I.Disposiciones jurídicas establecidas por la autoridad para contribuir y operar un comercio de manera legal.

El conjunto de trámites que deben realizar los empresarios para cumplir con la legislación es la siguiente:

**(7) CANACO.Estructura y desarrollo de la actividad comercial,CANACO.1992,p7.**

**i.- Constancia de zonificación del uso de suelo.**

Es el documento expedido por las autoridades del Departamento del Distrito Federal, por medio del cual certifica si el uso del suelo es permitido, condicionado o prohibido especificando las normas técnicas que les sean aplicables de acuerdo al programa parcial de desarrollo urbano que le corresponda.

De conformidad con los artículos 40 y 41 del reglamento de zonificación para el D.F. deberán presentar para su obtención: solicitud (formato único) acompañado del registro federal de contribuyentes, pago de derechos que determine la Ley de Hacienda del Departamento del Distrito Federal y un croquis de localización donde se indique el nombre de todas las calles que limitan la manzana, superficie en metros cuadrados y orientación del establecimiento. La vigencia de este documento es anual.

**ii.- Licencia de uso de suelo.**

Esta licencia se expide por las autoridades del D.F., en la cual se autoriza el uso o destino que pretenda darse a un predio o local.

De conformidad con el artículo 43 del reglamento de zonificación, 53 fracción III y 146 del reglamento de construcciones ambos para el D.F., aquellas personas que se les condicione a la obtención de la licencia del suelo, deberán presentar ante la delegación correspondiente, la siguiente documentación:

- \* Solicitud (formato único)
- \* Planos arquitectónicos autorizados (con planos de distribución y localización).
- \* Memoria descriptiva.
- \* Estudio de imagen urbana.
- \* Licencia de funcionamiento.

**iii.- Revalidación de licencia de funcionamiento.**

De conformidad con el art. 124 del reglamento para el funcionamiento de establecimientos mercantiles y celebración de espectáculos públicos en el D.F., las licencias de funcionamiento deben revalidarse anualmente para lo cual se deberá presentar solicitud (formato único) por lo menos un mes antes de su vencimiento, acompañada de dos copias certificadas de dicha licencia.

**iiii.- Visto bueno de Seguridad y Operación.**

Es el documento expedido por un director responsable de la obra por medio del cual se hace constar que el establecimiento comercial reúne las condiciones necesarias de seguridad para su operación y funcionamiento. Este Visto Bueno debe registrarse ante la delegación correspondiente.

Para determinar el visto bueno señalado deberá presentarse la solicitud (formato único) donde consten los datos y firma del director responsable de obra que otorga el visto bueno de seguridad y operación, así como el pago de derechos que establezca la ley de Hacienda del DDF. Su vigencia es anual.

El funcionamiento legal de éste trámite se encuentra establecido en los arts. 64, 65, 239 y 240 del reglamento de construcciones para el D.F.

**iiiii.- Licencia de anuncio.**

Esta licencia se otorga por la delegación que corresponda y tiene por objeto amparar la fijación, instalación, colocación y distribución de anuncios, su ampliación o modificación en los sitios o lugares a los que tenga acceso el público o que sean visibles desde la vía pública.

De conformidad con los arts. 9, 32, 51 del reglamento de anuncios para el D.F. deben acompañar a la solicitud (formato único) los documentos siguientes:

\* Dibujo, croquis o descripción que muestre su forma, dimensiones, colores, texto y demás elementos que contribuyen el mensaje publicitario.

\* Materiales de que estará construido.

\* Cuando la fijación o colocación requiera del uso de estructuras e instalaciones debe acompañar la memoria de estabilidad y seguridad evaluada por un director responsable de obra (firma del perito).

\* Fotografía color de 7 x 9 cm. de la perspectiva completa de la calle y de la fachada del edificio en el que se pretenda fijar o instalar el anuncio, marcando sobre ella el contorno que muestre el aspecto del anuncio ya instalado.

\* Señalar la altura sobre el nivel de la banqueta y saliente máximo desde el lineamiento del predio y parámetro de la construcción.

\* Si el giro es reglamentado, debe presentar copia de la licencia de funcionamiento, si no lo está debe presentar copia del RFC.

\* Constancia de zonificación y/o licencia del uso del suelo.

\* Copia del contrato de arrendamiento o autorización escrita del propietario del bien inmueble.

#### **iiiii.- Revadilación de licencia de anuncio.**

De conformidad con el art.53 del reglamento de anuncios para el D.F., las licencias de anuncio deben revalidarse cada tres años, para tal efecto presentar solicitud (formato único), por lo menos con quince días de anticipación a su vencimiento acompañado de una copia certificada de la licencia anterior y fotografía.

#### **iiiiii.- Alta de Hacienda.**

##### **REQUISITOS:**

###### **a) Personas Físicas:**

Acta de nacimiento,  
Identificación, y,  
Comprobante de domicilio.

###### **b) Personas Morales:**

Acta constitutiva de la sociedad,

Firma del representante legal, y,  
Comprobante de domicilio.

En ambos casos se deberá llenar la forma HRRCI, y se deberá hacer la inscripción.

---

## CAPITULO III

### CASO

#### 1.- DETERMINACION DE LA ZONA

#### 2.- COMERCIO AMBULANTE

El comercio organizado presenta como problema principal el establecimiento del comercio ambulante. Por tal motivo a continuación se estudiarán los aspectos más relevantes del comercio ambulante.

El comercio ambulante forma parte de la economía subterránea. Por lo tanto definimos que la **ECONOMIA SUBTERRANEA** es "el conjunto de actividades a través de las cuales se realizan diversas transacciones de bienes o servicios que, pese a que se conoce su existencia por parte de las autoridades, no se registran en las estadísticas e indicadores nacionales, ya que de ser omitidas ante la autoridad fiscal la declaración de los ingresos que genera, quedan fuera de la contabilidad del país, de ésta manera la economía subterránea se traduce como el producto interno bruto no contabilizado". (8)

En México, la investigación sobre el fenómeno de la economía subterránea es casi inexistente, a pesar de que se reconoce su presencia así como las causas que lo originan e incentivan.

La economía subterránea se puede manifestar en todos los sectores del sistema económico. Algunas de las principales actividades subterráneas que se han desarrollado en los últimos años y que forman parte de los problemas a los que se enfrenta la economía de México son las sig:

- Comercio ambulante.
- Contrabando de mercancías.
- Crédito fuera del mercado financiero.
- Transacción de mercancías no declaradas.
- Tráfico de drogas, tabaco y alcohol.

(8) CANACO: El comercio ambulante en la cd. de México, CANACO, 1987.

- Operaciones de trueque de bienes o servicios.**
- Juegos ilegales.**
  
- Corrupción.**
  
- Otros.**

### 2.1. ANTECEDENTES DEL COMERCIO AMBULANTE

Los primeros indicios del comercio ambulante se encuentran en la época de los aztecas con el establecimiento de algunos tianguis, siendo uno de los más famosos el de Tlatelolco ya que en éste se encontraba una gran variedad de productos y cuya organización impresionó a los conquistadores.

En el periodo presidencial de Pascual Ortiz Rubio en el año de 1931 se otorgó el primer permiso a seis personas invidentes para vender en la vía pública.

El 11 de octubre de 1967 se estableció un acuerdo el cual declara prohibido ejercer el comercio, sea informal o ambulante o el que se practica por medio de puestos fijos o semifijos en la vía pública, pero éste acuerdo nunca se respetó y el comercio ambulante siguió proliferando.

En el periodo presidencial de Luis Echeverría Álvarez, la venta en el comercio ambulante aumentó debido a que introdujeron una gran cantidad de aparatos de contabando lo cual llamó la atención de los clientes ya que eran productos que no se comercializaban en México.

### 2.2 MARCO TEORICO DEL COMERCIO AMBULANTE

El fenómeno del comercio ambulante ha representado en los últimos años una gran preocupación tanto para los países desarrollados como en los países atrasados y dependientes como México debido a la gran proliferación que ha tenido ésta actividad bloqueando el desarrollo del comercio organizado y dañando la economía de éstos países.

Los países latinoamericanos en los que se presenta el fenómeno del comercio ambulante son: Perú, República Dominicana, Ecuador, Venezuela, Brasil, Chile y MEXICO.

El fenómeno del comercio ambulante se presenta en México como resultado de la crisis económica, a éste comercio se le ha permitido actuar en forma extraoficial y con toda libertad.

El comercio ambulante provoca diversos problemas a la sociedad, a la economía, a la ecología, al consumidor, al comercio organizado y al gobierno. El comercio ambulante justifica su existencia basándose en el problema de los ingresos y de la incapacidad de las empresas públicas y privadas para emplear la oferta de mano de obra.

Esta actividad abarca todas las áreas económicas como son: la industria del vestido, alimentos, calzado, palettería, bisutería, aparatos eléctricos y otros.

### **2.3. CAUSAS QUE ORIGINAN EL COMERCIO AMBULANTE**

Las causas que originan el comercio ambulante son:

- \* La falta de escolaridad y preparación de los trabajadores trae como consecuencia el no poder aspirar a un empleo bien remunerado, muchas personas se ven en la necesidad de buscar otras fuentes de ingresos y ven el comercio ambulante como una opción para mejorar su nivel de vida.
- \* La crisis económica a la cual México se ha enfrentado en las últimas décadas ha provocado disminución en la oferta de trabajo, por lo que las personas recurren al comercio ambulante para dar solución al problema de desempleo.
- \* El comercio organizado tiene la obligación de pagar impuestos, lo cual ha ocasionado que muchas personas busquen evadir ésta responsabilidad dedicándose al comercio ambulante.
- \* Otra de las causas es el excesivo reglamentarismo que existe para abrir un negocio propio, lo que en muchas ocasiones desalienta a las personas que tienen como objetivo dedicarse al comercio establecido y organizado de manera legal.
- \* Otro aspecto que también se debe considerar es la corrupción burocrática como fraudes, engaños, sobornos que se practican y que provocan la desconfianza para realizar inversiones en el comercio organizado.

### **2.4. CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO AMBULANTE**

Las principales características son:

- \* La inversión en el comercio ambulante es reducida, es decir que no se necesitan grandes sumas de dinero para encauzar ésta actividad.
- \* Opera al margen de obligaciones tanto fiscales como comerciales; es decir actúa y se desarrolla evadiendo responsabilidades de lo que representa uno de los aspectos más importantes que atrae a la gente para formar parte del comercio ambulante.
- \* Una característica importante de ésta actividad es que los trabajadores de los comerciantes ambulantes no cuentan con ninguna garantía ni prestación que exige la Ley Federal del Trabajo. Además los trabajadores no tienen ninguna seguridad y apoyo por parte de las autoridades, por lo que no pueden exigir sus derechos al patrón.

\* Los productos que se venden en el comercio ambulante son de diferentes orígenes, marcas y calidades, es decir existe una gran variedad de productos para satisfacer todos los gustos del cliente.

\* Los puestos del comercio ambulante se caracterizan por ser montados con fierros, telas, botes, sombrillas, etc.

\* En el comercio ambulante todas las cuentas se registran de forma manual, sin libros y estados financieros.

\* Existe un sentimiento de unidad de grupo entre los ambulantes.

\* El nivel cultural de los ambulantes regularmente es muy bajo.

#### **2.5. LOS PROVEEDORES DE LOS AMBULANTES**

Un estudio realizado con anterioridad nos proyecta que los proveedores de los ambulantes por giro son:

\* El comercio ambulante dedicado a la venta de electrónica se surte en bodegas del barrio de tepito o por medio de intermediarios. Los productos son elaborados en Estados Unidos, Japón, Taiwan, Corea, Hong Kong, aunque también se proveen de mercancía nacional.

\* El comercio de calzado y ropa adquiere sus productos directamente con el fabricante, maquiladores, fabricantes caseros informales o proveedores que les venden la mercancía de contrabando.

\* Los comerciantes que venden artículos de bisutería se proveen de contrabandistas, por medio de maquiladores distribuidores, por el fabricante nacional o, por personas que les venden mercancía robada.

\* En el giro de alimentos preparados, los productos son adquiridos en mercados públicos, centros de abasto o en la merced, los alimentos enlatados y las golosinas se surten con distribuidores mayoristas.

Más adelante se especificará de acuerdo al estudio de campo actual de los proveedores de los ambulantes en cuanto a ropa y calzado se refiere, de la Avenida México, cd Nezahuacoyotl.

**2.6. PROBLEMAS QUE PROVOCA EL ESTABLECIMIENTO DEL COMERCIO AMBULANTE**

Los principales problemas que provoca el establecimiento de comercio ambulante son los siguientes:

- \* El comercio ambulante perjudica al consumidor ya que la mayoría de los productos que éstos adquieren no cuenta con la calidad que respalda una marca.
- \* Alejan al turismo, ya que el comercio ambulante daña la imagen de la ciudad.
- \* El comerciante ambulante evade impuestos lo cual perjudica a la economía del país.
- \* Incapacidad de encauzar éste comercio de acuerdo a la política de **Planeación Nacional**, además ha proliferado tanto que no ha permitido que el gobierno lleve un control del mismo.
- \* Este tipo de comercios dañan la ecología, debido a que el tráfico que provocan por establecerse en la vía pública genera el aumento de contaminantes como es el bióxido de carbono, monóxido y otros.
- \* El establecimiento del comercio ambulante en la vía pública genera ruido, olores desagradables que deterioran el medio ambiente.
- \* El comercio ambulante fomenta el aumento de basura, desperdicios sólidos y productos en mal estado que provocan la obstrucción en el alcantarillado, acumulación de desechos y problemas en el drenaje, además del aumento de ratas, cucarachas e insectos como moscas y mosquitos.
- \* Los puestos ambulantes donde se venden alimentos carecen de equipo de refrigeración y agua potable lo que provoca graves enfermedades.
- \* Otro problema es la carencia de servicios sanitarios, representando un foco de infección para los clientes y personas en general.
- \* La utilización de tanques de gas en la vía pública es un constante peligro tanto para el comerciante que lo utiliza como para toda la gente ya que se exponen a sufrir un accidente.
- \* También se debe considerar que el polvo y la tierra contaminan los alimentos que son preparados y consumidos en la vía pública.
- \* El comercio ambulante representa una competencia desleal para el comercio organizado, ya que vende sus productos a más bajo precio, lo cual provoca una caída en las ventas de los establecimientos comerciales.

\* Algunos de los empleados que laboran en el comercio organizado abandonan su trabajo para formar parte del comercio ambulante ya que les brinda mayores ingresos.

\* El establecimiento del comercio ambulante ha provocado el cambio de giro de algunos comercios organizados y en ocasiones su desaparición.

\* Uno de los problemas más graves que provoca el comercio ambulante es la ausencia de normas comerciales y de garantía para el cliente.

Los productos que venden los ambulantes no cuentan con norma comercial y no expiden notas o facturas de venta.

El cliente que adquiere sus productos en el comercio ambulante no cuentan con documentación que ampare su compra y menos con garantía del producto. Algunos comerciantes ambulantes, si llegan a cambiar la mercancía por estar en mal estado, pero el comprador no puede pedir la devolución de su dinero, ni puede demandar el pago de daños y perjuicios.

El cliente debe absorber el costo de reparación de la mercancía comprada en el comercio ambulante.

## 2.7. OBLIGACIONES

Las obligaciones a que son sujetos los comerciantes se encuentran estipuladas en el art. 68 del Código Fiscal del Estado de México.

I.- Empadronarse en un plazo que no excederá de quince días de la fecha de iniciación de operaciones.

II.- Declarar y pagar los créditos fiscales en los términos que dispongan las leyes fiscales.

III.- Firmar todos los documentos previstos, bajo protesta de decir verdad.

IV.- Llevar y mostrar los libros exigidos por la legislación federal relativa cuando les sean solicitados.

V.- Registrar los asientos correspondientes de las operaciones efectuadas en los libros legalmente autorizados, dentro de los 60 días siguientes a la fecha en que hayan sido realizadas, designando las circunstancias y carácter de cada operación y el resultado que produzcan a su cargo o descargo.

VI.- Conservar la documentación y demás elementos contables y comprobatorios, en domicilio ubicado en el Estado.

VII.- Proporcionar a las autoridades fiscales los datos o informaciones que se les soliciten, dentro del plazo fijado para ello.

VIII.- Devolver la placa, cédula o documento de empadronamiento que ampara el número de cuenta en caso de clausura, cambio de objeto, giro, nombre o razón social y en los de traspaso o traslado, en un plazo de diez días.

IX.- Señalar domicilio en el estado.

X.- Los demás que dispongan las leyes, de acuerdo con el contenido de la ley de informática de la entidad.

XI.- Los causantes, para efecto de la presentación de declaraciones, manifestaciones y avisos, podrán hacerlos mediante información procesada en medios electrónicos a través de cintas de impulsos magnéticos, siempre y cuando se adecúen a las características técnicas aprobadas por la Secretaría de Finanzas y planeación, mismas que serán fijadas anualmente en la Ley de Ingresos.

#### **2.8. LEYES FISCALES DEL ESTADO DE MEXICO**

- \* Código Fiscal del Estado de México.
- \* La Ley Anual de Ingresos del Estado.
- \* La Ley Anual del Presupuesto de Egresos.
- \* La Ley de Hacienda del Estado.
- \* La Ley de Coordinación Fiscal del Estado.
- \* La Ley de Aportaciones de Mejoras del Estado.
- \* La Ley de Catastro del Estado.
- \* Los demás ordenamientos jurídicos que contengan disposiciones de naturaleza fiscal.

---

### **3. INVESTIGACION DEL COMERCIO AMBULANTE**

#### **A. CALZADO**

En las investigaciones realizadas en la avenida México al tianguismo, obtuvimos que 25 tianguistas se dedican a la comercialización de calzado, de los cuales el 80% exclusivamente a la venta de calzado de dama, el 16% de caballero y únicamente el 4% de niño. Todos estos comerciantes manejan alrededor de 50 productos diferentes que ofrecen al público a un precio bajo relativamente al comercio establecido (gráfica 13).

Sus mercancías las adquieren en Tepito, mercado de lagunilla y en el tianguis de mayoristas que se lleva a cabo los días miércoles y sábados desde las 4:00 a.m. hasta las 8:00 a.m. en la calle de Costa Rica en el centro de la ciudad.

Los comerciantes llevan a cabo sus actividades en la vía pública en donde hacen pagos a la organización CECOEM para que les den autorización para vender en dicho lugar y éstos pagos se llevan a cabo al año; y son: el permiso el cual lo dan mediante una cuota de N\$450.00 y N\$60.00 por cada metro que utilicen para la venta de sus productos y además de éste pago anual se da una coperación semanal de N\$3.00 para cubrir los pagos de la organización.

#### **B. ROPA**

Este sector ocupa un lugar importante en el tianguismo, debido a que es el que mayor demanda tiene, de ello podemos darnos cuenta que 63 comerciantes se dedican a la venta de éste sector de los cuales el 81% está enfocado básicamente en la venta de ropa para dama, 11% caballero y el 5% ropa de niño (gráfica 14).

Los productos que ofrecen al público son aproximadamente 50 modelos distintos premanentemente, en donde son presentados a un precio bajo para captar la mayor parte posible de compradores.

Los comerciantes adquieren sus productos principalmente en los tianguis de mayoreo que se llevan a cabo en la calles de Venezuela, Belisario Domínguez, Miguel Alemán, Manuel Doblado y Anillo de Circunvalación en el centro de la ciudad.

Estas compras las efectúan sin factura, debido a que no pagan impuestos.

El margen de utilidad que obtienen es del 30 y 40% sobre el costo del producto, ellos no tienen trabajadores, por lo tanto ofrecen precios accesibles a los compradores.

Todos los ambulantes de ésta avenida estan afiliadas a la organización CECOPE en donde hacen pagos anuales y semanalmente se dan cuotas para gastos de la organización. Además, de que en temporadas altas, como es el caso de fin de año, tienen que hacer un pago de N\$60.00 por el metro cuadrado y tiene vigencia de una semana.

La procedencia de la ropa es totalmente mexicana

#### **4. COMERCIO ESTABLECIDO.**

##### **A. CALZADO, ROPA, MIXTO.**

Mediante la investigación de campo que se realizó en la avenida México de ciudad Nezahualcoyolt con respecto a los comercios establecidos, encontramos que: 23 se dedican a la venta de ropa de la cual un 87% es de dama, un 9% de caballero y un 4% es de niños.

En cuanto al calzado vimos que 28 establecimientos se dedican a la venta del mismo, donde el 71% son de dama, 18% de caballero y el 11% de niño.

En éste estudio nos percatamos de que existen negocios establecidos que son mixtos, es decir, se dedican a la venta de ropa y calzado, al mismo tiempo, de éstos son 15 establecimientos donde el 67% son de dama, 20% caballero y 13% niños (gráfica 15).

La variedad de productos que ofrecen son alrededor de 100 diferentes que les respalda una calidad, garantía, prestigio y sobre todo seguridad al realizar las compras.

En su totalidad éstos productos son nacionales, principalmente el calzado lo adquieren en la ciudad de León Guanajuato y la ropa con proveedores de la ciudad de México.

Ofreciendo estos productos al público a un precio relativamente alto respecto al ambulante debido a que los locales en donde se encuentran establecidos dichos comercios son rentados y cada establecimiento cuenta con alrededor de 3 trabajadores a los cuales se les tiene que pagar un salario y esto representa un incremento al costo del producto además del pago de impuestos locales y federales.

## **CAPITULO IV**

### **VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO ESTABLECIDO SOBRE EL COMERCIOAMBULANTE.**

El comercio ambulante no realiza ningún trámite administrativo, ni legal para su apertura y funcionamiento.

Las personas que adquieren los productos en este tipo de comercio no cuentan con ninguna garantía. De ésta forma el comerciante ambulante se libera de toda responsabilidad.

Precios bajos debido a que él mismo atiende su negocio y ésto no le origina gastos de empleados, inclusive muchas veces él mismo fabrica su mercancía, no paga impuestos como fabricantes mucho menos como vendedor de menudeo y por consiguiente no da facturas y si la mercancía llega a salir defectuosa; si le conviene la cambia si no; además de que la Procuraduría Federal del Consumidor no tiene ninguna base para multarlo ya que no tiene un lugar fijo y únicamente el vendedor ambulante se cambia de lugar y ya no tiene problemas.

Los costos de los comerciantes ambulantes son mínimos ya que solo pagan una cuota fija por establecerse en la vía pública, además de que no pagan impuestos, luz, teléfono, renta y no dan ninguna prestación a los trabajadores (en caso de que los halla). Todo ésto representa una gran ventaja para los comerciantes ambulantes ya que de todos sus ingresos por ventas obtienen mayores ganancias.

### **DESVENTAJAS DEL COMERCIO AMBULANTE.**

Para el comercioambulante el clima representa una desventaja, por que se está a expensas del frío, la lluvia, el calor y ésto provoca incomodidad y en ocasiones tener que levantar sus puestos.

El comercio ambulante no cuenta con servicios de primera necesidad como sanitarios, ni un lugar adecuado para ingerir sus alimentos.

Los comerciantes ambulantes son manipulados por sus líderes.

Los comerciantes ambulantes no cuentan con la información adecuada sobre el funcionamiento y manejo de artículos (en el caso de TV aparatos electrónicos y otros), debido a que sólo se cuenta con instructivos en inglés.

Estos comerciantes son extraordinarios por los inspectores de las delegaciones, los cuales permiten poner sus puestos en la vía pública.

La incomodidad para el traslado de su mercancía, es decir, el acarreo de su mercancía (aproximadamente se llevan una hora en colocarse y una hora en recoger.).

No ofrece garantía de sus productos al cliente.

No tiene seguridad el cliente al realizar sus compras debido a que en ocasiones en éstos puestos ambulantes se aglomera (amontona), la gente y corren el riesgo de ser despojados de sus pertenencias.

### **VENTAJAS DEL COMERCIO ESTABLECIDO.**

Mejor presentación de la mercancía en sus aparadores y exhibidores.

La mercancía la tienen en buenas condiciones ya que no la tienen expuesta al sol, lluvia ni polvo.

Horario más amplio para la venta al cliente.

El cliente se siente seguro al realizar sus compras.

La mercancía va respaldada por el prestigio de la tienda y además de la nota de compra que lleva los requisitos fiscales y es una garantía adicional.

### **DESVENTAJAS DEL COMERCIO ESTABLECIDO**

**Pagan rentan, luz, impuestos federales y locales, empleados.**

**Los ambulantes tapan la visibilidad de sus negocios con lonas, plásticos que generalmente están en mal estado.**

**Como los ambulantes no pagan luz, usan sus conexiones clandestinamente y ésto en ocasiones provoca cortos circuitos a los locatarios por lo tanto se reducen sus ventas ya que carecen de luz.**

**Los locatarios tienen los precios altos en comparación con los del ambulante por el pago de impuestos que hacen.**

**Los locatarios únicamente se dedican a la compra-venta mientras que el ambulante en ocasiones fabrica sus propios productos.**

## **CAPITULO V**

### **EMPRESA "LAS TABLITAS"**

#### **A. ESTRUCTURA**

Nombre: " Las Tablitas."

Giro: Comercializadora de calzado y ropa.

Representante: Idelfonso Clotilde Sosa García.

Ubicación: Avenida México # 244 Col. Raúl Romero. Ampliación las fuentes.

Número de empleados: 5

R.F.C.: SOGI430123 LCR.

Ventas anuales: N\$ 480,000.00

Microempresa familiar dedicada a la venta de ropa y calzado en general (dama, caballero, niño).

Inicio operaciones en 1990-91 y es hasta 1992 cuando se da de alta en la "Secretaría de Hacienda y Crédito Público". Bajo el régimen simplificado con actividad empresarial; mostrando durante los primeros meses un índice alto en ventas.

#### **a) ORGANIZACION**

Prácticamente la empresa es familiar por lo tanto no existe una organización formal; realmente es informal ya que no hay manuales de organización, de procedimientos ni manual de bienvenida para los empleados.

Nos percatamos de que existen tres niveles jerárquicos que son:  
El dueño, la encargada y los empleados.

**b) RECURSOS HUMANOS.**

Por medio de un anuncio colocado a la entrada del establecimiento se informa que hay vacantes; los requisitos que deben cubrir son:

Soltera (por lo regular mujeres);  
Sin hijos;  
Jóvenes (de 17 a 22 años);  
Facilidad de palabra;  
Experiencia en ventas;  
Sin traumas psicológicos (sentirse coibidas al trato con la gente).

Cuando cubren los requisitos anteriores se les hace una prueba para ver la habilidad que tienen sobre el trato con la gente y ver la capacidad que muestran para convencer al cliente de que conduma ahí.

Una vez aceptado el trabajador (a) se le da una breve capacitación y presentación con los demás compañeros (os).

La capacitación consiste en:

- Mostrarle dónde y como están colocados los modelos, las líneas (numeración de calzado) que comprende cada modelo;

- Que si el modelo que eligió el cliente no lo hay, mostrar otros modelos a fin de que se logre venta.

- Debe saber que el trato con la gente es el de ser amable y siempre sacarle una sonrisa al cliente.

El horario de trabajo es de 9:00 a.m. a 10:00 p.m. con dos turnos que son:  
de 9:00a.m. a 5:00 p.m., y ,  
de 14:00 p.m. a 10 p.m.

Estos horarios con una hora para comer.

Los sueldos corresponden a N\$170.00 semanales, es decir, N\$680.00 mensuales, teniendo un día de descanso.

Las prestaciones con que cuentan son:

- Vacaciones con goce de sueldo;
- Aguinaldo.
- Productos que quiera y sean para el trabajador se los dan a precio de costo.
- La comida ahí se las dan (sin costo alguno).

**c) COMPRAS**

Las compras de calzado las realizan con proveedores de León Guanajuato, D.F. y del Estado de México.

La ropa con proveedores del D.F. y en el tianguis de fabricantes que se realizan de lunes a sábado en las avenidas Miguel Alemán, Manuel Doblado, Héroes de Nacozari y Anillo de Circunvalación en el centro de la ciudad de México.

La forma de pago es de contado; los proveedores les dan garantía (en caso de salir defectuosa se las cambian).

**d) VENTAS**

Las ventas son realizadas al menudeo, de contado (no se reciben cheques ni tarjetas de crédito).

No existe sistema de apartado.

La forma de determinar el precio al público es el precio de costo más impuestos (aproximadamente 16%) más el porcentaje de utilidad que se desee ganar (aproximadamente 40%).

**e) MERCADOTECNIA**

La forma como dan a conocer las ofertas y promociones de sus productos es por medio de mantas y cartulinas colocadas en la entrada del establecimiento y en los vidrios de los aparadores.

**f) CARGA FISCAL**

Todo lo que se refiere a registros contables son llevados por la encargada del establecimiento ésto es; pagos parciales, declaración anual y el pago de impuestos correspondientes.

---

## **B. ANALISIS DE FUERZAS Y DEBILIDADES**

Esta empresa tiene grandes y sólidas bases para poder seguir adelante y consolidarse en un plazo no mayor de 5 años y así poder contribuir al desarrollo de nuestro país dando empleo a personas que lo carezcan y poder evitar el pandillerismo, drogadicción y delincuencia en general ya que la falta de trabajo los orilla a ser víctimas de éstos males sociales.

Entre sus fortalezas se encuentran el tener la misión y objetivos bien definidos los dirigentes de la empresa cuentan con estudios profesionales y tiene un mayor criterio y habilidad para manejar la empresa, gran confianza en el negocio, dedicación al 100% de todos los miembros de la familia, aceptación del mercado hacia el negocio, brindar confianza a los trabajadores y así puedan rendir mejor .

El identificar a los trabajadores con el negocio, dedica el mayor tiempo posible a las compras para poder adquirir las mercancías al mayor precio y poder competir con el mercado.

Dentro de sus debilidades tenemos:

rezago de mercancías por falta de experiencia de años anteriores.  
Falta de liquidez originado por la crisis económica de México.)  
Falta de mercancías para poder captar un mayor número de compradores.

---

## **CAPITULO VI**

### **ALTERNATIVAS DE SOLUCION**

Las alternativas de solución que encontramos después del estudio y análisis de los comercios tanto establecido como ambulante tenemos que:

- Los propietarios de los comercios establecidos en determinado momento podrían colocar jardineras frente a sus negocios para que de ésta manera evitar que los ambulantes se coloquen frente al negocio y tapar la visibilidad de los productos que venden.

- Otra opción es que la gente del comercio establecido aproveche la parte afuera de su negocio y coloque aparadores exhibiendo sus productos de tal manera que desde afuera hacia adentro del local coloquen su mercancía y así los ambulantes no se adueñen del frente del locatario.

- La alternativa que consideramos más importante es que el ambulante pague impuestos, esto mediante la coordinación de la organización a la cuál están afiliados.

- El comercio establecido debe tener base sólidas para poder enfrentar al comercio ambulante esto es mediante:

\* Una planeación con el fin de que el comercio organizado determine sus objetivos.

\* Los objetivos deben ser conocidos por todo el personal que labore ahí.

\* Independientemente del tamaño del comercio organizado, su misión es satisfacer las necesidades del consumidor con productos competitivos en calidad y costo.

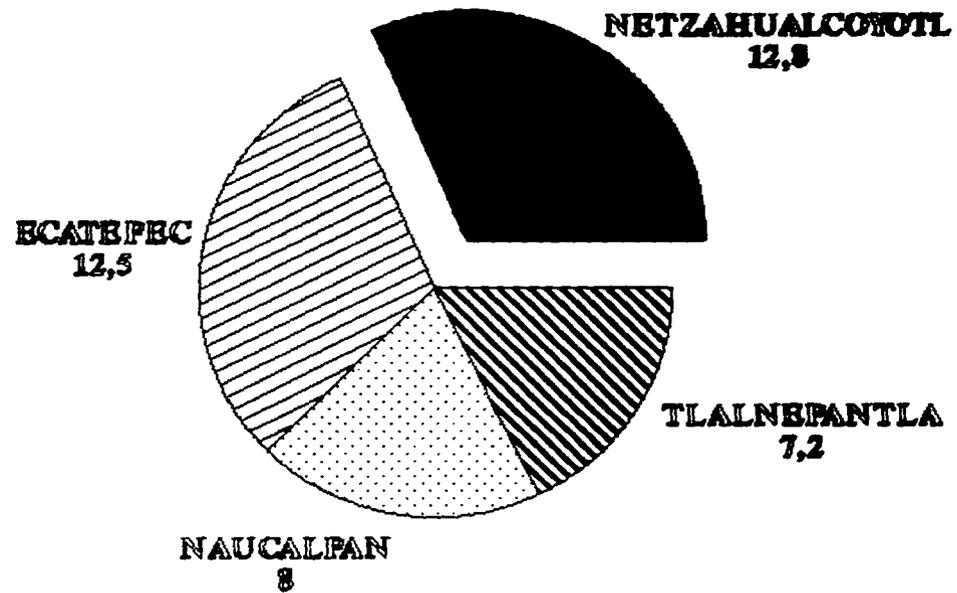
\* Otra base es que el dueño o encargado del comercio delegue funciones en la medida en que sea posible; debido a que no puede realizar por sí solo toda la carga del trabajo.

\* El comerciante organizado puede ser un líder que procure la actuación de todas las potencialidades de los miembros de la empresa, motivar, comunicar, animar, coordinar y enseñar, así como alienta la iniciativa individual.

- Otra alternativa es que dentro del comercio establecido se trabaje más en equipo con el fin de lograr que cada persona se comprometa como miembro de la organización y que acepte la autoridad del jefe.

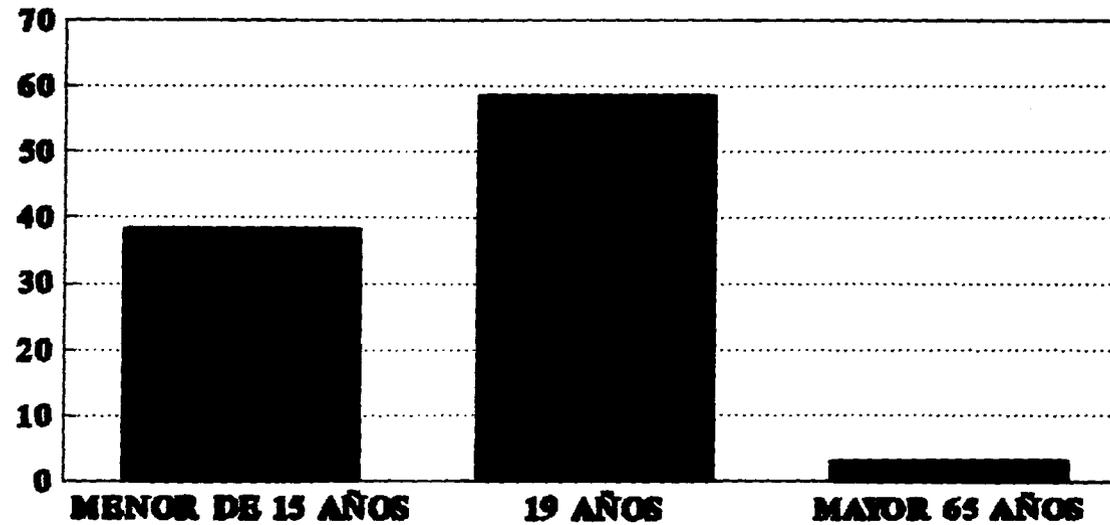
- El comercio organizado puede presionar al gobierno municipal para que dé solución inmediata a los problemas que ocasiona el establecimiento del comercio ambulante en la Av. México de cd. Nezahualcoyotl.

# DISTRIBUCION GEOGRAFICA ESTADO DE MEXICO



GRAFICA 1

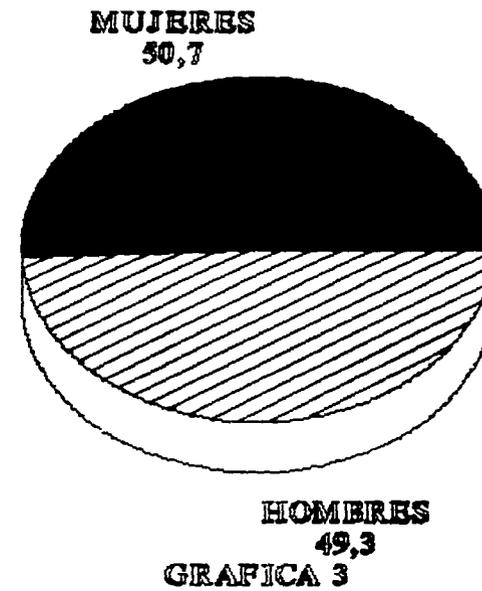
# EDAD PROMEDIO POBLACION EDO DE MEXICO



GRAFICA 2

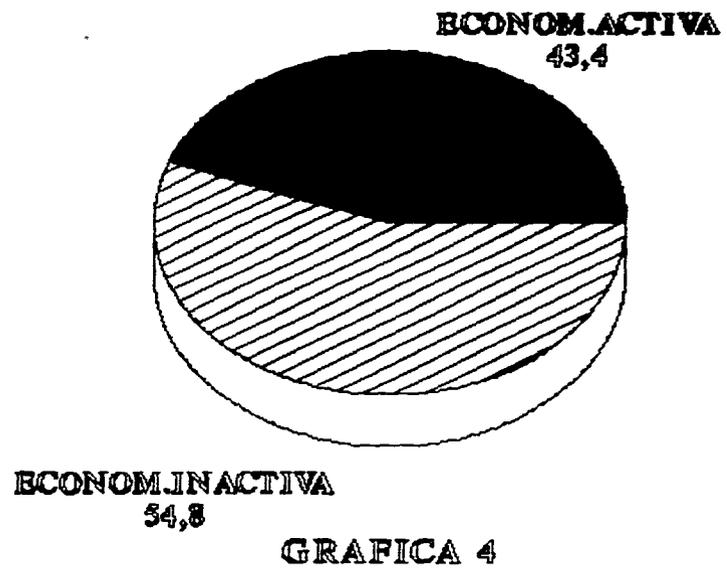
■ EDAD PROMEDIO

# ESTADO DE MEXICO SEXO



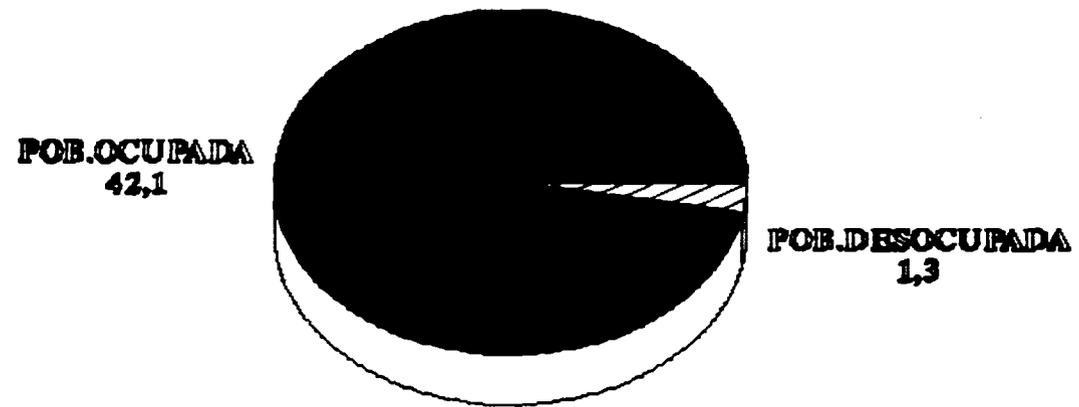
CENSO 1990

# CONDICION DE ACTIVIDAD ECONOMICA ESTADO DE MEXICO



CENSO 1990

# CONDICION DE ACTIVIDAD ECONOMICA POBLACION OCUPADA Y DESOCUPADA

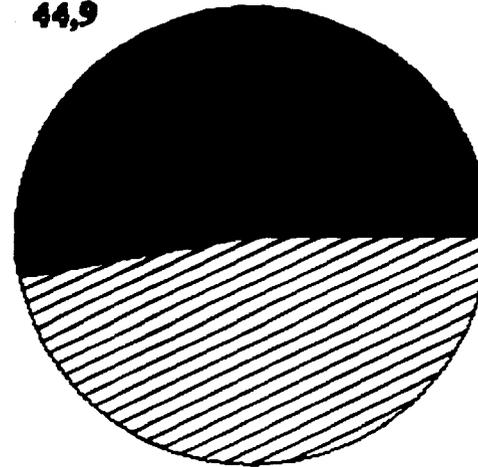


GRAFICA 5

NIVEL ESTATAL

# CONDICION DE ACTIVIDAD ECONOMICA MUNICIPIOS CONURBADOS

POB.12 AÑOS Y MAS  
44,9

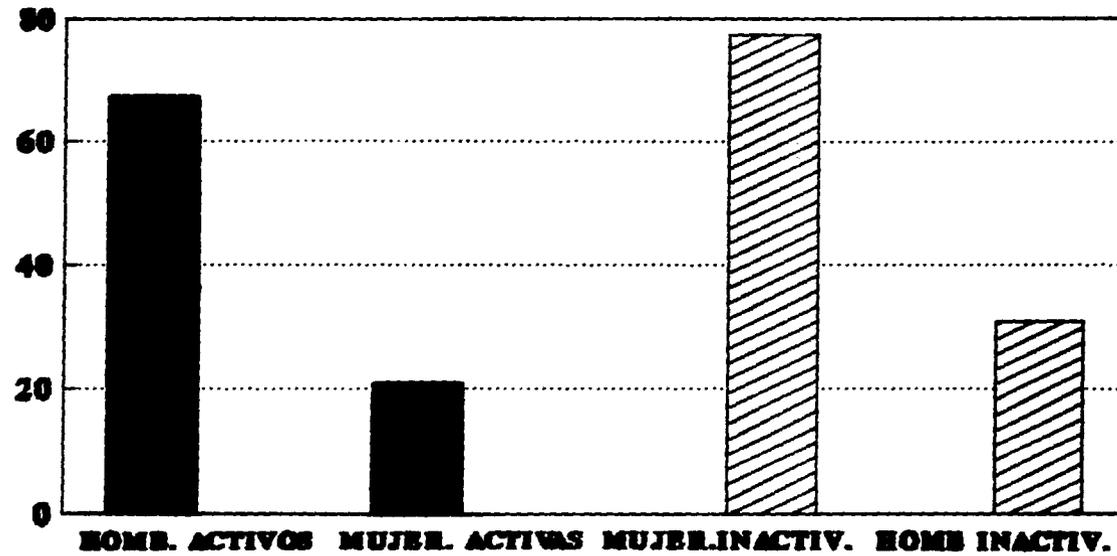


RESTO DE LA ENTIDAD  
40

GRAFICA 6

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

## PARTICIPACION ECONOMICA POR SEXO

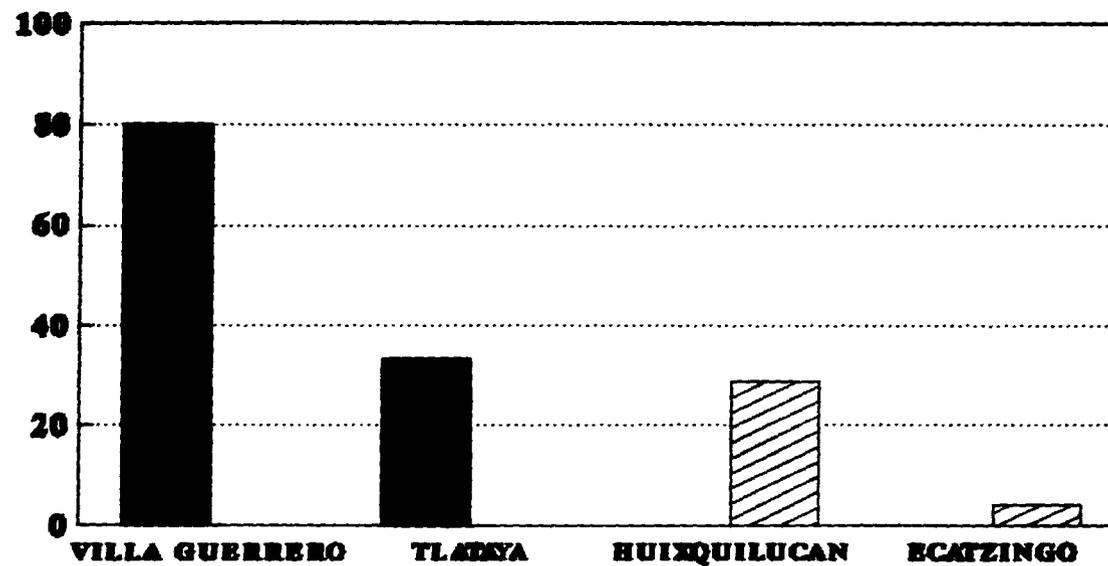


**GRAFICA 7**

**■ ACTIVOS    ▨ INACTIVOS**

**CENSO 1990**

## PARTICIPACION ECONOMICA POR MUNICIPIO

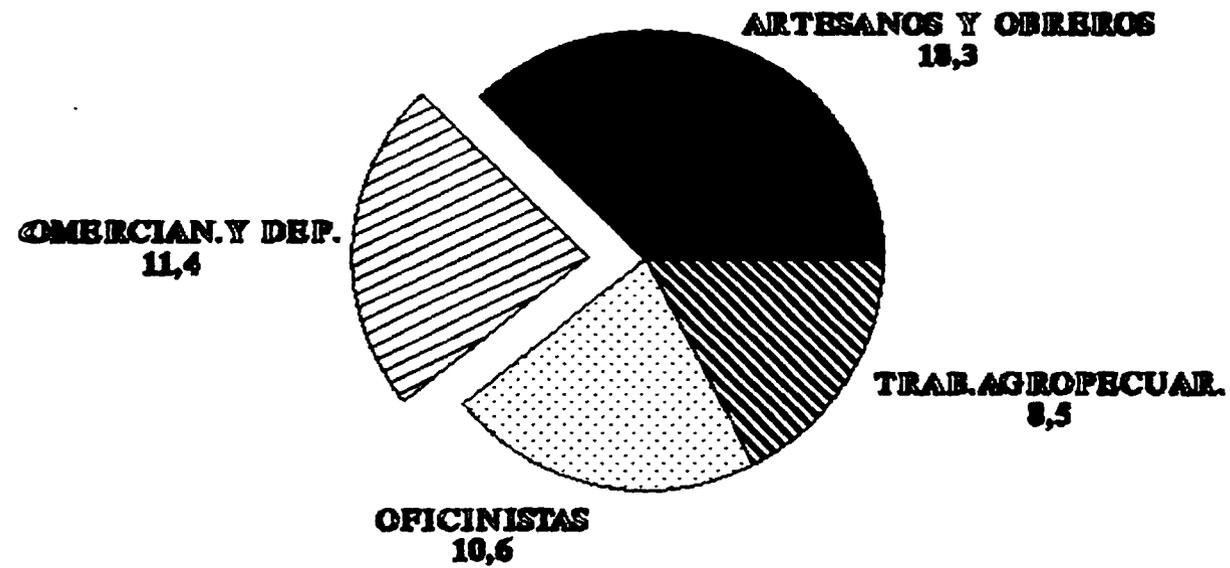


GRAFICA 8

**■ HOMBRES**    **▨ MUJERES**

ESTADO DE MEXICO

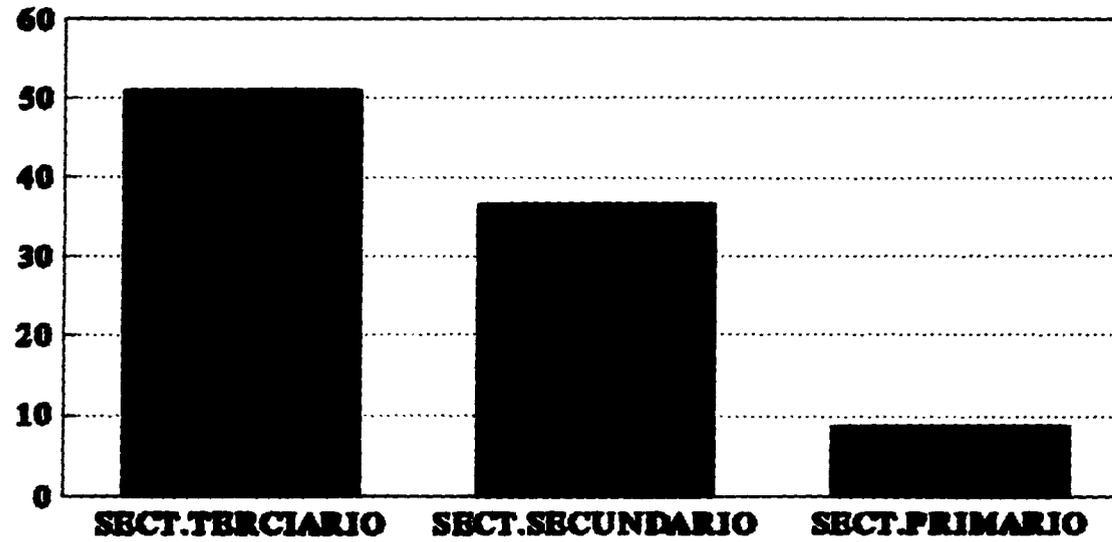
# OCUPACION PRINCIPAL POBLACION OCUPADA



GRAFICA 9

ESTADO DE MEXICO

# SECTORES DE ACTIVIDAD ESTADO DE MEXICO

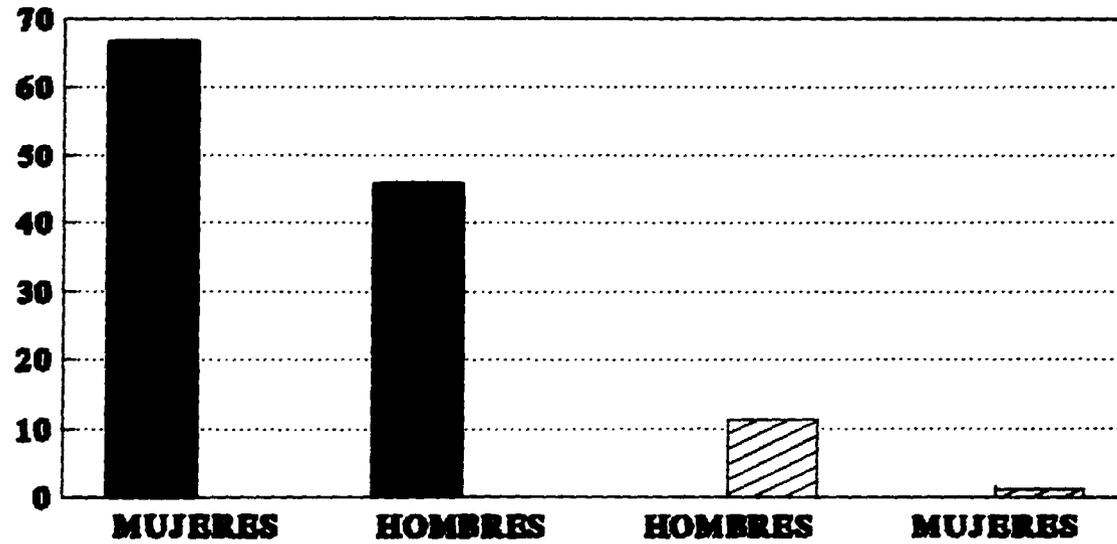


GRAFICA 10

■ SECTORES DE ACT.

CENSO 1990

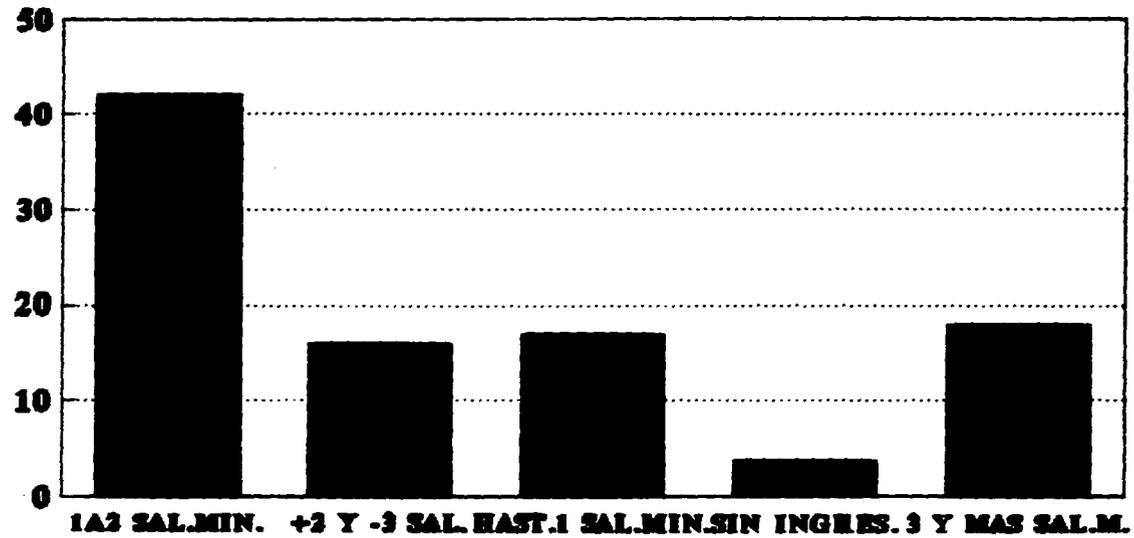
## SECTORES DE ACTIVIDAD POR SEXO



GRAFICA 11

■ SECT. TERCIARIO    ▨ SECT. PRIMARIO

# INGRESO MENSUAL ESTADO DE MEXICO

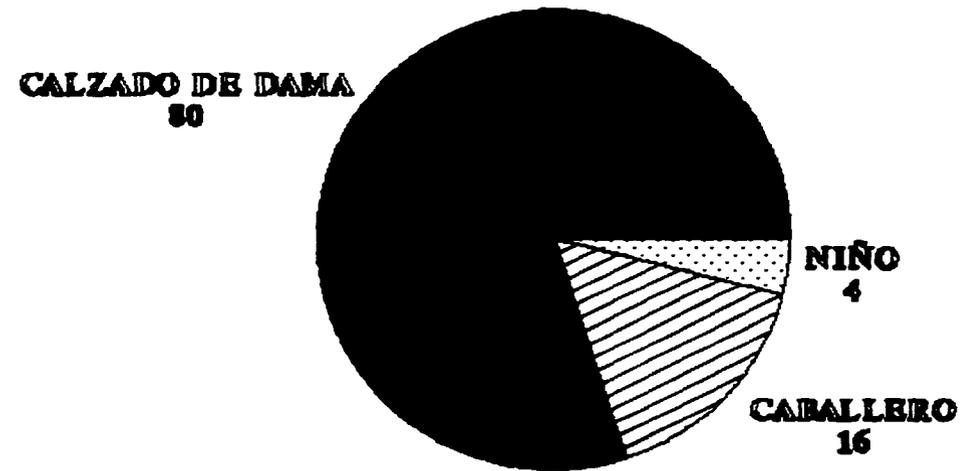


GRAFICA 12

■ POBLACION OCUPADA

CENSO 1990

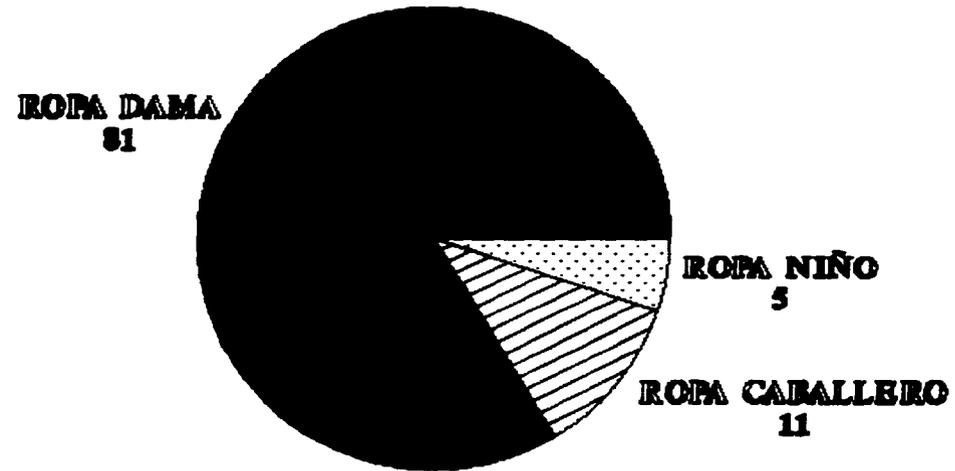
# COMERCIO AMBULANTE CALZADO



GRAFICA 13

25 TIANGUISTAS

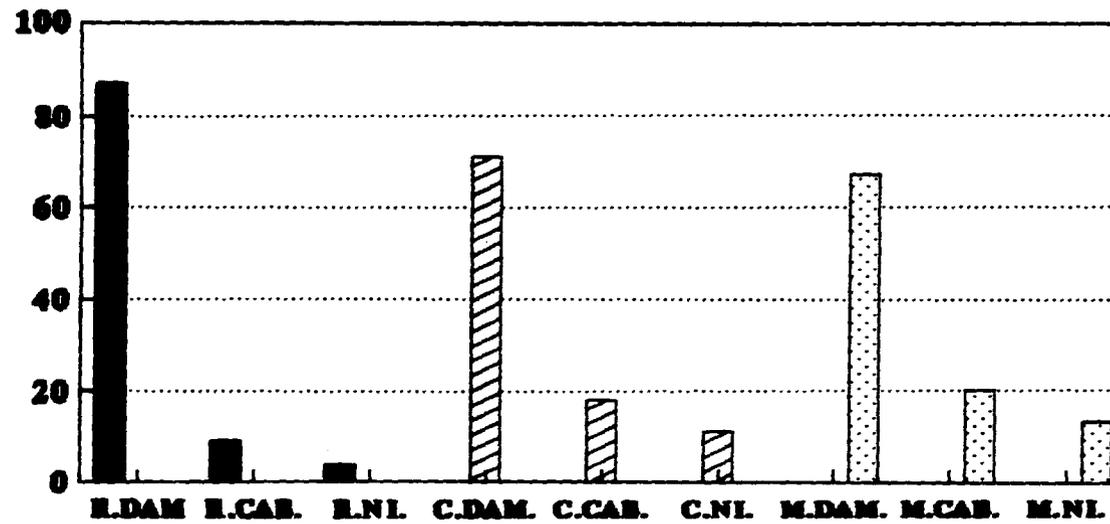
# COMERCIO AMBULANTE ROPA



GRAFICA 14

63 TIANGUISTAS

## COMERCIO ESTABLECIDO ROPA,CALZADO,MIXTO



GRAFICA 15

■ ROPA    ▨ CALZADO    ▩ MIXTO

INVESTIGACION AF.MEXICO

---

## CONCLUSIONES

En la presente investigación nos hemos percatado de la gran magnitud en que afecta el tianguismo al comercio establecido. Como es sabido el comercio ha existido desde tiempos remotos donde los gobernantes primitivos de Egipto desalentaron la comunicación mercantil, y es en el año de 1600 A.C. donde adquirió mayor importancia.

El río Tigris y Eufrates permitieron que Mesopotamia se desarrollara más rápidamente por compensar la cercanía de los desiertos. La ciudad de Babilonia fue considerada como centro de gran consumo.

En 1964 A.C. se crea el Código de Hamurabi que contenía normas relativas a las transacciones mercantiles; las relaciones entre comisionistas y comerciantes, así como la fijación de precios por el estado.

Los griegos fueron el pueblo de mayor trascendencia mercantil en el mundo antiguo. Los pobladores se hicieron marinos y comerciantes de extraordinaria importancia que los llevaron a fundar gran número de colonias y pueblos desde España hasta Egipto y el Asia menor.

El comercio ha tenido una trascendencia histórica muy importante, particularmente en México; las civilizaciones maya y mexicana fueron las exponentes del auge económico, los tenochcas concentraban productos de todas las regiones del imperio y la extensión, variedad, colorido y organización lograron sorprender a los europeos.

Primeramente la forma de realizar el comercio fue a través del trueque, donde intercambiaban una serie de productos por otros, posteriormente se tomaron algunos objetos que funcionaban como medio de cambio (cacao, mantas etc.) y más tarde fue el uso de la moneda.

Desde esa época, se reunían vendedores y mercancías en un espacio abierto al cual llamaban tianguis o mercado. A los locales se les llamaba HANAMACAQUE, en ellos se concentraban campesinos y artesanos que practicaban el comercio para darle salida a sus productos.

Existían comerciantes profesionales a los que llamaban POCHTECAS, a los que además de vender se les atribuían otras funciones, como cuidar el mercado, tenían mando sobre el pueblo bajo, para que no fueran molestados ni extorcionados,

En la época de la colonia, la corona española organizó y controló la economía de la Nueva España teniendo como principal actividad el comercio.

Al principio, los conquistadores se subordinaban a la costumbre indígena, después se empezó a comercializar con la moneda, siendo la primera moneda el **TEPUZQUE**.

En México durante el siglo XIX las actividades comerciales que realizaban tenían un carácter mixto ya que recibían influencia tanto española como de la tradición indígena. El comercio de la capital asumía dos formas: **COMERCIO DE TIENDAS Y PEQUEÑOS ESTABLECIMIENTO**, el cual se realiza en los mercados que eran celebrados en las plazas y calles dos y tres veces por semana, en donde se encontraban los productores quienes llevaban sus mercancías y se instalaban en puestos como vendedores.

En la época revolucionaria existían en la ciudad de México aproximadamente cinco mil locales comerciales en total, la mayoría eran cubiertos con acceso desde la calle y con un mostrador y estantería, y así fue adoptando muchas formas según el establecimiento,

A finales de 1993 existía la certeza de que el clima económico mejoraría en el último año en la administración de **Carlos Salinas de Gortari**, había razones para suponerlo. A fines de febrero las noticias provenientes de Chiapas alentaban el optimismo en el mercado primario, el **CETE** se colocó a tasas de un solo dígito, hecho sin precedente en las últimas décadas, se mantenía el arribo de importantes montos de capital extranjero, el peso se revaluaba, las exportaciones aumentaban. Un mes más tarde a finales de marzo la industria manufacturera, presenta evidentes signos de recesión al aumentar cuatro trimestres con la caída en producción. Paradójicamente, en la producción total se registró un ligero indicio de recuperación; sin embargo destaca la insuficiencia de dicho crecimiento para las necesidades de la economía mexicana.

Continuó expandiéndose el desempleo, y la economía, sobre todo en la industria de la transformación.

El empleo es uno de los retos más importantes de la nación, el sector público y el privado no han podido generar suficientes fuentes de trabajo, debido a la inadecuada

inversión y los efectos laborales asociados a la modernización de los procesos de fabricación.

Es cierto que dedicarse al comercio establecido produce beneficios económicos satisfactorios pero también se enfrenta a situaciones desagradables como lo es, el exceso de trámites que tienen que realizar, así como, el fuerte pago de impuestos y la competencia desleal que es provocada por el tianguismo el cual origina una disminución en las ventas al comercio establecido, debido a que estos señores no pagan ningún tipo de impuestos (local-federal), salarios, cuotas, IMSS, renta o energía eléctrica.

La culminación de éste trabajo nos llevó a adquirir una serie de experiencias nuevas que nos hicieron palpar la manera en la que se desarrolla el comercio en una parte del estado de México (Av. México; Cd. Nezahualcoyotl).

El comercio ambulante surge como una alternativa al poco ingreso familiar.

Las personas que se dedican al comercio ambulante, han dejado sus trabajos anteriores porque los ingresos que perciben en el comercio ambulante son más altos que en los trabajos que han tenido.

El comercio organizado es una actividad que a existido y ha evolucionado a través del tiempo. En la actualidad es una rama importante del sector servicios debido a su gran participación en la vida económica del país, aunque ha tenido que enfrentarse a diversos problemas.

Estos problemas principalmente son ocasionados por el tianguismo que se planta en esa zona. Problemas tales como: pago de impuestos, falta de visibilidad de los productos del comercio organizado, precios bajos de los productos, etc.

Actualmente éste problema se agudiza más ya que éste tianguis aumenta cada día desde otras avenidas hasta la avenida México y la gente que entra por la avenida Texcoco no llega hasta el final de la avenida México por lo tanto pierden clientela los comercios organizados de dicha avenida.

El comercio organizado en México es considerado como una de las actividades más importantes en el desarrollo de la economía nacional ya que tiene una gran participación en el Producto Interno Bruto y ofrece servicios directos a la población, éste tipo de comercio tiene cuatro compromisos fundamentales que le permite justificar su existencia ante la sociedad. 1.-Con el país que a través de su pago de impuestos y contribuciones permite que se pueda convivir civilizadamente en la urbe. 2.-Con los inversionistas otorgando un rendimiento satisfactorio a sus aportaciones. 3.- Creando fuentes de empleo. 4.-Con el mercado, abasteciéndolo de satisfactores de calidad a buen precio y garantía.

Dentro de las características con que cuenta el comercio organizado destacan las siguientes: Ser una actividad que genera recursos, demanda empleo, mejora el nivel de vida de los trabajadores, ofrece garantía a los clientes sobre el producto que ofrece y contribuye con el país aportando su pago de impuestos.

Para poder dar de alta y formalizar el comercio establecido es necesario tener los siguientes documentos en la delegación o municipio correspondiente:

Constancia de zonificación del uso de suelo; Licencia del uso de suelo; Revalidación de licencia de funcionamiento; Visto bueno de seguridad y operación; Licencia de anuncio; Revalidación de licencia de anuncio; Alta de Hacienda.

El comercio ambulante es el resultado de la falta de empleo en el campo, lo cual hace que la gente emigre a la ciudad y al no encontrar empleo por la falta de estudios y preparación deciden poner un puesto en la vía pública y dedicarse a vender.

El comercio ambulante forma parte de la economía subterránea, éste tipo de economía se puede manifestar en todos los sectores del sistema económico. Algunas de las principales actividades subterráneas que se han desarrollado en los últimos años y que forman parte de los principales problemas a los que se enfrenta la economía de México son los siguientes: **Comercio Ambulante**; Contrabando de mercancías; Crédito fuera del mercado financiero; Transacción de mercancías no declaradas; Tráfico de drogas, tabaco y alcohol; Juegos ilegales y corrupción.

Las causas que originan el comercio ambulante son la falta de escolaridad y preparación de los trabajadores, la crisis en México, la evasión de los impuestos, el excesivo reglamentarismo para abrir un negocio y la corrupción burocrática.

Sus principales características son la inversión pequeña, opera al margen de obligaciones tanto fiscales como comerciales, los trabajadores de los comerciantes ambulantes no cuentan con garantías ni prestaciones que exige la Ley.

Algunos problemas que provoca el tanguismo son que dañan la imagen de la ciudad, evaden impuestos, no ofrecen garantía, además de que dañan la ecología y utilizan tanques de gas exponiendo a las demás personas a sufrir un accidente, por último representan una competencia desleal al comercio establecido.

Al comercio establecido de la Avenida México de ciudad Nezahualcoyotl lo rigen las leyes fiscales del Estado de México que son: el Código fiscal del Estado de México, la Ley anual de ingresos del Estado, Ley anual del presupuestos de egresos, Ley de Hacienda del Estado, Ley de coordinación fiscal del Estado, Ley de aportaciones de mejoras del Estado, Ley de catastro del Estado y demás ordenamientos jurídicos que contengan disposiciones de naturaleza fiscal.

En la investigación de campo realizada en la Avenida México perteneciente al municipio de ciudad Nezahualcoyotl, nos pudimos percatar que el comercio ambulante predomina en dicha avenida, donde existen 25 tianguisitas que se dedican a la comercialización de calzado de los cuales el 80% al calzado de dama, 16% calzado de caballero y únicamente el 4% al calzado de niño. Todos ellos manejan alrededor de cincuenta productos diferentes que ofrecen al público a un precio relativamente bajo respecto al del comercio establecido.

En la rama de la ropa encontramos que 63 comerciantes se dedican a la venta de este producto de los cuales el 81% está enfocado básicamente a la venta de ropa para dama, 11% ropa para caballero y el 8% ropa para niño.

Los tianguistas en ambos sectores adquieren su mercancía básicamente en Tepito y en el mercado de la Lagunilla; efectuando sus compras sin facturas debido a que no pagan impuestos.

En el comercio establecido detectamos que 23 establecimientos se dedican a la venta de ropa donde el 87% es de ropa de dama, 9% ropa de caballero y el 4% ropa de niño.

En el sector calzado se encuentran 28 establecimientos de los cuales el 71% vende calzado para dama, el 18% calzado de caballero y el 11% calzado para niño.

También nos percatamos de que existen negocios establecidos que son mixtos, es decir, se dedican a la venta de ropa y calzado al mismo tiempo los cuales son 15 establecimientos donde el 67% son de dama, 20% caballero y el 13% niños.

Este tipo de comercio ofrece al público alrededor de 100 diferentes productos que los respalda una calidad, garantía, prestigio y sobre todo seguridad al realizar las compras.

En su totalidad estos productos son nacionales; el calzado lo adquieren generalmente en la ciudad de León Guanajuato; y la ropa con fabricantes directos de la ciudad de México.

Nuestra investigación se basó principalmente en la empresa "Las Tablitas", y de aquí podemos darnos cuenta de qué forma ha repercutido el tianguismo.

La empresa denominada "**Las Tablitas**" cuenta con los siguientes aspectos:

Se dedica a la comercialización de ropa y calzado, cuenta con 5 empleados y con ventas anuales de N\$ 480,000.00 (Cuatrocientos ochenta mil nuevos pesos 0/100m.n.); pertenece a la rama de microempresarios.

Es una empresa familiar, en la cual no existe una organización formal pero sí cumple con sus obligaciones fiscales y legales.

En general la empresa se encuentra en una situación estable económicamente ya que cuenta con los recursos humanos necesarios para que su desarrollo sea eficaz; a pesar de que no cuenta con una mercadotecnia bien dirigida sus productos son conocidos y aprobados por la clientela; sus ventas han tenido éxito debido a sus precios bajos, garantía y servicio que se le ofrece al cliente, éstos precios bajos se deben al mayor tiempo que se le dedica a las compras, puesto que se busca precio, calidad y garantía principalmente. En el aspecto fiscal lleva una contabilidad sana y cumple con todas sus obligaciones.

Dentro de sus fuerzas y debilidades tenemos que:

- \* Esta empresa tiene grandes y sólidas bases para seguir adelante.
- \* Generar empleo para poder combatir el pandillerismo, drogadicción y delincuencia.
- \* Tiene bien definida su misión y objetivos.
- \* El identificar a los trabajadores con el negocio, dedica el mayor tiempo posible a las compras para poder adquirir las mercancías al mayor precio y poder competir con el mercado.

Su debilidades son:

- \* Rezago de mercancías por falta de experiencia de años anteriores.
- \* Falta de liquidez originada por la crisis económica de México.
- \* Falta de mercancías para poder captar un mayor número de compradores.

Como resultado de nuestra investigación podemos concluir que es necesario hacer algunos cambios y aplicar ciertas restricciones al comercio ambulante para que la competencia entre el comercio ambulante y el organizado sea más leal y competitiva.

Algunas formas de lograr esto son:

Simplificar los trámites administrativos y legales que deben realizar los comercios establecidos; dar mayor facilidad al pago de sus impuestos y lograr que éstos comerciantes hagan conciencia de la importancia que tiene el comercio en nuestra economía; asistir a conferencias y actualizaciones para que lleven una organización formal, esto es, llevando manuales de organización, teniendo claros los objetivos y misión; además de dar capacitación a sus trabajadores y dar una mejor atención y garantía al cliente.

Con respecto a los comerciantes ambulantes es bueno exigirles que estén afiliados a alguna organización y se les dé algún número de identificación para poder llevar un mejor control de ellos y convertir este tipo de comercio a **Comercio Organizado**, ya que éste debe realizar algunos trámites en la organización para que hagan sus pagos al municipio o delegación que les corresponde, además de los pagos fiscales a la Federación.

Para poder ser más competitivos ambos comercios es necesario que realicen una aportación extra como concepto de derecho a la venta en la vía pública y además exigirles que dejen limpio el lugar donde venden y su alrededor y en caso de que no cumplan sancionarlos ya sea suspendiéndolos uno o dos días para que no puedan vender o ya sea sancionándolos económicamente.

De esta manera lograr que por una parte haya competitividad de un tipo de comercio hacia otro y por otra parte poder convativir al ambulante.

*Con esto se puede contribuir más a la federación y lograr que haya más servicios públicos como: alumbrado público, escuelas, hospitales, centros recreativos y principalmente más seguridad en nuestro país.*

---

## BIBLIOGRAFIA

1. LEXIS, Wilhelm: El comercio, México, Labor, p.3
2. DELORA Rodclan, Ramón. Práctica comercial mexicana, México, La esfera, 971, p.11
3. CANACO: Economía informal, México, CANACO (4a ed.), 1990, p.9
4. VILLASEÑOR Baez, Luis, La arquitectura del comercio en la ciudad de México, disposición e historia, México, CANACO 1974, p.5
5. NOVO, Salvador: Breve historia del comercio en México, CANACO, 1974, p.5
6. CANACO: Estructura y desarrollo de la actividad comercial, CANACO, 1992 p.7
7. CANACO: El comercio ambulante en la ciudad de México, México, CANACO 1987.
8. AREAS Galicia, Fernando, Administración de recursos humanos, México, Trillas 1982.
9. CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DEL SECTOR PRIVADO, La Economía subterránea en México, Diana, 1990.
10. CANACO, Estructura y desarrollo de la actividad comercial, México, CONCANACO, 1992.
11. CONCANACO, Evolución comercial en México, D.F, México, CONCANACO, 1991.
12. DIEZ, Gutierrez Jorge, Crónica del comercio prehispánico, México, CANACO, 1981.
13. INEGI; Anuario estadístico del estado de México, 1988-1989, México, INEGI, 1989.
14. DE LA ROSA, Maria Eugenia, Comercio informal o ambulante, en excelior, México Excelsior, Enero de 1993.

15. CANACO, Memoria del primer foro internacional de comercio y turismo, Economía informal, modernización comercial, uniones de crédito, en revista comercio, México, CANACO 1989.
16. QUINTANA Echegoyen, Carlos, Los espacios del comercio, México, Limusa, (19 edición), 1992.
17. RODRIGUEZ Valencia, Joaquin, Como administrar pequeñas y medianas empresas, México, Ecasa, 1992.