

39



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE ECONOMIA

Los Vendedores Ambulantes en la
Ciudad de México.
Planteamiento para un modelo econométrico.

201108

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMIA
P R E S E N T A :
JORGE GARCIA GUZMAN



ASESOR:

DR. ALEJANDRO MENDEZ RODRIGUEZ

MEXICO, D. F.

2001



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Economía

Los vendedores ambulantes en la Ciudad de México. Planteamiento para un modelo econométrico.

Tesis

**que para obtener el título de:
Licenciado en Economía**

**Presenta:
Jorge García Guzmán**

**Asesor:
Dr. Alejandro Méndez Rodríguez**

México, Distrito Federal 2001

A la memoria de mis padres:

Jorge García Ramírez. †
Rufina Guzmán Ramírez. †

A mi abuelita:

Doña Enriqueta Estrada Ramírez

A mi maestro:

M. C. James Hey

También deseo compartir el presente trabajo con:

Mis tíos

Ismael Estrada Ramírez

Atanasio Madariaga Ramírez

Y

Xochitl M. Torres P.

Lic. Feliciano Rojas Bustos

Ing. Javier Duran López

Lic. Marcela Eternod Aramburu

Lic. Juan Trejo Magos

Profa. Alicia Gutiérrez Saucedo

Profa. Olga Bernal Arenas

Prof. Jorge Luis Bernal Arenas

Doña Agustina Valencia Rodríguez

*Así mismo, sirva ésta para reconocer la labor
altruista del Internado "Dr. Jorge Jiménez
Cantú" del Pentatlón Deportivo
Militarizado Universitario, mi segundo hogar*

Índice

Introducción	vii
I. Los orígenes del comercio ambulante en la Ciudad de México	15
I.1. El Tianquiztli	19
I.1.1. La pochtecayotl o arte de traficar	23
I.1.2. Sobre la administración comercial del Tianquiztli	30
I.1.3. El pochtecatini o vendedor	34
I.2. La Plaza-Mercado	44
I.2.1. El buhonero y el libremesillero	49
I.2.2. Sobre la reglamentación comercial en la Plaza mercado	51
I.3. El comercio itinerante y el comercio adyacente a la Plaza-Mercado	56
I.3.2. Sobre la ordenación del comercio itinerante y el comercio adyacente a la plaza mercado	56
I.3.1. El corredor comercial	61
I.4. El mercado público	62
I.4.1. El comercio en los lugares de uso público distintos del mercado público	67
I.4.2. Sobre la regulación comercial en los lugares de uso público distintos del mercado público	68
II. El comercio ambulante en la Ciudad de México - un punto de vista -	71
II.1. El comercio ambulante y el sector informal	75
II.1.1. El comercio informal	80
II.1.2. Sobre la administración del comercio informal	80
II.2. Descripción del comercio ambulante	88
II.2.1. El vendedor ambulante	89
II.2.2. El bien en la transacción económica	93
II.2.3. La transacción económica	94
II.2.4. El comprador	95

II.2.5. Los mercados en vía pública	97
II.3. Aspectos normativos del comercio ambulante	99
II.3.1. El comercio	98
II.3.2. El comercio ambulante	101
III. Un marco de referencia para medir al comercio ambulante .	103
III.1. El Sistema de Cuentas Nacionales, 1993	111
III.2. El marco conceptual del sector informal	117
III.3. El marco metodológico del sector informal	121
III.4. Algunas fuentes de información estadística sobre el comercio ambulante en la Ciudad de México	123
III.5. La población ocupada en el sector informal	128
III.6. Criterios utilizados para clasificar a la población ocupada en el comercio informal en la Ciudad de México	132
III.7. Consideraciones	138
IV. Conclusiones y recomendaciones	145
Anexos	151
Anexo I. Procedimiento para clasificar a la población ocupada en el comercio informal en la Ciudad de México	153
Anexo II Información estadística sobre el comercio ambulante en la vía pública en la Ciudad de México	157
Bibliografía	161

Introducción.

En estricto sentido económico la actividad de comprar y vender la puede realizar cualquier persona; y de acuerdo a la expectativa que guía el proceso de transacción económica asume el papel de comerciante o de consumidor. Esto significa que si se adquiere un producto para satisfacer una determinada necesidad, se es un consumidor; en cambio, si la adquisición, o venta, de un bien es con la finalidad de obtener una ganancia comercial, se es un comerciante.

Al proceso de intercambio realizado con propósitos de especulación comercial, esto es para obtener una ganancia comercial, en la normatividad que regula el intercambio y las condiciones de operación económica del comerciante, se le conoce como acto de comercio.¹

Sin embargo, esta no es la única forma en que se presentan los actos de comercio, dado que existen procesos de intercambio regulados básicamente por la costumbre o la funcionalidad económica, como el trueque, y ciertas transacciones económicas basadas parcialmente en la reglamentación; entre estas formas de ejercer el comercio, se ubica el comercio ambulante.

El comercio ambulante es una de las actividades económicas de ejercicio al público más antiguas del país (Gutiérrez, Gutiérrez: 1996, 9). Al comercio ambulante también se le conoce como, comercio callejero, ambulante, entre otros.

En este estudio por comercio ambulante se entenderá a la compra-venta de bienes y servicios que se ejerce en áreas de uso público destinadas básicamente al tránsito peatonal y vehicular, tanto en espacios abiertos como cerrados, donde el proceso de transacción económica se lleva a cabo

¹ Véase los artículos 1-5,16,18, 33, 37,75,79,371-373,308 del Código de Comercio de México.

con o sin el manejo de documentos que amparen los derechos de propiedad de la mercancía, y las operaciones mercantiles realizadas pueden o no ser registradas para su ejercicio contable.² Cabe destacar que en ocasiones la realización de esta actividad se ampara por permisos otorgados por las autoridades.

La gama de las transacciones en el comercio ambulante es muy amplia, abarca desde comestibles y artículos de primera necesidad antiguos, nuevos y usados, hasta costosas mercancías de moda, inclusive comprende la prestación de servicios a domicilio.

En México el comercio ambulante se muestra como un fenómeno económico que se presenta en gran parte de las ciudades del país; sin embargo, cabe destacar, que los factores que guían la conducta comercial ambulante entre regiones son diferentes; cada ciudad adquiere características propias de ejercicio, reglamentación jurídica y por consecuencia, de vinculación con la estructura económica y social de cada población.

En una perspectiva económica, puede parecer particularmente interesante el hecho antes presentado, si se observan diferentes formas de operación comercial ambulante, en diversas localidades del país.

Por ejemplo: En la ciudad de Querétaro, la gama de productos ofrecidos se reduce básicamente a artículos artesanales y algunos productos alimenticios, como frituras y refrescos, y la estructura utilizada para expender sus mercancías consta en su mayoría de carritos rodantes. Con excepción de la zona de la Alameda Central de la ciudad donde esta actividad se desarrolla en puestos semifijos.

²

Departamento del Distrito Federal, Coordinación General de Abasto y Distribución. (DDF) (1992) Programa de Mejoramiento del Comercio Popular. Carpeta Ejecutiva. México, Departamento del Distrito Federal, julio.

No es el caso de la ciudad de Aguascalientes, Ags., que aunque es una gran ciudad comercial, el comercio ambulante se reduce a pocos puestos de alimentos, que en la mayoría de los casos se instalan sólo en ciertos días de la semana y en determinadas horas; similar situación presentan las ciudades de Culiacán, Sin. y Zacatecas, Zac.

Por su parte, la ciudad de Puebla, Pue., reproduce gran parte del fenómeno comercial ambulante que se presenta en la Ciudad de México, instalación de puestos semifijos en calles y lugares de uso público; sin embargo, esto no se manifiesta en la ciudad de Tlaxcala, Tlax., donde esta actividad presenta un comportamiento disímil, no obstante su cercanía con la ciudad de Puebla y la Ciudad de México.

En el ejercicio del comercio ambulante en la Ciudad de México intervienen ocho elementos básicos: el vendedor, el consumidor, el producto o servicio a comerciar, la transacción económica, el espacio donde se lleva a cabo la compraventa, las relaciones institucionales con las autoridades administrativas del gobierno, las normas jurídicas, y las tradiciones históricas propias del sector. Estos son los componentes mediante los cuales es posible abordar el estudio del comercio ambulante, debido a que explican de manera más amplia el carácter permanente de esta actividad en la economía.

Al participar como responsable de zona en el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular de la Ciudad de México, tuve la oportunidad de observar mas a fondo diferentes fenómenos asociados al comercio ambulante, de estos, destacan cuatro que me parecieron de particular importancia:

1. La alta proliferación de comerciantes ambulantes en determinados puntos de la Ciudad de México.

2. La insistencia de los vendedores en proseguir la venta callejera, esto a pesar de la aplicación de un esquema de mejoramiento de las condiciones de trabajo para los vendedores ambulantes por parte del Gobierno de la Ciudad de México, que les proporcionaban amplias facilidades para desarrollar su actividad comercial sin desvincularse de manera significativa de su modo de operación básico, la venta en la calle.
3. El hecho de que este servicio de intermediación comercial era y continúa siendo demandado por un considerable número de consumidores de diferentes estratos sociales con diversos grados de poder adquisitivo.
4. La necesidad de sistematizar la información macroeconómica referente al comercio ambulante para vincularla con datos microeconómicos recopilados para explicar la conducta económica del comercio ambulante.

Por ello se puede ciertamente afirmar que la conducta y condiciones de operación económica del comerciante ambulante³ delinean en el ámbito macroeconómico la ruta de análisis. Esto es, la consideración de las expectativas para el ejercicio del comercio ambulante en la estructura social y económica de la Ciudad de México, ubicadas históricamente, para ampliar su ámbito y alcance explicativo.

Lo anterior plantea la necesidad de mostrar las relaciones que establece el comercio ambulante en la estructura económica y social de la Ciudad de México.⁴ Este punto formula la necesidad de modelos que permitan evaluar el impacto económico y social de las medidas de política dirigidas a actividades como el comercio ambulante.⁵

³ Mendoza García, Jorge Alberto (1994). The characteristics and behavior of street vendors: a case study in Mexico city. México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Tesis doctoral.

⁴ Cámara Nacional de Comercio Ciudad de México (1989). Economía informal ¿Quién provee a los ambulantes?. Distrito Federal, México: CANACO-Ciudad de México, noviembre.

⁵ Secretaría del Trabajo y Previsión Social (1975). Bases para una Política de Empleo hacia el Sector Informal o Marginal Urbano en México. México.

Fundamentándome en la mencionada experiencia personal y con el antecedente que la Ciudad de México es el lugar donde resido, y en mucho debo mi actual formación, he decidido retribuir en algo los beneficios de la bondadosa hospitalidad que me ha otorgado, contribuyendo con un granito de arena en la solución de lo que creo es sin lugar a dudas uno de los principales problemas económicos que vulneran a esta gran ciudad: el comercio ambulante.

El objetivo de esta tesis, es mostrar a la historia como uno de los principales factores a considerar, como variable en un modelo econométrico, dirigido a la evaluación e implementación de políticas orientadas a la administración armónica del fenómeno del comercio ambulante en la Ciudad de México, considerada en sus anales como una de las ciudades más desarrolladas del planeta.

Cabe señalar que este trabajo no contempla la elaboración de dicho modelo, sino que se enfoca a la realización de un marco de referencia sólido, en el cual los estudiosos, interesados o responsables en la investigación, diseño e implementación de dicha herramienta, encuentren una referencia substancial y ampliamente fundamentada que les permita lograr sus objetivos académicos o laborales.

Lo anterior se debe a la consideración de que uno de los principales factores que han dificultado por décadas el ordenamiento económico del comercio ambulante de la ciudad de México, es precisamente la falta de bases económicas, estudiadas formalmente, desde una perspectiva histórica, enfocadas a la elaboración y posterior implementación de políticas en la estructura económica. Es por ello que en ese campo es donde he elegido hacer mi contribución académica.

Esta tesis que es en su origen producto de la reflexión del porqué se presentan tan marcadas diferencias en el ejercicio y control económico del comercio ambulante, en relación directa con la región en que se desarrolla, señala la importancia que

representa la consideración de los patrones históricos y por consecuencia aquellos culturales, en el desarrollo de cada sociedad que se desee atender. Hacer consciente de este hecho al interesado del tema, constituye un resultado también esperado.

En el caso de la Ciudad de México, la historia del comercio ambulante, que parte desde mediados del siglo XIV (Acosta Saignes: 1945) (Cortés, Hernán: 1981) (Díez-Gutiérrez: 1981) (León-Portilla: 1975) (Yuste, Carmen: 1991) (Escobedo, Yabar: 1990) (Valenzuela, Cervantes: 1993), muestra algunas conductas recurrentes, de estructura expendedora utilizada (Escobedo, Yabar: 1990), y paulatina proliferación de las ventas en las calles (Valenzuela, Cervantes: 1993).

Por lo que para ubicar y delimitar los factores que inciden en el ejercicio del comercio ambulante, sus vínculos y sus probables efectos en la economía de la actual Ciudad de México, obliga a recurrir a la historia para explicar los principales factores que motivan no sólo la conducta económica del vendedor, sino también la del consumidor, y de la estructura económica, entendiéndose esta como *“el conjunto de instituciones y procesos por medio de los cuales los hombres crean y emplean medios (‘bienes’) para alcanzar determinados fines (‘satisfacción de necesidades’)”*.⁶

Partiendo de que economía es el estudio de los factores de la conducta humana que motivan al ser humano a producir y reproducir sus condiciones de vida y existencia.⁷ Esto es, *“el conjunto de formas de la conducta humana, en el ámbito social, que obligan al hombre a desarrollar su actividad económica”*,⁸ y como la historia es el estudio del proceso en el cual el hombre crea y recrea su realidad social,⁹ realidad social expresada en hechos concretos, ya sea en forma gráfica,

⁶ Paulsen, Andreas (1957). Teoría General de la Economía. Traducción de Manuel Sánchez Sarto. México: Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana (UTHEA), IV tomos, primera edición al español.

⁷ Marx, Carlos; Federico Engels (1974). Fuerbach. Oposición entre las Concepciones Materialista e Idealista. Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas, Moscú: MIR, 1974. Traducción al español Editorial Progreso.

⁸ Paulsen, op. cit., pág. 4.

⁹ Kosik, Karel (1988). Dialéctica de lo concreto. México: Grijalbo, pp 247-260.

escrita o de manera funcional, como los instrumentos utilizados en la producción de un determinado producto; esta tesis contempla a la historia como eje, para explicar las principales variables económicas, sociales, normativas y estadísticas, que presenta el comercio ambulante.

El estudio del comercio ambulante se aborda principalmente de dos formas: a través de censos y encuestas a gran escala¹⁰, y mediante estudios antropológicos y sociológicos¹¹; primordialmente, se utilizan tres enfoques para su análisis, el enfoque de la legalidad, el enfoque de mercado y el de la racionalidad, desarrollado por la Organización Internacional del Trabajo.

Dados los comentarios vertidos que se han hecho al interior del enfoque de mercado¹², sobre cobertura, fuentes de datos y a lo difícil que es captar algunas características teóricas, aunado a que las estimaciones realizadas bajo el enfoque de la legalidad no se han desarrollado suficientemente¹³, el enfoque metodológico desarrollado por la Organización Internacional del Trabajo¹⁴, es el que se ha acordado referir para desarrollar estudios estadísticos e implementación de políticas dirigidas al comercio ambulante por los gobiernos miembros de esta organización, de la cual México forma parte.

Para su tratamiento, este trabajo está dividido en cuatro capítulos y un anexo bibliográfico. El capítulo primero "Los Orígenes del Comercio Ambulante en la Ciudad de México" tiene por objeto presentar una amplia y pormenorizada descripción del desarrollo histórico de los principales elementos del comercio ambulante; así como un análisis de las interrelaciones económicas del comercio

¹⁰ Contreras, Victoria (1988). Sobrevivir en la calle. El comercio ambulante en Santiago. Santiago de Chile: Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe.

¹¹ Mendoza García, Jorge Alberto (1994). The characteristics and behavior of street vendors: a case study in Mexico city. México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Tesis doctoral.

¹² Portes, Alejandro y Richard Schauffer (1989). De la mano de obra excedente a la empresa dinámica: perspectivas de competencia del sector informal latinoamericano; en Estudios Sociológicos de el Colegio de México, México, vol. XI, núm. 33, Septiembre-Diciembre.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Organización Internacional del Trabajo. Conferencia Internacional de Estadísticas del Trabajo (15a: 1993: Ginebra) (1993). Estadísticas del Empleo en el Sector Informal: Tercer Punto del Orden del Día: Informe III. Ginebra, OIT.

ambulante en la estructura económica y normativa de la Ciudad de México; con la finalidad de construir un marco de referencia en el cual se pueda analizar de manera conjunta los impactos económicos y sociales de esta forma de comercio, mediante un modelo econométrico.

En el capítulo segundo “El Comercio Ambulante -un punto de vista”, se delimitan los ámbitos y alcances conceptuales de comercio ambulante y comercio informal en la Ciudad de México, estableciendo la correspondencia entre su práctica y los aspectos normativos que le permiten operar.

En el capítulo tercero “El comercio ambulante en la Ciudad de México –un marco de referencia para su medición”, se expone un marco metodológico para cuantificar a través de la Base de Datos de la Encuesta Estatal de Empleo para el Distrito Federal 1996 y 1998 el volumen de los vendedores ambulantes de la Ciudad de México, con el fin de contar con elementos cuantitativos sobre los principales aspectos económicos susceptibles de medición de la actividad económica del comercio ambulante.

Con el fin de resumir los aspectos primordiales de los resultados de este estudio, el capítulo cuarto “Conclusiones y recomendaciones” pretende rescatar la esencia y dirección misma del producto final de la investigación.

En la parte final de este trabajo se ofrece una lista seleccionada de la bibliografía consultada en la elaboración del estudio. Más que cumplir con una formalidad académica, ésta tiene como primigenia finalidad que tanto el novel como el estudioso del tema cuente con otros recursos de referencia teóricos y situacionales de este tan apasionante como necesario campo de estudio económico.

I. Los orígenes del comercio ambulante en la Ciudad de México.

El comercio como actividad económica realizada por el hombre en sociedad tiene sus antecedentes en las primeras manifestaciones de la cultura, cuando se comprendió la necesidad de realizar el intercambio de objetos y productos para la satisfacción de necesidades humanas.

Entre los modos históricos de realizar el intercambio, se encuentran aquellas que no presentan espacios específicos destinados de manera *ex profesa* por las normas socioculturales y económicas de la sociedad para realizar actos de intercambio; en ellas se enmarca el comercio ambulante.

El comercio ambulante como producto del proceso histórico de la división social del trabajo se encuentra *profundamente enraizado en la historia económica* (Mendoza, García: 1994, 12) de los pueblos.¹ Para América Latina, y por ende de México, como lo señala el Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC) la *“actividad del comercio ambulante es tan antigua como la historia de la urbe”* (Contreras, Victoria: 1988, 1). En el caso de la Ciudad de México, el comercio ambulante se sitúa en profundas raíces históricas (DDF: 1997, 3).

Para asociar las principales relaciones en el acto de compraventa ambulante, tanto en el ámbito económico como en el social, se estudia el desarrollo histórico de esta forma peculiar de intercambio comercial de la Ciudad de México, contemplando un período de 7 siglos, del año de 1321 al año 2000, facilitando con ello la comprensión del efecto económico del ejercicio del comercio ambulante en la estructura económica de la Ciudad de México.

¹ Algunos lo ubican como el antecedente más lejano de cualquier acto de comercio. W. L. Richardson señala que *“the first faint moment of commerce”*, en *“Hawker and Walkers in Early America”*. Arno Press, 1976; citado en (Yunnusa: 1988, 103).

Este capítulo tiene como propósito mostrar el desarrollo histórico de los principales elementos económicos, que se asocian al ejercicio del comercio ambulante en la Ciudad de México; así como su significación, como componentes, en un modelo econométrico.

Se parte de la ubicación de los componentes básicos de comercio ambulante en diversas formas históricas de mercado en la Ciudad de México, como el tianquiztli, la plaza-mercado, el corredor comercial, y el mercado público, utilizando la manera en como se ha administrado este tipo de actividad comercial, como regla de asociación de estos elementos.

Describiendo sintéticamente el proceso de desarrollo histórico del comercio ambulante en la Ciudad de México, se muestra que parte de sus antecedentes se pueden ubicar en el tianquiztli, mercado de la sociedad azteca, sobretudo en la ubicación de los espacios en donde se ejercía el comercio prehispánico, la estructura utilizada para expender sus productos, y en las funciones de traficantes de comercio exterior y buscadores de mercados de los comerciantes aztecas.

En este período las expectativas para comerciar no sólo estaban dirigidas a incrementar el bienestar material de la población, si no también encaminadas a expandir su imperio, y a solicitar la colaboración sus dioses, de acuerdo a su visión cosmogónica del mundo.

En esta sección se destaca que al efectuarse el encuentro entre el mundo azteca y el mundo español se inicia una manera diferente de hacer comercio, sintetizada en la plaza-mercado, el mercado por excelencia de la época colonial; dos sujetos comerciales, el buhonero y el libremesillero, se perfilan como los antecedentes de lo que actualmente se denomina vendedor ambulante en la Ciudad de México.

Así mismo, se señala que debido en parte a la conducta recurrente mostrada por el libremesillero, al saturar el espacio físico de la plaza-mercado, este pasó a

establecerse alrededor del perímetro de la plaza-mercado, iniciándose el comercio en lugares adyacentes a su perímetro, que posteriormente dio forma al corredor comercial.

A través del curso de la historia, la plaza mercado y el corredor comercial se transformaron en lo que actualmente se conoce como Mercado Público; el libremesillero pasó a ser parte de los vendedores instalados en las cercanías del perímetro del mercado público, o zonas adyacentes, y el buhonero formó parte de los vendedores itinerantes en mercados, calles y parques.

Se explica como el vendedor ubicado en las zonas adyacentes al mercado público siguió un proceso de disociación de su lugar de operación comercial; y de manera conjunta con el vendedor itinerante, paso a ocupar espacios de uso público distintos de los destinados al ejercicio del comercio, como la calle y los parques, adquiriendo con esto una dinámica económica y social propia, pasando a denominarse genéricamente vendedores ambulantes.

Al final de este capítulo, se muestra como al cambiar las expectativas económicas para realizar el intercambio comercial ambulante, se modifican la manera y condiciones en como se realiza.

Generalmente se considera que los principales supuestos, variables explicativas, o marco de evaluación de un modelo econométrico, o representación simplificada de un fenómeno económico real a través de un conjunto de relaciones estocásticas entre las variables de un sistema (Intriligator; 1990, 38), responden básicamente a la maximización de la utilidad y del beneficio, y en consecuencia a minimización de costos, de los participantes en el ejercicio de actividades comerciales en una economía de mercado; sin embargo, en este estudio se muestra que este supuesto no necesariamente aplica a todos los casos, el de la Ciudad de México, es ejemplo de ello, como muestra ampliamente la historia y comportamiento cultural de esta ciudad.

I. 1. El tianquiztli

El tianquiztli, la forma de mercado de los aztecas, abre el recorrido histórico del comercio ambulante. Los sujetos comerciales que se pueden aproximar a la concepción de comerciantes ambulantes son los nauhaloztomeca y los pochteca-tlaloque en sus funciones de traficantes del comercio exterior del imperio azteca y como buscadores de mercados fuera de la ciudad capital azteca.

En este tiempo las expectativas que guían el ejercicio de las actividades comerciales son amplias; esto es, para proveer de productos a la capital azteca; expandir el imperio azteca; y como elemento de avanzada y control de los territorios a ocuparse o ya conquistados. Esto se muestra visible en la manera de operar y administrar la actividad comercial; y su concepción en la sociedad azteca

La apertura es el comercio azteca, primordialmente en la ciudad de Tenochtitlan, capital del imperio azteca y lugar de asentamiento de la actual Ciudad de México; por que a pesar de que los vestigios de cultura en la Cuenca de la Ciudad de México se remontan a épocas anteriores a la llegada de los aztecas¹, y aún cuando a su llegada el lugar ya se encontraba habitado; por tanto, ya se ejercía el intercambio de productos y objetos.²

Es con la fundación de la capital del imperio azteca que el ejercicio del comercio alcanzó el grado de desarrollo que encontraron los españoles; y al mezclarse con su forma de ejercer el comercio, constituyó los antecedentes comerciales de la actual Ciudad de México.

¹ El asentamiento en Cuicuilco, lo ubican alrededor de 300 a.c. (Gamboa de Buen: 1994, 18). Algunos vestigios en Tlatelolco datan del siglo X d.c., (Diez-Gutiérrez; 1981, 3).

² Los aztecas fueron los últimos, de una serie de tribus, en llegar a la Cuenca de la Ciudad de México, por el año 1325 d.c.

Los aztecas al principio realizaban un comercio precario con sus vecinos, trocando peces, piedras y sal por productos de la agricultura³; después ampliaron sus actividades comerciales, tanto en espacios dedicados a las actividades comerciales, como en la cantidad y variedad de productos a comerciar; transformando la formas de realizar sus transacciones económicas, del trueque⁴ a la compra-venta de objetos, productos y servicios.

Cortes expresa en su segunda carta de relación "tiene esta Ciudad muchas Plazas, donde hay continuos Mercados, y trato de comprar, y de vender(...) donde hay cotidianamente arriba de sesenta mil Animas, comprando, y vendiendo, donde hay todos los géneros de Mercaderías que en todas las Tierras se hallan." Cfr. (Cortes: 1981, 107).

El lugar en el cual se establecieron los aztecas, pertenecía al Señorío de Azcapotzalco, esto implicó el pago de tributo. Con el transcurso del tiempo se aliaron con los habitantes de los pueblos de Texcoco y Tacuba, y le declararon la guerra al pueblo de Azcapotzalco, vencéndolo para año 1428 d.c., y a partir de ahí Tenochtitlan fue libre y soberana de su espacio vital.

Esta independencia le permitió ir conformando y desarrollando su sociedad de acuerdo a sus necesidades y expectativas económicas, políticas, sociales y religiosas.

El fomento y surgimiento de diversas actividades productivas trajeron aparejada una paulatina división del trabajo; apareciendo la especialización de determinados grupos de personas en el proceso productivo social, como es el caso de los pochteca o mercaderes, que realizaban actividades comerciales, muchas veces en regiones lejanas, vendiendo o intercambiando productos de la tierra u objetos manufacturados.

³ La parte donde se asentó el pueblo azteca era una laguna con una serie de islotes.

⁴ Se considera que los olmecas, "fueron los primeros en practicar diversas formas de intercambio y aun elementales transacciones de tipo comercial" (León-Portilla; 1987, 312).

La génesis del comercio azteca⁵ registrada en los códices,⁶ se refiere básicamente a los inicios del comercio ejercido por los pochteca, que realizaban el comercio exterior y las transacciones comerciales a gran escala del imperio (Sahagun, Bernardino de: 1956), (León-Portilla: 1987); asimismo, debido a la importancia económica de la ciudad de Tlatelolco para Tenochtitlan, lo relatado se refiere principalmente a los mercaderes de Tlatelolco.

Tlatelolco, en lengua náhuatl "*el mogote de arena*", fue una ciudad primordialmente comercial, donde se levantó un Señorío de disidentes de Tenochtitlan, formadores de una entidad política autónoma desde el año 1337 hasta 1473, que quedó parcialmente dominada a la autoridad de Tenochtitlan.

Los gobernantes de Tlatelolco, en su época independiente, extendieron sus dominios comerciales hasta Centroamérica. A ésta serie de gobernantes tlatelolcas mercaderes se refiere la crónica del comercio azteca.

El comercio a lejanas tierras se inició por los tlatelolcas en tiempo de Cuacuauhpitzaua⁷ (1375-1418), gobernante de Tlatelolco. Los jefes de los comerciantes eran Itzcohuatzin y Tziuhtecatzin, iniciadores del arte de traficar. Sus principales mercaderías eran plumas, unas coloradas llamadas Cuetzalli, otras azules nombradas Cuitlatexotli.

Después Ascendió Tlacateotl, como regente de los pochteca. Los principales mercaderes fueron Cozmatzin y Tzopantzin, instalados como jefes de tráfico

⁵ Parte de esta historia se encuentra relatada por Fray Bernardino de Sahagun en "Historia de las cosas de la Nueva España"; por la interpretación de algunos códices, como el Selden y los Matritenses, hecha por Jorge Díez-Gutiérrez en "Crónica de comercio prehispánico"; por Ricardo María Garibay, en "La vida económica de Tenochtitlan"; y Miguel León-Portilla en "Toltecayolt aspectos de la cultura náhuatl".

⁶ Especialmente el Códice Matritense (Díez-Gutiérrez: 1981)

⁷ Datación tomada de León -Portilla (León-Portilla: 1975, 80)

comercial. En este tiempo se da a conocer la pluma de quetzal y la de zacuan, las turquesas, el jade, las mantas y los pañetes suaves.

Durante el período de Cuauhtlatohua, los jefes de los mercaderes fueron Tulan, Mimichtzin, Miexochitzin, y Yaotzin. En este período se comerció el bezote de oro, las orejeras, la pulsera '*sujeta mano*' (anillo), los collares de cuentas gordas de oro, grandes jades, plumas de quetzal largas, de azulejo y de guacamaya.

Así, poco a poco, se fue ampliando la gama de artículos comerciados. De las

"plumas ricas siguió el de las piedras preciosas (...) de las mantas de algodón con las que sustituyeron las de henequén; después trajeron las joyas, los anillos, los barbotos y las cuentas de oro, las pieles de animales y se aumentó considerablemente la variedad de plumas de diversos colores" (Díez-Gutiérrez 1981,4).

A la llegada de los españoles, los lugares en donde se realizaban las actividades comerciales se incrementaron, se expandió la gama de lo negociable; haciéndose el comercio "*en más abundancia que de antes*" (Díez-Gutiérrez: 1981,4), indicando que el efecto multiplicador de la actividad comercial permeó sus beneficios a la sociedad azteca en su conjunto.

Es así, como las actividades comerciales fueron adquiriendo un papel primordial en la vida económica del imperio. Desde abastecer de productos al reino hasta comerciar parte de los tributos recibidos por el rey. Como elementos transformadores de la sociedad azteca fueron introduciendo paulatinamente la concepción de la propiedad privada, nuevas técnicas y procesos productivos.

Con la llegada de los españoles, y la posterior conquista de Tenochtitlan por ellos, se interrumpió esta forma de desarrollo comercial.

1.1.1. La pochtecayotl o arte de traficar

Al ejercicio del trueque y de la compra-venta de objetos, productos y servicios se denominaba en el mundo azteca, pochtecayotl, o el arte de traficar.⁸ Este se realizaba en un lugar señalado *ex profeso* llamado tianquiztli, o mercado; donde concurrían diversos vendedores, especializados y no especializados, a comerciar una amplia gama de mercaderías, colocadas y ordenadas de acuerdo al producto ofrecido.⁹

Los diferentes consumidores acudían a satisfacer una amplia variedad de necesidades, desde materiales hasta espirituales, pasando por las estéticas, mediante el trueque o la compra en el mercado. También, se contaba con personal especializado que lo administraba e impartía justicia comercial.

El mercado o plaza principal, ubicada en Tlatelolco, se localizaba delante del templo o teocali, encontrándose *“toda cercada de portales alrededor”* [Cfr. (Cortés: 1981, 102), negritas propias], y era tal su extensión que en dos días no podía terminarse de ver toda la existencia de mercaderías.

Un testigo presencial señala “Ya querría haber acabado de decir todas las cosas que allí se vendían, por que eran tantas de diversas calidades, que para que lo acabáramos de ver e inquirir, que como la gran plaza estaba llena de tanta gente y toda cercada de portales, en dos días no se vería todo” (Díaz Castillo del; Bernal: 1956, 171), [subrayado propio].

Su distribución espacial, debido a su amplitud, estaba trazada por el giro de los productos ofrecidos, donde cada uno tenía un lugar señalado y fijo para comerciarse:

“Cada género de Mercadería se vende en su Calle, sin que entremetan otra Mercadería ninguna: y en esto tienen mucho orden” Cfr. (Cortés: 1981, 102).

⁸ De acuerdo con León-Portilla, García Garibay ha traducido el término como “el arte de traficar”. (León-portilla: 1987).

⁹ El mural ubicado en Palacio Nacional, en la Ciudad de México, da un amplio panorama de un mercado prehispánico; una imagen más clara del Tianquiztli se puede obtener de la maqueta construida de acuerdo a la documentación existente sobre el mercado azteca, sus concurrentes y mercaderías, localizada en el Museo Nacional de Antropología e Historia, en la Sala Mexica.

Así se establecía, por ejemplo, en algunos puestos la venta de productos relacionados con el oro, la plata y las piedras preciosas, en otros las obras de pluma. Un punto a destacar, es que no estaba permitido cambiar el lugar que se tenía asignado en el mercado para la venta de algún producto.

Existían mercados especializados, donde se trataba o comerciaba productos o mercaderías muy particulares. Por ejemplo, joyas, piedras finas y plumas en el mercado de Cholula; el mercado de Texcoco, ropa, jícaras y loza; En Acolman tenía su asiento el mercado de los perros llamados iztcutintles utilizados con fines alimenticios y religiosos. Y Azcapotzalco, asentamiento del mayor mercado de esclavos de todo el imperio azteca.

Los centros comerciales se encontraban establecidos en las principales ciudades del México prehispánico, como Texcoco, Huexotla, Cuautlinchán, Xochimilco, Huitzilopochco (Churubusco), Mixcoac, Azcapotzalco, Cuautitlán, Otumba, Cholula, Tehuantepec y, de manera muy especial, Tlatelolco.

Para las poblaciones que no se encontraban cerca de un centro comercial grande, se establecían mercados en cada población durante periodos de cinco en cinco días, denominados macuiltianquiztli; en estos casos cada pueblo tenía señalado el lugar a donde debían de concurrir los mercaderes de la región (Diez-Gutiérrez: 1984, 8).

El día de mercado en los pueblos en donde se realizaba el macuiltianquiztli representaba una verdadera fiesta, por que no sólo los comerciantes tenían ocasión de vender sus productos y adquirir lo que les faltaba, sino también porque la gente acudía alegremente a gozar del espectáculo y esparcimiento ofrecido.

Las mercaderías ofrecidas en el mercado fue de cuanto se encontraba en el imperio azteca, sus provincias y reinos vecinos, que pudieran servir para la satisfacción de las necesidades cotidianas de la vida de las personas que acudían al tianguis.

Vendiéndose productos de consumo alimenticio como:

"Gallinas, Perdices, Codornices, Lavancos, Dórales, Zarcetas, Tórtolas, Palomas, (...) Conejos, Liebres, Venados, y Perros pequeños, que crían para comer castrados (...) todas las maneras de verduras que se hallan, especialmente cabollas, puerros, ajos, mastuerzo, berros, borrajas, azederas, y cardos, y targaninas" [Cfr. (Cortés: 1981, 102)].

De las frutas se traficaba: piñas, plátanos, anonas, mameyes, aguacates, diversos géneros de zapotes, blancos, negros y verdes. Por que:

"Hay frutas de muchas maneras, en que hay cerezas, y ciruelas, que son tan semejables á las de España (...)miel de Abejas, y cera, y miel de cañas de maíz, que son tan melosas, y dulces como las de azucar: y miel de unas plantas, que llaman en las otras, y estas de maguey" [Cfr. (Cortés. 1981, 103)].

En cuanto a los productos agrícolas, los mercaderes traían maíz y frijol, chíá, huatli, chile de diferentes clases, utilizadas de diferentes modos y maneras en sus guisados. El maíz se vendía

"en grano, y en pan, lo qual hace mucha ventaja así en el grano, como en el sabor á todo lo de las otras Islas, y tierra firme" [Cfr. (Cortés: 1981, 104)].

De las costas, los mercaderes ofrecían en la ciudad capital azteca: veneras, caracoles, grandes y chicos; huesos curiosos de pescados, conchas de galápagos, tortugas, chicas y grandes, piedras de la mar.

"Pasteles de Aves, y empanadas de Pescado. (...) mucho pescado fresco, y salado, crudo y guisado. (...) huevos de Gallinas, y de Antares, y de todas las otras Aves, que he dicho en gran cantidad: (...) tortillas de huevos hechas" [Cfr. (Cortés: 1981, 104)].

De algunas provincias traían venados y conejos, codornices, frescos y cocinados. Llevaban comadreas, ratones grandes, criados en los montes. Los mercaderes, también, trataban langostas tostadas y hormigas; animales y plantas que contenía la laguna, como los ajolotes y las algas.

Todo género de animales, como leones, tigres y gatos monteses que eran llevados al tianquiztli en jaulas. De los reptiles, se trataban culebras, grandes y

chicas, ponzoñosas y no ponzoñosas, bravas y mansas. Una amplia variedad de sabandijas se llevaba en ollas: ciempiés, alacranes, arañas; de todo ello había en el mercado.

Como productos textiles manufacturados, se tenían las mantas con diferentes trabajos y diseños, bordadas de colores y plumería; algunas conteniendo figuras de cabezas de serpientes, leones, otras de sol; había pintadas de calaveras y cerbatanas.

Subproductos de los textiles, se podían encontrar ropa para mujeres, llenas de anchas cenefas; bordadas con diversos colores y pinturas con plumerías en el pecho, de anchas armas pintadas con hilo de colores a las espaldas. En otras se ponían flores, águilas imperiales, y rosas bordadas. También se encontraban naguas tejidas con excelentes artificios.

La calidad de la ropa muestra la estratificación del consumo, por ejemplo, la ropa blanca, la consumían las mujeres, mozas y viejas, que servían en los templos. La de henequén era para las que servían en las casas. De algodón con adornos para las esposas de los principales.

Se vendía todo género de combustibles: "*Hay mucha leña, carbon, braferos de barro*" [Cfr. (Cortés: 1981, 103)], por que de varias partes los mercaderes traían leña para comerciar; desde las cortezas de árboles hasta una gran cantidad de carbón procedente de los pueblos con bosques. Los comerciantes, también, traían piedras, cal, madera, en tablas y vigas, para edificar casas y templos.

Se traficaban bienes de consumo duradero para el hogar, como la

"loza en gran manera muy buena. venden muchas vasijas de tinajas grandes, y pequeñas, jarros, ollas, ladrillos, y otras infinitas maneras de vasijas, todas de singular barro: (2) todas, ó las mas vedriadas, y pintadas" [Cfr. (Cortés: 1981, 104)].

Los comerciantes no descuidaban los productos dirigidos a recuperar la salud, así se tenía las:

"casas como de Boticarios, donde se venden las medicinas hechas así potables, con unguentos, y emplastos" [Cfr. (Cortés. 1981, 103)].

Productos para la satisfacción de las necesidades estéticas, como los colores de amaigra, amarillos, verdes, azules, morados; algunos se hacían de las plantas llamadas nacazcolotl y zacatlaxcalli. Así se

"Venden colores para Pintores, quantas se pueden hallar en España, y de tan excelentes matizes, quanto puede fer" [Cfr. (Cortés: 1981, 104)].

Objetos y productos para satisfacer la vanidad, como el oro, en polvo y en joyas, piedras verdes, de cristal y ámbar. Había en el mercado un amplio género de plumas, de todos colores, verdes, azules, coloradas, amarillas, moradas, blancas y entreveradas:

"Joyas de oro, y de plata, de plomo, de cobre, de estaño, de piedras, de huesos, de conchas, de caracoles, y de plumas" [Cfr. (Cortés: 1981, 102, 103)].

"esteras de mucha maneras para camas, y otras mas delgadas para asiento, y para, Salas, y cámaras" y el regalo "cueros de Venado con pelo, y sin él: teñidos, blancos, y de diversos colores" [Cfr (Cortés: 1981, 103)].

Pero no sólo se ofrecían productos u objetos, sino también servicios, así habían

"Casas como de Barberos, donde laban, y rapan las cabezas" [Cfr. (Cortés: 1981, 103)].

Personas ofreciendo sus servicios, como el caso de los cargadores, que por módico precio transportaban la mercancía a la casa del comprador:

"Hay Hombres como los que llaman en Castilla Ganapanes, para traer cargas." [Cfr. (Cortés: 1981, 103)]. También "Hay en todos los Mercados, y lugares públicos de la dicha Ciudad todos los días, muchas Personas trabajadores, y Maestros de todos los oficios, esperando quien los alquile por sus jornales" [Cfr. (Cortés: 1981, 109)].

También se ofrecían bienes y servicios de manera conjunta, como en los actuales restaurantes:

"hay Casa donde dan de comer, y beber por precio" [Cfr. (Cortés: 1981, 103)].

Para finalizar en el mercado se vendían:

"quantas cosas se hallan en toda la Tierra, que demás he dicho, son tantas y de tantas calidades, que por la proximidad, y por no me ocurrir tantas á la memoria, y aun por no saber poner los nombres no las expreso" [Cfr. (Cortés: 1981, 104)].

El atractivo del mercado consistía en la amplia y diversa gama de productos objetos, animales y servicios comerciados y en el acto mismo del trato. Trocando mantas por joyas y joyas por plumas,...; atractivos publicitarios para asistir a los mercados como el juego de los Hauhuas o Comelagatoazte, grabado en el Rollo Selden (Diez-Gutiérrez: 1981, 28), consistiendo en un instrumento giratorio en el que daban vuelta dos personas, parecido al actual de los voladores de Papantla, Veracruz; y era ejecutado por los comerciantes para llamar la atención de los pueblos a donde iban.

En el mercado se realizaba toda clase de transacciones económicas, algunas por la vía del trueque, otras por la compraventa; adicionalmente por una conjunto de contratos entre comerciantes. Respecto a la forma de vender:

"Todo lo venden por cuenta, y medida, excepto, que hasta agora no he visto vender cosa alguna por peso" [Cfr. (Cortés: 1981, 104)].

Pareciera ser que los precios se fijaban de acuerdo a la oferta y a la demanda de los productos, y por el concurso del personal encargado de administrar y vigilar el desarrollo normal del mercado.

El trueque, o intercambio de productos, es decir, un producto por otro producto, se realizaba principalmente en lo que ahora se denomina comercio exterior. Esto era razonable, por que no existía un equivalente monetario único aceptado en todos los lugares destinados al comercio.

Intercambiándose chicle de árbol o de chapopotli por chiles, ropa de algodón por tapices de hilo, cacao por mantas de henequén, sogas por zapatos, tablas por tabaco, leña de ocote por canoas, vigas por ungüentos, colibries disecados por amuletos y medicinas preparadas.

A pesar de no haber logrado el establecimiento de un equivalente general monetario único, es decir, una mercancía con funciones dinerarias en las transacciones comerciales (Acosta, Saignes: 1945), se usaba diversos artículos que estaban adquiriendo la categoría de intermediarios comerciales entre compradores y vendedores, como el cacao, los coachtli, o mantas pequeñas, el oro, pequeñas piezas de cobre en forma de t, y unas piezas de estaño (Sahagun, Bernardino Fray de:1955), (Garibay K., Ángel Maria:1961), (León-Portilla: 1975), (Acosta, Saignes: 1945).

Iniciándose el establecimiento de cinco intermediarios para fijar los intercambios de mercaderías (León-Portilla: 1987).

La primera forma de moneda-mercancía fueron granos de cacao de menor calidad al usado domésticamente; el cual circulaba de mano en mano, como actualmente lo hacen las monedas y billetes. El cacao se contaba por xiquipiles, equivalentes a 8 000 granos. Para no tener que contar en las transacciones de mucho valor, se agrupaba el cacao por cargas conteniendo aproximadamente 3 xiquipiles o 24 000 almendras de cacao.

La segunda forma de intermediario fueron ciertas mantas de algodón llamadas patolquachtli, o coachtlis, utilizadas preferentemente para adquirir mercaderías de consumo básico. De hecho el tamaño de cada manta era variable, y su valor meramente simbólico; pues se suponía respaldado por la riqueza y autoridad del Tlatoani; anticipo de lo que podrían haber sido los billetes (León-Portilla: 1975, 91)

La tercera forma de moneda la representaba el oro, en grano o en polvo, encerrado en el cañón de las plumas de ánsares; variando su valor de acuerdo al grosor, el largo y amplitud del cañón:

"traían a vender oro en granos como lo sacan de las minas, metido el oro en unos canutillos delgados de los de los ansarones de la tierra, (...); y por el largor o gordor de los canutillos tenían entre ellos su cuenta qué tantas mantas o qué xiquípiles de cacao valía, o que esclavos u otra cualquiera cosas a que lo trocaban" (Díaz del Castillo: 1955).

La cuarta forma de intermediario más acercada a la moneda acuñada, fueron ciertas piezas de cobre en forma de T, empleadas para comprar o vender productos u objetos de poco valor. La quinta forma de intermediario, que hace mención Cortés en su última carta al emperador Carlos V, fueron ciertas piezas útiles de estaño.

La relación de intercambio entre los coachtli y los granos de cacao fue de 100 a 1, había otro de 80 y un último de 75 almendras de menor tamaño (León-Portilla, Miguel: 1975, 90).

Además del trueque y la compraventa de mercaderías, se habían desarrollado otras formas de realizar el comercio como los contratos por comisión, celebrados entre los pochteca y el Tlatoani; donde este último entregaba cierto número de coachtlis a los mercaderes para que mediante ellas adquirieran productos para él a cambio de una comisión.

Existían también acuerdos que funcionaban como los actuales contratos de depósito para garantizar el cumplimiento de las obligaciones, los de prenda, como complementos en la compra-venta y préstamo.

1.1.2. Sobre la administración comercial del Tianquiztli.

Si a los españoles les provocó asombro, el esplendor y la magnificencia de la ciudad de Tenochtitlan; no causo menor impacto el concierto y orden, tanto de la

distribución espacial como en la administración y ejercicio de la justicia comercial, en su ulterior visita al mercado de Tlateloico:

"Cada género de mercaderías estaban por sí, y tenían situados y señalados sus asientos. Comencemos por los mercaderes de oro y plata y piedras ricas y plumas y mantas y cosas labradas, y otras mercaderías de indios esclavos y esclavas; (...) Luego estaban otros mercaderes que vendían ropa más basta y algodón y cosas de hilo torcido, y cacahuateros que vendían cacao, y de esta manera estaban cuantos géneros de mercaderías hay en toda Nueva España. (...) que en cada calle están sus mercaderías, por sí; así estaban en esta gran plaza, y los que vendían mantas de henequén y sogas y cotaras, que son los zapatos que calzan y hacen del mismo árbol, (...) y cueros de tigres, de leones y de nutrias, y de adives y de venados y de otras alimañas, tejones y gatos monteses, de ellos adobados y otros sin adobar, estaban en otra parte, y otros géneros de cosas y mercaderías (...) y tenían allí sus casas, adonde juzgaban, tres jueces y otros como alguaciles ejecutores que miraban las mercaderías" [Cfr. (Cortes 1981, 104, 105)].¹⁰

"Hay en esta gran Plaza una muy buena Casa como de Audiencia, donde están siempre sentados diez, o doce Personas, que son Jueces, y libran todos los casos, y cosas, que en dicho Mercado acaecen, y mandan castigar los Delincuentes. Hay en dicha Plaza otras Personas, que andan continuo, entre la gente, mirando lo que se vende, y las medidas con que venden: y he visto quebrar algunas que estaban mal" (Díaz del Castillo: 1956).

El principio que funcionaba como base para normar la vida social y económica de la sociedad azteca era "*lo conveniente, lo recto*":

"la norma era buscar, por una parte lo que convenía a la persona que obraba, pero al mismo tiempo lo que era recto en sí mismo y que, por consiguiente, no podía lesionar, al ser puesto en la practica los intereses de la colectividad" (León-Portilla: 1975, 76).

Utilizando este principio como base, se administró e impartió justicia en el mercado, fijándose normas y medidas en los intercambios; es decir, las reglas de cambio de los signos cambiarios y la forma particular de las diversas formas de celebrar contratos comerciales.

Pero no sólo se fijaron reglas comerciales, si no también se reglamentó las costumbres y las diversas ceremonias, cívicas y religiosas, obligadas a realizarse por los mercaderes; de manera particular, cuando los pochteca salían o regresaban de un viaje y durante el tiempo de su ausencia.¹¹

Los traficantes comerciales tenían su propio código jurídico, así como tribunales de justicia exclusivos. Sus normas se transmitían básicamente por vía oral pero

¹⁰ Esto da una idea del orden de la distribución espacial y la administración de justicia en el mercado.

¹¹ Gran parte de sus ordenanzas estaban de acuerdo al Tonalámatl (León-Portilla, Miguel: 1985).

también en textos escritos con los principios fundamentales de su autoridad (León-Portilla: 1987, 329).

Para sufragar parte de los gastos de administración del mercado se pagaba un tributo, de las mercaderías introducidas al mercado; el cual obligaba ha administrar justicia y a velar por las personas y sus bienes.

"En todas las entradas de la Ciudad, y en todas partes donde descargan las canoas, que es donde viene la mas cantidad de los Mantenimientos, que entran en la Ciudad, hay Chozas hechas donde estas Personas por guardas, y que reciben certum quid (1) [(1) una contribución] de cada cosa, que entra. Esto no se si lo lleva el Señor, ó es propio para la Ciudad, por que hasta ahora no hé alcanzado; pero creo que para el Señor, por que en otros Mercados de otras Provincias se ha visto coger aquel derecho para el Señor de ellas" [Cfr. (Cortes: 1981, 109)].

Para administrar y vigilar el desarrollo normal de las transacciones comerciales existía personal especializado. Los mercaderes tenían su propia jurisdicción y judicatura; sí alguno de ellos cometía algún delito, no era llevado a la presencia del personal encargado de impartir justicia para ser juzgado, sino que los mercaderes mismos los juzgaban.

El personaje principal entre los comerciantes se llamaba *pochtecatlailótlac*, a la manera de gobernador o señor de todos los comerciantes. El *tianquiztlacanqui* era el regente del mercado; éste se encargaba de administrar y cuidar el desarrollo cotidiano de las actividades del tianguis y de las mercaderías traficadas para prevenir fraudes y corregir las faltas.

Para mantener el orden de todos los objetos, productos y servicios, así como su distribución espacial, se elegían oficiales, llamados *tianquizpan* o *tlayacaques*:

"tenía uno de estos cargos para poner los precios de las cosas que se vendían y para que no hubiese fraudes entre los que vendían y compraban" (Sahagun, Bernardino Fray de:1955; libro VIII; cap. XIX, núm 2).

También, los administradores del tianguis tenían la función de cuidar las operaciones comerciales entre los concurrentes para que ninguno afectará a otro; los que:

"delinúan en el tiánquez ellos los castigaban; y ponían los precios a todas las cosas"
(Sahagun, Bernardino Fray de:1955; libro VIII; cap XIX, núm 2).

Los oficiales recorrían incesantemente el mercado para vigilar e informarse de todo cuanto pasaba en él. El tribunal comercial encargado de ejercer justicia comercial residía en la casa o tecpan de la plaza, y estaba compuesto de 12 jueces y varios empleados públicos.

Las disposiciones que regían los tianguis eran muy severas, no estaba permitido vender en los caminos, aún cuando se fuera a obtener un gran provecho de la transacción; ya que los sacerdotes y señores del lugar cobraban un impuesto a todos y a cada uno de los comerciantes en pequeño; además, de que se exponían a provocar la ira del dios del tianquiztli:

Según Durán, "sólo era permitido comerciar dentro del mercado, fuera de él estaba prohibido, tanto por los intereses estatales de percibir los impuestos, como por los fines religiosos de quedar bajo la protección de los dioses del lugar" (Escobedo, Yabar: 1990, 48).

Al comerciante y comprador sospechoso de haber vendido o adquirido alguna mercadería robada, como mantas ricas o piedras preciosas; si no comprobaba plenamente su procedencia; lo aprehendían y sentenciaban a muerte los jueces y señores del mercado. Esto servía de antecedente para que nadie osara comprar cosa hurtada.

Las reglas, en el caso de los pochteca, no sólo se observaban en el tianguis si no también en su vida cotidiana; así mismo, las disposiciones no eran estrictamente comerciales. Las ceremonias realizadas al partir las expediciones comerciales muestran como se combinaban las reglas morales y culturales¹² fuera del ámbito del mercado. Lo anterior también se expresaba en las vestimentas y adornos que debían de usar los pochteca en las fiestas y grandes acontecimientos sociales:

"Los dichos mercaderes de Tlatilulco se llama también capitanes y soldados disimulados en hábito de mercaderes, que discurren por todas partes, que cercan y dan guerras a las provincias y pueblos. Quisoles señalar el señor Ahuítzatzin con bezotes de oro, que también trajeron de la conquista, que ellos sólo los usasen y no otros, como mensajeros del rey; y las

¹² (Sahagun, Bernardino Fray de:1955). Las reglas culturales se ejemplifican con las actividades seguidas por los parientes de los pochteca que partían en las caravanas comerciales, una de ellas era lavarse el rostro y cabeza cada ocho días, y en el caso de los pochteca no cortarse el pelo.

otras preesas que les dio y que arriba se dijeron sólo ellos las usasen en las grandes fiestas, como era en la fiesta de Tlacaxipehualiztli y otras semejantes, en las cuales se juntaban en México todas las provincias" (Sahagun, Bernardino Fray de. 1955; libro IX; Cáp. II; núm. 20).

Como norma religiosa, en el centro del tianquiztli, se encontraba un altar dedicado a los dioses del mercado; en el cual los concurrentes depositaban ofrendas, recogidas posteriormente para el sostenimiento de los templos.

El ejercicio de la de la justicia era tan rígido y severo; que aún después de no existir el tianquiztli como se conocía; seguían ejerciendo la justicia de esa misma manera, así se comenta el caso de:

"un natural de esta provincia que hurtó oro a un español, y yo le dije al Magiscasin, que es el mayor señor del mercado, que hiciera su pesquisa, y siguiéndolo hasta una ciudad que está cerca de allí lo trajeron preso, y me lo entregaron con el oro, y me dijeron que yo lo hiciera castigar. Y agradeciéndoles la diligencia que en ello pusieron, les manifesté que puesto que estaba en su tierra, que ellos le castigaran como lo acostumbraban y que yo no me quería entremeter en castigar a los suyos estando en su tierra. De lo cual me dieron gracias, y lo tomaron, y con un pregón público que manifestaba su delito, le hicieron llevar por aquel grande mercado, y allí lo pusieron al pie de uno como teatro subió el pregonero, y en altas voces tornó a decir el delito de aquél, y viéndolo todos le dieron unas porras en la cabeza hasta que lo mataron" (Díez-Gutiérrez Jorge: 1981, 9).

I.1.3. El pochtecatini o vendedor.

Al tianquiztli concurrían a ofrecer sus mercaderías no sólo las personas cuya ocupación habitual era el comercio, es decir, los comerciantes especializados; sino cualquier persona que fabricaba o poseía artículos capaces de interesar a los consumidores. Por lo cual se mencionan las principales denominaciones dadas a los comerciantes, su clasificación, su perfil, no sólo comercial sino también social; y por último, su ubicación en la sociedad azteca.

Los comerciantes aztecas, de acuerdo al tipo de comercio al que se dedicaban, tenían diversos sustantivos particulares. Pareciera ser que él término usado para designar a cualquier persona dedicada al ejercicio del intercambio y la compraventa de cualquier mercadería o servicio; de manera accidental o habitual,

era pochtecatini o puchtecatini, es decir, tratante, traficante o negociante (Siméon Rémi: 1981, 389).

Al comerciante lo llamaban pochtecatl (Siméon Rémi: 1981, 389) o puchtecati;¹³ como las actividades comerciales generalmente las realizaban en grupos, se empleaba este término en plural, es decir, pochteca o comerciantes, siendo la designación que se daban a si mismos la de pochtecati o puchtecati, o ser comerciante (Siméon Rémi: 1981, 389).

El vocablo *pochtecatl* se deriva de *Pochotl*: Ceiba y del sufijo propio de los gentilicios *Tecatl*; recordando que en un principio los comerciantes se solían reunir para sus transacciones a la sombra del árbol totémico (Díez-Gutiérrez: 1981, 2).

Una primera aproximación a una división de los comerciantes fue por el volumen de los productos comerciados y la diversidad de lugares adonde acudían a realizar el comercio; tanto en la capital del imperio azteca y lugares aledaños, como fuera de ella: los comerciantes a gran escala y los comerciantes en pequeña escala, es decir, los pequeños vendedores.¹⁴

Los comerciantes a gran escala eran los pochteca dedicados especialmente al comercio exterior y al de esclavos (Acosta Saignes: 1945, 12). Se integraban

¹³ La mayor parte de la documentación sobre las personas que ejercían las actividades comerciales se refieren a los pochteca; y es que fue tanta su importancia como grupo económico y social, que al registrar el origen del comercio azteca, éste se refieren primordialmente al inicio de las actividades de los pochteca, (véase *infra*) lo anterior no quiere decir que no tuviera importancia los comerciantes en pequeña escala, pero los pochteca, además de realizar actividades comerciales, realizaban funciones militares, políticas y sociales que influyeron en la expansión del imperio azteca, como se verá más adelante.

¹⁴ Aunque como acertadamente se señala, al interior del grupo económico de los comerciantes, éstos se especializaban en comerciar determinados productos, pues "como se indica en un texto de los *informantes de Sahagun*, había sesenta y nueve categorías distintas de traficantes" (León-Portilla: 1987, 327).

básicamente en dos grupos: los pochteca-tlaloque y los nahualoztomeca. Al parecer la primera denominación de los nahualoztomeca fue la de

"oztomecas, conocedores de las apartadas regiones, cuyas lenguas hablaban, puesto que habían vivido allí, haciéndose pasar por gente de aquel lugar" (León-Portilla: 1987, 327).

Se llamaban así era por que "antes de que se conquistase la provincia de Tzinacatlan los mercaderes mexicanos que entraban a tratar a aquella provincia disimulados tomaban el traje y el lenguaje de la misma provincia, y con esto trataban entre ellos sin ser conocidos por mexicanos" (Sahagun, Bernardino Fray de:1955; libro I; Cáp. XIX, núm. 8).

El primer grupo constituía la clase principal de los mercaderes, primordialmente ancianos considerados eminentes; entre ellos se encontraba los comerciantes administradores del desarrollo de las actividades comerciales; por eso cuando se realizaban las expediciones comerciales fuera de la capital del imperio azteca no partían a mercadear; sino se beneficiaban del trabajo de los comerciantes del trafico exterior; dándoles parte de su mercancía para su tráfico, y posteriormente recibir los beneficios del canje.

Los pochteca viajeros se diferenciaban en dos grupos: los principiantes en el arte del comercio con los de poca fortuna, y los mercaderes ricos, o tealmitimines dedicados a las transacciones importantes y al tráfico de esclavos.

Las mujeres no estaban excluidas del ejercicio del comercio, pero como tampoco partían en las expediciones comerciales, encomendaban mercadear sus productos a los pochteca viajeros.

Los vendedores en pequeño se llamaban tlanamacanis; trocaban o vendían productos de la tierra o manufacturas obtenidas por ellos mismos (Díez-Gutiérrez: 1981, 2), a pesar de no realizar complejas operaciones mercantiles, como las hechas por los pochteca.

El tlanamacac o tlanamacaque para comerciar tenía en cuenta a los mercados, sabiendo guardar y multiplicar su caudal, trocando o vendiendo a justo valor y concertando a buen precio sus mercaderías.

En contraposición "El mal mercader es escaso y apretado, engañador, parlero, porfiado, encarecedor, gran logrero, ladrón, mentiroso y con mala conciencia tiene cuanto gana y cuanto posee, y lo que gana todo es mal ganado, y en su vender tiene linda plática y alaba tanto lo que vende que fácilmente engaña a compradores". "El mal mercader muy lindamente engaña vendiendo y regateando más de lo que es justo, es mentiroso y gran embabucador y es gran encandilador, y engaña más de la mitad del justo precio" (Sahagun, Bernardino Fray de:1955; libro X; Cáp. XII; núm. 8).

Resumiendo el pochtecañ genéricamente hablando solía

"ser regatón y sabe ganar. Presta a logro, concerta con los compradores y multiplica su hacienda. El buen mercader lleva fuera de su tierra las mercaderías y las vende a moderado precio, cada cosa según su valor y como es; no usando algún fraude en ella, sino temiendo a dios en todo. El que practica este oficio, es gente de bien, es discreto y prudente. Sabe los caminos y conoce las distancias de las posadas, para ver donde puede ir a dormir, comer o cenar" (Sahagun, Bernardino Fray de:1955; libro X; Cáp. XII; núm. 7) y (Díez-Gutiérrez: 1981, 2)

En las expediciones comerciales, comprando y trocando en algunas partes, vendiendo e intercambiado en otras lo comprado; los pochteca discurrían comerciando por las poblaciones que se encontraban en la ribera de los mares y tierra adentro.

Compraban donde abundaban productos baratos, y después los vendían en donde sabían valdrían más. En este ir y venir los nahualoztomecas descubrieron en la provincia de Tzinacatlan el ámbar y las plumas preciosas, llamadas quetzalli de aves denominadas quetzaltotome, también había muchos cueros muy bellos de animales feroces.

Al regreso de sus expediciones comerciales a la capital del imperio azteca, los pochteca realizaban un gran convite invitando a todos los mercaderes, especialmente a los principales y a sus gobernantes; haciendo demostración de lo traído y dando relación de cuanto habían visto en las tierras por donde habían andado.

Además de dedicarse al intercambio y a la compra-venta de productos, realizaban diversas formas de contratos y préstamos dirigidos a hacer posible su comercio y con ello acumulando y multiplicando sus riquezas.

Entre los pochteca, los tratantes de esclavos, llamados tealtinime o tecoanime. Llevaban para vender, no sólo en el mercado de Azcapotzalco, sino también fuera de la capital del imperio, como la provincia de Xicalanco, hombres y mujeres; comercio que les reportaba grandes riquezas y por esto fueron considerados los mayores comerciantes

Los nahualoztomecas, en su constante búsqueda de mercados y mercaderías, no se limitaban a los lugares amigables para los aztecas; sino también entraban a comerciar en tierra de enemigos. Por ello eran conocidos como hombres valientes.

Si la tierra a la cual querían entrar a comerciar era zona de guerra primero aprendían el lenguaje de aquella gente y tomaban sus vestiduras para parecer nativos de las localidades y empezaban a tratar con benevolencia a sus enemigos para atraerlos a su familiaridad e iniciar la pochtecatoytl.

Esto no dejaba de tener sus riesgos. En numerosas ocasiones eran conocidos por sus enemigos, quienes los prendían y mataban; si alguno lograba escapar se iba a Tenochtitlan para visitar al emperador, llevándole riquezas de aquella tierra contándole cuanto había pasado en aquella tierra.

Cuando no eran conocidos salían de la provincia donde se encontraban con los mismos trajes utilizados entre aquella gente; al llegar a tierra amiga dejaban aquel traje y tomaban el de mexicanos para partir a la capital del imperio mexicano a dar

cuenta de lo que habían contemplado, llevando consigo una amplia variedad de productos de las tierras en que habían estado.

En remuneración a los riesgos y trabajos realizados; para que fuesen honrados y tenidos por valientes por el pueblo azteca; el emperador les entregaba barbotos de ámbar, piedra larga y amarilla transparente que cuelga del bezo agujerado, recalcando que era valiente y noble.

En ocasiones los pochteca realizaban conquistas, como la relatada en el reinado del emperador azteca Ahuizotl, donde varios comerciantes se aventuraron a las remotas tierras de Ayotlan y Anahuac, pero los nativos de Tehuantepec, bravos y belicosos, no quisieron recibirlos y los sitiaron durante cuatro años en el pueblo de Quatenanco.

Como los mercaderes mexicas que también eran guerreros, no sólo resistieron, sino que a través de una serie sucesiva de luchas los vencieron, logrando hacer hasta 15 prisioneros cada uno de ellos, rindiéndose los de aquella provincia.

Al terminar la conquista los comerciantes (tlatelolcas) se juntaron y tomando la voz el principal hablo:

“-¡Oh, mercaderes mexicanos los escudos de madera se sostienen en las manos en el lugar del peligro, donde se cogen cautivos, en medio de la pelea, en el campo de combate. Iguales son nuestros cantos, iguales son nuestras flores: hemos barrido cabezas para dar placer al dador de la vida. Ya nuestro señor Huitzilopochtli, dios de la guerra, ha dado su oficio en favorecemos al conquistar estas provincias. Ya podemos seguramente irnos a casa. Conviene que ninguno se ensorbesca, ni se tenga por valiente. Los cautivos que hemos hecho, no es más que el resultado de haber buscado tierras y mercados para nuestro señor. Es la paga por nuestro trabajo, por que pusimos en peligro nuestro cuerpo y nuestra cabeza. Es la paga por nuestras vigiliass y nuestros ayunos. Al retornar a nuestra tierra luciremos los barbotos de ámbar, las orejeras de jade y nuestros báculos negros en son de triunfo-¡” (Diez-Gutiérrez: 1981, 4, 5).

A partir de este acontecimiento, los mercaderes tenochcas y tlatelolcas fueron considerados heraldos y capitanes del reino, con funciones de espionaje y avanzada conquistadora.

Siendo los pochteca guerreros en funciones de mercaderes discurrían por todas partes, cercaban y daban guerras a las provincias y pueblos; cuando el emperador de Tenochtitlan requería averiguar el estado en que se encontraba determinada provincia, mandaba a traer a su casa a los mercaderes y les comunicaba sus propósitos.

Les entregaba mil seiscientos toldillos, mantas pequeñas llamadas cuachtli, para comerciar; los pochteca las tomaban y partían a Tlatelolco a hablar sobre el encargo del emperador. Es necesario mencionar que sólo a los mercaderes tenochcas y tlatelolcas se les encomendaban tales tareas.

El conocer y el recorrer las grandes extensiones de tierra del imperio azteca habilitaban a los pochteca como consejeros de estado; y con frecuencia participaban como recaudadores de impuestos; de esta manera tenían riquezas en forma individual y estaban exentos de cualquier obligación, ya que su propio trabajo era materia de contribución, no sólo económicamente sino también socialmente al imperio.

Al integrarse la clase social de los comerciantes, se constituyó como gremio o linaje, reconociendo un origen común al que no se podía pertenecer sino por herencia o licencia especial del emperador concedida a gente no ligada por parentesco a los integrantes del calpulli, como premio por grandes hazañas.

Los pochteca habitaba barrios especiales con sus propios gobernantes, los pochtecatlatoque. En los barrios de Pochtlan y Acxotlan sus gobernantes eran llamados tlailotlac y acxoteca respectivamente.

Tenían dioses particulares, ritos y ceremonias exclusivas; una de sus deidades principales era Yacatecuhtli, "el que va adelante de los viajeros" o "el señor de los

viajeros", aspecto de Quetzalcóatl, en cuanto a que es dios de los caminantes. En Tlatelolco apareció la primera agrupación de comerciantes.

Al expandirse el imperio se fue consolidando la nobleza "y apareció dentro de esta clase social la relación puramente individual entre personas y cosas" (León-Portilla: 1987, 322); y en virtud de sus meritos y riquezas los comerciantes poseyeron tierras. El rey o tlatoani, al igual que los nobles y comerciantes poseían tierras propias, con vasallos que las trabajaban pagando determinados tributos (León-Portilla: 1987, 322)

Es así como los pochteca llegaron a alcanzar una considerable importancia en el mundo azteca, como una típica clase social intermedia que tenía status diferente al del macehual o gente del pueblo y también a la del pipiltin o noble. Mostrando su extraordinaria preponderancia social

"en lo que pudiera llamarse un código jurídico y económico propio, así como en las varias funciones que casi con exclusividad les correspondía desempeñar" (León-Portilla: 1987, 317).

Si se considera a la materia económica como uno de los elementos fundamentales en la comprensión de la historia antigua de la nación.

"podríamos afirmar sin hipérbole que los pochteca de México-Tenochtitlan fueron los forjadores de la elevación económica del Imperio Azteca y factor decisivo en la penetración cultural en las regiones más apartadas de la Urbe Sagrada" (Díez-Gutiérrez: 1981, 21).

Sin ir más lejos, transcribiendo palabras atribuidas a Cihuacóatl, quien habría dicho a Ahuitzótl:

"Señor, ya sabéis y entendéis que los que adornan y resplandecen esta gran ciudad son los oficiales de obras mecánicas, como los plateros, canteros, pescadores, loceros, lapidarios, cortadores de las piedras finas y, en especial, los tratantes y mercaderes, a los que estimó muy mucho mi buen hermano Moctezuma Ilhuicamina, por ser ellos adelantados de conquistas en tierras remotas" (Díez-Gutiérrez: 1981, 21).

Al incrementarse geográfica y demográficamente la capital del imperio azteca, sus recursos económicos ya no era suficientes para satisfacer sus necesidades. Los mercados en la región inscrita en la Cuenca de la ciudad de Tenochtitlan no bastaban para cubrir sus necesidades crecientes; por lo que fue necesario que

los pochteca de Tenochtitlan negociaran en todas las regiones de Mesoamérica para incrementar la oferta de productos y servicios al imperio.

En este desenvolvimiento comercial los pochteca adquieren un rasgo primordial: de ejercer su actividad comercial en el tianquiztli al ejercicio itinerante de la pochtecayolt.

Esto significa la constante búsqueda de mercados, objetos, productos y servicios comerciables, en diferentes lugares; no sólo los conocidos, sino también los que no conocían; pues a pesar de haber lugares establecidos específicamente para realizar la comercialización de productos y servicios; los pochteca no se limitaban a ellos, pues tenían que realizar, además, de las actividades comerciales, actividades políticas y sociales en su constante búsqueda de mercados.

En esos tiempos no se contaban con animales de carga ni la rueda tenía un uso utilitario para la construcción de artefactos que facilitasen la transportación de los diversos productos comercializables.

Lo que no transportaban por la vía marítima en canoas; lo hacían contratando a personas a cargadores, tlamama o tlameme, los cuales se cargaban en la espalda un petlacalli, caja tejida de una especie de caña y cubierta de cuero, sosteniéndola en la frente con una cuerda denominada mecapal; la carga solamente era de unas dos arrobas (23 kgs.) y la jornada de cinco leguas (28 kms.); pero se hacían con ella viajes de hasta de 300 o más leguas.

Con frecuencia caminaban por montes y quebradas aspérrimas. La red caminera utilizada normalmente por los pochteca se llamaba otlí malahuac, era una extensa vía de comunicación terrestre utilizada para el adelanto y expansión del comercio.

También, se movilizaban admirablemente por senderos y veredas bien trazadas, que los monarcas y caciques de las distintas regiones por donde transitaban se encargaban de mantener, ordenando su conservación después de la temporada de lluvias.

Estas vías llegaban hasta Honduras, Nicaragua y Panamá, permitiendo el fácil desplazamiento de las caravanas pochteca; empleando la navegación marítima en la actual Laguna de Términos y el Mar Caribe.

La región maya conserva vestigios de los arcaicos caminos utilizados, como los de las ciudades de Coba y Uxmal, donde partía el sacbé o calzada de revestimiento a través de 100 kilómetros de longitud y una anchura de 10 metros, las comunicaba con Chichén-Itzá. Asimismo, los caminos del reino de Michoacán destacaron por su amplitud y belleza, principalmente los convergentes a Tzintzuntzan (Díez-Gutiérrez: 1981, 32).

Los comerciantes llegaron a establecer mercados y rutas de intercambio desde el Océano Pacífico hasta las costas del Golfo; del centro político de México hasta regiones de Yucatán, Guatemala, El Salvador, Nicaragua y aun excepcionalmente de Costa Rica y Panamá (León-Portilla: 1987, 312).

Las expediciones comerciales generalmente se realizaban en grupos de mercaderes. Antes de partir a una expedición comercial se reunían en la casa del mayoral que iba como capitán y encargado de la caravana; juntaban todas las cargas y las cosas encomendadas de los mercaderes viejos y de algunas mujeres tratantes.

Además, no sólo eran productos u objetos comercializables, sino también productos que funcionaban como signos cambiarios, el caso del oro y de los

coachtli para la adquisición de productos de otras regiones. Al regreso de los mercaderes se dividían la ganancia.

También, transportaban productos recibidos por el imperio en tributo, los acuerdos de comercialización se llevaban a cabo entre mercaderes y el tlatoani o rey de Tenochtitlan.

En este flujo comercial los mercaderes del México prehispánico, especialmente los tlatelolcas y los tenochcas, solían fundar localidades, como la de Querétaro, establecida por un Pochtecatl de nombre Conin, natural de Tlatelolco, quien llevaba objetos comerciables desde México hasta la región chichimeca (Díez-Gutiérrez: 1981, 20) y (Acosta, Saignes: 1945, 14).

Para concluir, los pochteca a través del Códice Matritense sintetizan la visión de su quehacer:

"Esto es nuestra inquisición/, lo hemos logrado/, lo que fue el precio de nuestro pecho/, de nuestras cabezas/. Con esto haremos ver/, con esto daremos a México./ Bezotes de ámbar/, orejeras de pluma, de quetzal/ bastones con incrustaciones de color/, abanicos hechos de plumas de faisán/. Nuestras copas/, mantas de nudo torcido/. Todo esto será nuestra propiedad/, nuestra adquisición/, nuestra fama de hombres/. Por esto nosotros nos fatigamos/, será cosa exclusiva nuestra" (Díez-Gutiérrez: 1981, 2).

1.2. La Plaza-Mercado

Concluida la conquista de Tenochtitlan, las actividades económicas empezaron a tomar su cauce, dentro de éstas las actividades comerciales pero la antigua forma de comerciar ya no iba a ser la predominante, dado que el contexto en el cual había surgido empezaba a transformarse.

En ese momento surgió una nueva forma de concebir y hacer el comercio, sintetizada en la plaza-mercado. Además, se empieza a perfilar dos personajes comerciales, posibles antecedentes del vendedor ambulante: el buhonero y el libremesillero; acompañados de una nueva forma de conducir las actividades comerciales, la reglamentación comercial; y la conformación de un fenómeno recurrente en el plaza-mercado, su saturación de comerciantes y desbordamiento a las calles.

Para 1521, Hernán Cortes utilizó parte de la población nativa para organizar la vida económica y social de la naciente Nueva España. Debido a la mezcla de dos formas diferentes de hacer comercio: el nativo y el representado por la llegada de los españoles, la concepción y expectativas de traficar antiguas empezaron a transformarse.

Esto significó que ya no fue funcional el tráfico comercial antiguo, pero tampoco estaban presentes principios jurídicos, religiosos y culturales comunes, que amalgamaran la naciente estructura comercial.

Sin embargo, fue tal la impresión del mercado en la memoria histórica de los mexicas que en el momento del proceso de aculturación y transculturación de las culturas mexicana y española, el arte de traficar se transformó de manera más paulatina y gradual. Como lo muestra una serie de vivencias, entre ellas la de la india tianguera:

Paréceme que si a una india tianguera, hecha a cursar los mercados, le dijese Mira hoy es tianguiz en tal parte, ¿Cuál escogerías más aína, irte desde aquí al cielo, o ir al mercado?, sospecho que diría: Déjeme primero ver el mercado, que luego ire al cielo (Díez-Gutiérrez, 1981, 11).

Al organizar las actividades económicas, políticas y sociales de lo que sería la Nueva España, Hernán Cortés utilizó parte de la población nativa:

"hize á un Capitan General, que en la guerra tenia, y yo conocia, del tiempo de Moctezuma, que tomase cargo de la tornar a poblar. (...) y á otras Personas Principales, que yo también asimismo de ante conocia (...) y ellos lo han trabajado, y hecho también, que hay hoy en la Ciudad poblados hasta de treinta mil Vecinos, y se tienen en ella la orden, que solia en sus

Mercados, y Contrataciones: y héles dado tantas libertades, (375) y exemptions, que cada día se puebla en mucha cantidad" [Cfr. (Cortes. 1981, 375)].

Por lo que estas actividades se desarrollaron primero en un marco donde coexistían expectativas de una economía precapitalista y de una economía mercantil. La historia del leñador astuto ilustra esta situación:

"Salí una mañana de mi iglesia para ir a la Gran Tenochtitlan y, por ser noviembre, había hecho una helada grande, y a la salida del pueblo, topé con un indígena que llevaba una carga de leña para vender en Tlatelulco, y diome tanta lástima de verlo ir muerto de frío que, apiadándome de él, le pregunté que cuánto le habían de dar por aquella carga de leña en el mercado. Dijome que un real. Saqué un real y díselo y díjele que se volviera y que se calentase con aquella leña, que yo se la daba. Y con esto fuíme, creyendo que se voivería. Desde a más de una hora véolo venir tras de mí con su carga de leña, y riñéndole porque no había hecho lo que le había mandado, me respondió que cuando salió de su casa, había su corazón determinado de ir con aquella leña al Mercado de Tlatelulco; que si quería mi real, que allí lo tenía, pero que él no se perdía la alegría de ir al tianguiz" (Diez-Gutiérrez: 1981, 12).

Convivían formas de gobierno autóctonas y españolas,¹⁵ donde los derechos sobre la propiedad fueron comunales, privados y públicos. Aspectos de convivencia con alto sentido de grupo e individualista.

Posteriormente, predominaran los principios de una economía de mercado, la forma de gobierno monárquica y las distinciones de clase; asimismo, al autorizar la "traza" de la ciudad, en mayo de 1522, se dispondría la distribución espacial y funcional de la tierra, en calles, edificios de gobierno, plazas-mercados, parroquias, casas particulares, entre otros, de lo que sería la Ciudad de México.

Estos elementos tuvieron una gran relevancia en la conformación de la estructura comercial de la Nueva España; básicamente, como el conjunto de instituciones, procesos, sujetos y expectativas económicas que hacen posible la realización de la actividad comercial, en cuando menos tres aspectos cruciales, la transformación paulatina de las expectativas para comerciar que cambiaron forma y condiciones de hacer el comercio; aunado al surgimiento de nuevos sujetos comerciales, que no estarán del suficientemente contemplados en la

¹⁵ En la época colonial (conquista, encomienda, y virreinato) los caciques (anteriores señores) gobiernan a los habitantes autóctonos permitiéndoles practicar sus usos y costumbres a cambio de sufragar tributos para que los encomenderos se los entregasen al Rey. (ACCCM: 1997, 7)

administración comercial colonial; y en los principales aspectos reguladores de las actividades comerciales.

Al mezclarse dos formas diferentes de concebir y realizar la actividad comercial, la azteca¹⁶ y la española,¹⁷ no había principios jurídicos, religiosos y culturales comunes que las homogeneizaran y armonizaran. Cortes muestra esta situación al describir la falta de motivación mercantil de la población indígena en el ejercicio de los oficios y en la expectativa de tener sólo lo necesario para el día presente:

[(2) Los Indios olvidaron sus Artes, ó las ocultaron, que es lo mas verosímil, pues tienen habilidad para las Artes mecánicas, y trabajan tan bien como los Españoles, aunque no piensan mas que el día preferente, y no tienen ansia de adquirir] [Cfr. (Cortés: 1981, 378)].

Esto implicó que, aunque cuantitativamente fuese mayor la composición de los sujetos e instituciones de la economía nativa, cualitativamente para la naciente Nueva España tenía más preponderancia la española.

Siendo más visible cuando los españoles y peninsulares paulatinamente empezaron a ejercer el control del comercio colonial, desplazando parte del personal administrativo nativo,¹⁸ emitiendo ordenanzas para regular las transacciones comerciales; y ejerciendo la mayor parte de la actividad comercial de gran escala, tanto al interior de la Nueva España como al exterior, principalmente con España, cambiando de esta manera a un importante sector de los comerciantes indígenas.

Respecto a las transformaciones experimentadas en los espacios en los cuales se llevaba a cabo las actividades comerciales se hizo una diferenciación del mercado de acuerdo al tipo de concurrentes, el del Volador, donde asistían

¹⁶ Se debe de recordar que las expectativas de realización comercial eran económicas, religiosas, políticas y sociales (véase el *tianguiztli*).

¹⁷ En este caso las motivaciones primordiales son las de una economía mercantil.

¹⁸ Aunque como en el caso del cacique de Coyoacan, bautizado como Juan de Guzmán, al cual le reconocieron sus meritos, tanto la Corona Española como Cortes, al auxiliarnos en la conquista de Tenochtitlan, y le permitieron seguir ejerciendo sus funciones de gobernante, y por lo tanto, seguir cobrando impuesto por vender en el *tianguis* del lugar, pero a su muerte, a sus hijos ya no les fue permitido seguir haciéndolo. (Torres, Becerra: 1997, 5)

principalmente españoles y el de Santiago Tlatelolco destinado primordialmente a los nativos:

"dos grandes Mercados de los Naturales de la tierra, el uno en la parte, que ellos habitan, y el otro, entre los Españoles; (1) [(1) La Plaza, o Mercado de los Naturales era Santiago Tlatelulco, y la de los Españoles en la Plazuela de el Volador, y delante de el Palacio de los Excelentísimos Señores Virreyes] [Cfr. (Cortés: 1981, 378)].

El mercado, aunque al principio conservó la estructura a cielo abierto del tianquiztli, después fue cercado su perímetro con portales. Además, como en el inicio fue limitada la población española fueron pocos los comerciantes españoles; pero paulatinamente se incrementaron y establecieron negociaciones improvisadas dentro de sus casas habitación (ACCCM: 1997).

Como el mercado del Volador constituía el punto de comercio entre españoles; el gradual aglutinamiento de vendedores y compradores a sus alrededores constituiría a la Plaza Mayor; lugar donde se realizarían las principales actividades comerciales de la época colonial.

Inicialmente los concurrentes al mercado se encontraban desprotegidos de las contingencias del sol y la lluvia. Por lo que el 15 de abril de 1524, el Ayuntamiento de la capital de la Nueva España, en Cabildo, concedió permiso a los vecinos que tuvieron solares alrededor de la Plaza Mayor la construcción de portales para resguardarse de las inclemencias del tiempo.

La construcción, conocida como el "Portal de los Mercaderes", ejemplifica la transformación física del mercado tradicional indígena al concepto de plaza-mercado. En donde se:

"introduce la arquitectura cubierta de los soportales en su perímetro, pero sobrevive la arquitectura al aire libre del tianguis prehispánico" (CANACOCM: 1982a, 54).

A partir de ese momento y hasta el siglo XVII, la Plaza Mayor fue el espacio de realización de la mayor parte de las actividades comerciales de la Nueva España. Por tanto, prototipo de la plaza-mercado, ubicada principalmente frente a los templos parroquiales o en los espacios de recepción de artículos, como la casa

del diezmo. Después, se conformarán otros lugares que adquirirán similar importancia como la Plaza de Santo Domingo.

Para 1692, este centro comercial se incendió y en vista de las pérdidas que sufría el Ayuntamiento, se decidió construir de mampostería y tepetate las tiendas, por lo cual, se recabó la licencia respectiva.

Diez años después se instalaron en Plaza Mayor los comerciantes de Filipinas, también conocidos como el "*Gremio de Chinos*", y ha solicitud suya se habilitó en la parte sureste de la Plaza un edificio conocido como "*El Parián*", diseñado originalmente como cuartel, donde se comercializaban productos locales y extranjeros que venían del oriente (Valenzuela, Cervantes: 1993, 15). Así es como diversos comercios se ubicaron en torno al perímetro poniente del Portal de los Mercaderes, el cual fue reconstruido en 1752.

Los cambios también fueron a la infraestructura física utilizada para expender las mercaderías y su distribución espacial. De la utilizada en tiempo azteca, que consistía básicamente en huacales, petates, otates, morrillos, cestas, cuencos, ollas y cazuelas (Escobedo Yabar: 1990:49), instalados a cielo abierto; al establecimiento de los jacalones construidos con el material de empaque de algunos productos¹⁹, posteriormente de madera y tejamanil.

1.2.1. El Buhonero y el libremesillero

En forma paralela al desarrollo de la nueva estructura comercial de la capital de la Nueva España, aparecieron nuevos sujetos comerciales contemplados parcialmente en el proceso de la administración del comercio colonial.

¹⁹ La evolución del uso de la distribución espacial en la expendición de productos así como la infraestructura física utilizada para ello, se describe adecuadamente en el libro "La arquitectura del comercio en México". (CANACOCM: 1982a)

Uno de ellos fue el llamado Buhonero, que con el transcurso del tiempo tendría un abanico de derivaciones y denominaciones, desde buhonero, hasta barrillero. Se utiliza el término buhonero para denominar genéricamente a esta amplia gama de nuevos comerciantes, por que fue el que utilizó Sahagun:

"El buhanero compra junto para tornar a vender por menudo, como son papel, tijeras, cuchillos, agujas, paños, lienzo, orillas, o manillas, cuentas y otras muchas cosas que el puede comprar junto" (Sahagun, Bernardino Fray de:1955; libro X; Cáp. XXV, núm. 5).

Los buhoneros ejercían el comercio en calles y plazas-mercados de forma itinerante; sin un lugar destinado *ex profeso* para comerciar; comprando y vendiendo en las calles y plazas-mercados; comerciando cosas de poco valor.

El buhanero que vende sarfales de vidrio, vende sarfales de navajuelas labradas, y cristal blanco, y morado y del viril, y de azabache, y de otras cuentas de fustera y joyas fundidas de oro, como canutillos y bodoquillos; vende también las joyas de Castilla, collares o sarfales, manillas que parecen como esmeraldas o como cristal blanco, amarillos, verdes, rubios, negros, azules, leonados, colorados, verde oscuros, morados, todos estos son teñidos falsos (Sahagun, Bernardino Fray de:1955; libro X; Cáp. XXIV; núm. 9).

En la plaza-mercado, la flexibilidad de las normas de operación permitirá una distribución más azarosa de los comerciantes y con menos restricciones en su número.

Las Ordenanzas emitidas por Ayuntamiento contenían las normas que regulaban el ejercicio de los actos comerciales y los espacios destinados para ello, así como los lugares y la distribución espacial de las mercancías de la plaza-mercado.

Adicionalmente, se otorgaba licencias para colocar en ella mesas y mesillas, sin asignarles espacios determinados y sin contemplar un número determinado.

La Plaza Mayor para 1533 concentraba una gran cantidad de vendedores. Debido a que: "el oficio de vendimiero o comerciante fue muy concurrido, igualmente se presentaron los mesilleros (puestos en mesas improvisadas) y los regatones (intermediarios) que compraban los productos en las acequias a los introductores y los vendían en la Plaza Mayor encareciéndolos y en ocasiones ocultándolos según su conveniencia"(Valenzuela, Cervantes: 1993, 15).

Por lo que el interior de la plaza se comenzó a "cubrir de puestos, mesas y tiendas portátiles de madera" (Escobedo Yabar: 1990, 52).

Poco a poco se fue saturando y desbordando sus límites convenidos. Iniciándose un proceso lento y constante de invasión de lugares adyacentes a la plaza-

mercado. Es así, como apareció el libremesillero, que cambió la forma de ejercer el comercio en la plaza-mercado.

Las principales actividades comerciales, de gran escala y exteriores, fueron monopolizadas por grupos diferentes de la población nativa y mestiza; por lo cual, se organizaron mercados llamados baratillos, en donde se comercializaba mercancía accesible a este tipo de consumidores con bajo poder adquisitivo.

Hacia 1800, la parte central del *Parián* se ocupó de estructuras expendedoras de madera techadas con temajamil, en donde se expendía ropa vieja, libros, sillas de montar, baúles, entre otros artículos. Y se le dio el nombre de "*Baratillo Grande*".

En ese tiempo fue cuando se notó la saturación de vendedores en la Plaza Mayor, y el desbordamiento de los límites establecidos para comerciar, iniciándose una paulatina invasión de las calles. Para descongestionar la Plaza Mayor de vendedores el

"Ayuntamiento determinó permitir que en otros lugares se colocaran puestos de vendimias, como en la Plaza de Jesús, la Cruz del Factor y Santo Domingo, pero a causa de un mal manejo los vendedores se desbordaban y saturaban todas las calles circunvecinas a la Plaza Mayor, invadiendo al atrio de la Catedral, el frente del Palacio Nacional y las casas del Ayuntamiento" (Valenzuela, Cervantes: 1993, 15)

1.2.2. Sobre la reglamentación comercial en la Plaza-Mercado

Al transformarse las expectativas y objetivos de realización del comercio azteca, por la introducción de elementos españoles, como el establecimiento del dinero y del cambio de la motivación principal para hacer comercio, la ganancia mercantil.

Y establecerse paulatinamente una forma de gobierno, que a diferencia de la azteca, paso a ejercer de manera directa la regulación de los actos comerciales y

de los espacios en los cuales se realizaba, no contemplaba componentes religiosos y culturales en su normatividad.

Algunos de los nuevos sujetos comerciales en esta estructura comercial no estuvieron suficientemente contemplados en la administración del comercio en la Nueva España.

Un punto importante de este proceso fue la transformación de la concepción que se tenía de la posesión. De propiedad comunal en la sociedad azteca, aunque en el caso de los pochteca ya había indicios de propiedad privada, al establecimiento de la propiedad privada.

Este acontecimiento transformó el carácter y la naturaleza de la administración comercial colonial; reflejada en la normatividad emitida para regular la actividad comercial.

La normatividad ya no contemplaba medidas religiosas, ni culturales; la tributación y la justicia comercial pasó a ejercerla directamente el gobierno, así como la vigilancia de las transacciones.

La rigidez de las antiguas normas comerciales, aunque presentes en la conducta de la población nativa, ya no operaban en la población que estaba constituyendo a la Nueva España; por lo cual, aparecerán sujetos comerciales realizando actos comerciales en lugares diferentes a los destinados de manera *ex profesa* como las calles.

A través las disposiciones, el Ayuntamiento de la capital de la Nueva España controlaba la mayor parte de las actividades comerciales; y de manera indirecta el desplazamiento del comerciante indígena por el comerciante español y

peninsular. La venta itinerante en calles y plazas-mercado no se reguló y en algunos casos se prohibió.

Así en 1524, se emitió una disposición en la cual se mencionaba que ningún regatón o tendero podía comprar artículos para revenderlos dentro de la ciudad ni en veinte leguas a la redonda.

Para 1528, los mercaderes no podían comprar en Tlatelolco, que como se mencionó se destino a ser el mercado de la población nativa, ni en cualquier otro mercado de indios.

Las mercancías que llegaban de Castilla debían ser registradas en el Cabildo por los mercaderes en un plazo de 40 días, norma vigente hasta el 14 de abril de 1531, reduciéndose el período a 30 días en abril de 1550 (Escobedo Yabar: 1990, 56).

De las medidas que prohibían la venta en las calles, se tiene que el 15 de febrero de 1541, el Ayuntamiento expidió una ordenanza que prohibía la venta de mercancías en las calles, con la amenaza de perder sus mercancías y ser desterrados de la ciudad (Méndez, Alemán: 1997,2).

En 1552, se dictó que los mercaderes que traían a la capital artículos de otras poblaciones respetarían los precios estipulados por los diputados y realizarían las ventas en los lugares señalados (Escobedo Yabar: 1990, 56).

Respecto al comercio interior en la Nueva España, en 1574, se comenzó a grabar numerosas mercancías por disposición de la Ley XXV del título XIII, libro VIII de la Recopilación de Indias, con excepción del comercio realizado por los nativos.

Los impuestos se apoyaban en el sistema de alcabalas y se dispuso que los pesos y medidas comerciales se ajustasen a los de Castilla (ACCCM: 1997, 5).

El ayuntamiento de México también emitió reglamentaciones para controlar el sistema de abasto de la ciudad capital con normas y ordenanzas. La Real Cédula de 1611 fue la principal, normaba la asignación de puestos; los impuestos y su cobranza quedaba bajo la responsabilidad del Alcalde Mayor (Valenzuela, Cervantes: 1993, 15).

En cuanto a los baratillos hubo diferentes intentos por suprimirlos; representaban la venta de mercancías de segunda mano y en algunos casos robados; por lo cual el 24 de diciembre de 1635 y el 22 de octubre de 1644, el ayuntamiento dictó una serie de ordenanzas que prohibían la venta en esos lugares (Méndez, Alemán: 1997, 2).

Para 1689, se expidió una Cedula Real que originó un Bando que prohibía el comercio en el baratillo, bajo la pena de azotes y trabajos forzados en Filipinas para los reincidentes.

A pesar de ello y de las restricciones impuestas por el Ayuntamiento, el comercio se mantuvo en este mercado; mismo que solo se eliminó en 1692, por una revuelta de indios que concluyó con el incendio del Palacio de la Plaza Mayor, del edificio del Ayuntamiento y de los cajones y de los puestos tanto del Baratillo como del mercado de la Plaza Mayor (Méndez, Alemán: 1997, 2). Aunque posteriormente se volverían a instalar con el nombre de "*Baratillo Grande*."

Respecto al abasto comercial de la ciudad, el Virrey Segundo Conde de Revillagigedo, lo organizó mediante dos acciones simultáneas, la construcción del nuevo Mercado del Volador, en la manzana del actual edificio de la Suprema

Corte y la expedición del "Reglamento para los Mercados de México, 1791" especialmente para el mercado del Volador, considerado como el principal.

El Reglamento estipulaba la colocación de los lugares para expender los distintos géneros y clases de mercancías, los precios de los puestos, los funcionarios, las responsabilidades y los salarios del administrador, alguacil, guardas y del juez de plaza, de nombramiento anual, que impartía justicia entre los concurrentes al mercado.

Respecto al acontecimiento económico en torno a la aparición del buhonero y el libremesillero, toma dos vertientes.; por un lado el buhonero que vende en plazas y calles de manera itinerante

Por otro lado, el libre mesillero²⁰ que crece al interior de la plaza-mercado desbordando sus límites; y paulatinamente va invadiendo calles y parte de lugares públicos,²¹ como los atrios de las iglesias.

Del buhonero no se tiene una fecha precisa de su aparición, pero surge en esta nueva estructura comercial colonial, ya que en el período anterior estaba prohibido el ejercicio del comercio fuera del tianguis; y dentro de éste no estaba permitido cambiar el lugar asignado a cada comerciante para expender su producto a comerciar.

Por lo que en este recorrido histórico para 1735, se observaba que

²⁰ Como lo sugiere, Valenzuela Cervantes "Se ha detectado cuatro etapas de 1524 a 1990 en que las características básicas del fenómeno son recurrentes. El gobierno encauza el establecimiento del comercio y simultáneamente surgen los libre, mesilleros, cuya proporción aumenta hasta que surgen protestas de diversos sectores de la sociedad que se ven afectados en sus intereses." (Valenzuela, Cervantes: 1993, 15); es necesario señalar que lo anterior pudiera deberse a que en "El comercio virreinal en la vía pública se realizó bajo las ordenanzas del Ayuntamiento, quien fijó el lugar y la manera de como había de venderse las mercancías en las plazas-mercado; además, otorgó licencia para colocar en ellas mesas y mesillas." (Escobedo Yabar: 1990, 55), subrayado propio.

²¹ Por lo que en 1554, en su crónica Francisco Cervantes de Salazar comenta la realización de la venta en la calle; también clavijero menciona que "habla puestos de comida fuera de los mercados". Citado en (Torres, Becerra: 1997).

"no hay noticia ni monumento, que sepamos por donde inferir que se cobrase de los buhoneros, canastilleros y demás que venden por las calles y plazas" (Yuste, Carmen: 1991, 113).

I.3. El comercio itinerante y el comercio adyacente a la Plaza-Mercado

Como se mencionó, la mayor parte del comercio que se realizaba en la capital de la Nueva España tenía lugar en la plaza-mercado, en la cual se desarrolló dos fenómenos comerciales de manera conjunta.

Por un lado, el crecimiento de vendedores en su interior y con ello la saturación de los espacios de venta en la plaza-mercado, por lo que poco a poco se comenzó a realizar el comercio en las calles y lugares aledaños a las plaza-mercado y en parte de los atrios de las iglesias.

Por otro lado, el surgimiento de las actividades comerciales propiamente itinerantes en calles y plaza-mercado, realizadas por los buhoneros.

El creciente número de vendedores tanto en la plaza-mercado como en las calles deterioró el sistema de comercialización de bienes y servicios, debido a la saturación de vendedores en la plaza-mercado, generando desequilibrios en los servicios de comercialización de la ciudad capital.

I.3.2. Sobre la ordenación del comercio itinerante y el comercio adyacente a la plaza mercado

En el proceso de conformación de México como un país libre y soberano hubo varios cambios, tanto en la composición de las clases políticas en el poder, como en la normatividad de la vida civil de la sociedad mexicana.

Por tanto, la administración comercial en el México independiente y por ende en la Ciudad de México también tuvo un amplio lapso de formación; y su principal forma de expresión, para el caso de la plaza-mercado, fue la de ordenación comercial de los espacios en los que se llevaba a cabo los actos comerciales.

Esto es debido a que la estructura de la administración comercial, así como la emisión de la normatividad jurídica y administrativa de las actividades comerciales, están asociadas a la estructura política que determina la composición de quienes ejercen las funciones públicas y emiten la normatividad de la sociedad; de 1821 hasta la iniciación del gobierno de Porfirio Díaz presentó un panorama de rápidos cambios.

La plaza-mercado, espacio por excelencia de la realización de las actividades comerciales en la época colonial, tuvo otro cambio, breve y transitorio, pero primordial para la compresión del comercio ambulante en la Ciudad de México; producto de la ordenación comercial en el centro de la ciudad; el corredor comercial, que probablemente evolucionó a lo que actualmente se conoce como el mercado de productos básicos.

Este acontecimiento comercial se debió a la continua saturación de la plaza-mercado por comerciantes y su consecuente invasión a los espacios adyacentes a ella, como las calles. La medida para solucionar este problema fue la construcción de mercados para reencauzar las actividades comerciales en los sitios designados para ello. Creando nuevos mercados y el traslado parcial de parte de comerciantes de los mercados saturados a los nuevos mercados.

Por lo que es necesario observar los cambios en el ámbito político y en el constitucional para enmarcar estas medidas de ordenación comercial.

Al término del proceso de independencia en 1821, al negarse España a reconocer los tratados firmados por Don Juan O'Donoju, México vivió un breve período de gobierno imperial, al proclamarse emperador Agustín de Iturbide en 1822, el cual terminó en 1823. Para 1824 se reunió el primer Congreso Constituyente del México libre, para elaborar la Acta Constitutiva y la primera Constitución del país.

Sin embargo, la formación del gobierno y la forma en que se debía de gobernar se la disputaban dos fracciones diferentes; los liberales identificados con el espíritu federalista y democrático contra los conservadores o centralistas que se constituía principalmente por las clases sociales privilegiadas de esa época.

La Constitución de 1824, dictada principalmente por los liberales estuvo vigente del 4 de octubre de 1824 hasta el triunfo del partido centralista en 1835, que retuvo el poder hasta 1846. En este lapso se promulgaron dos constituciones, Las 7 Leyes de 1836, primera de las constituciones centralistas. Dictada el 29 de diciembre de 1836. La segunda constitución centralista fue las Bases Orgánicas de 1842 a 1847.

En este período la medida más notoria en torno al comercio en la plaza-mercado de la Ciudad de México fue en 1843, cuando por decreto del presidente Santa Anna, el Paríán fue demolido (Escobedo Yabar: 1990, 53); también se fue perfilando la construcción de mercados y el traslado de comerciantes de los mercados saturados a los nuevos; como una medida administrativa a la creciente saturación de vendedores en la plaza-mercado y su invasión a los lugares adyacentes a ellas.

Para 1849 en la ciudad capital se inauguró el Mercado de Iturbide, pero debido a su distancia de los principales centros de abasto, generalmente ubicados en el centro de la ciudad, como el Mercado del Volador; y a su forma de acceso; al

principio la concurrencia de compradores fue escasa por lo que en 1842 se le abrió un canal de acceso (CANACOCM: 1982).

Lo anterior ilustra como se fue estableciendo la conducta comprar y vender en los lugares céntricos de la ciudad y la necesidad de orientar esta conducta. Siguiendo el orden cronológico de acontecimientos políticos nacionales, para diciembre de 1853, el presidente Santa Anna se proclamó Alteza Serenísima.

En reacción a ello se estableció el 1 de marzo de 1854 el Plan de Ayutla, terminando en la elaboración de la Constitución de 1857. Donde se restableció el gobierno federalista, constituido como una república federal, democrática y representativa.

Sin embargo, la constitución no fue bien vista por el gobierno conservador y los descontentos iniciaron la guerra de los Tres Años (1858 a 1860); posteriormente, se estableció en México la segunda Monarquía Imperial de 1863 hasta 1867 encabezada por Maximiliano I de Habsburgo.

Para estos años Maximiliano I de Habsburgo dictó el 21 de febrero de 1865, la reordenación de algunos comerciantes de carne y legumbres del Mercado del Volador a una nueva plaza en formación desde el año de 1861, que sería conocido como el mercado de la Merced. El mercado de la Merced pudiera ejemplificar la transformación de la plaza mercado al mercado público como actualmente se conoce

Siete meses después seguirían los fruteros y verduleros, como una acción para solucionar la problemática en la plaza-mercado, que implicaba el comercio en la calle.

Esta decisión se realizó con la intención de tener un centro de abasto fuera del centro de la Ciudad de México; sin embargo, los comerciantes regresaban al mercado del Volador, es decir, al centro de la ciudad (Méndez Alemán: 1997, 3).

A su caída del imperio de Maximiliano I de Habsburgo en 1867, los liberales ascendieron al poder político y hasta su muerte en 1872, Benito Juárez ocupó la presidencia de la república.

Respecto a los acontecimientos comerciales en torno a la plaza-mercado, en 1870 el Mercado el Volador dejó de funcionar a causa de un incendio ocurrido el 17 de marzo, con lo que se aceleró la salida de los comerciantes, terminando su traslado en 1886 al Mercado de la Merced, ubicando a todos los comerciantes, locatarios y callejeros (Valenzuela Cervantes: 1993, 15); diez años después se amplió y remodeló con el propósito de dar cabida a los puestos ambulantes que crecían a su alrededor (Méndez Alemán: 1997, 3).

Los cambios en la vida política del país continuaron; para 1876 estalló el pronunciamiento contra el gobierno liberal de Sebastián Lerdo de Tejada, del cual salió como presidente Porfirio Díaz el 5 de mayo de 1877. Durante el gobierno de Porfirio Díaz se estabilizó relativamente la estructura política del país y por ende de la estructura administrativa comercial de la Ciudad de México.

Para 1890, de manera paralela a la puesta en vigor del Código de Comercio, se creó un Reglamento para las actividades comerciales fuera de la plaza-mercado; ya que el código comercial no contemplaba a las actividades comerciales mencionadas (Huerta Miguel Ángel: 1997).

1.3.1 El corredor comercial.

El comercio itinerante en la calle y en la plaza-mercado en conjunto con el comercio adyacente a la plaza-mercado dieron lugar a una breve, pero decisiva forma de mercado, en la historia del comercio ambulante: el corredor comercial.

La Nueva España tuvo una duración política de aproximadamente tres siglos, de 1521 a 1821. En 1810 se inició el proceso revolucionario que culminó con el surgimiento del México libre y soberano mediante la firma del Acta de Independencia del Imperio Mexicano, declaración hecha el 28 de septiembre de 1821.

A partir de 1821, México experimentó una rápida sucesión de cambios en el ámbito político, dos imperios, una dictadura, gobiernos conservadores, y una serie de gobiernos liberales.

Para 1877 Porfirio Díaz llega a la Presidencia de la República; y en 1910, mediante otro proceso revolucionario la deja; en este lapso se consolidó una estructura económica, política y social.

En este marco de continuos cambios políticos y sociales; paulatinamente, se fueron implantando, de manera progresiva y generalizada, otras modalidades de ejercicio comercial.

Como la práctica del comercio en locales, el surgimiento de las tiendas departamentales y los grandes almacenes; pero una parte de la población en la Ciudad de México, principalmente la población nativa y la mestiza, siguió comerciando sus productos en concentraciones de vendedores, en calles y lugares públicos aledaños a la plaza-mercado (ACCCM: 1997, 5).

Entrado el siglo XIX, análogamente a lo ocurrido en los siglos XI y XVII, en donde la plaza Mayor fue el lugar de comercio por excelencia, el mercado de la Merced y su barrio terminaron por convertirse en la Central de Abastos de la Ciudad de México.

Debido a que se incrementaba continuamente el número de vendedores en el mercado de la Merced, entre ellos los callejeros, se tiene que dentro del mercado existían 370 puestos oficiales y afuera, en las calles, más de 400; ninguna obra de mejoramiento podía ya resolver el problema.

En vista de ello **las autoridades acordaron crear un corredor comercial**, de la plaza de la Merced a la de Juan José Baz, antigua de la Aguilita, por las calles de Manzanera y Talavera, así se formaba un corredor cerrado con tráfico local (Valenzuela, Cervantes; Josefina: 1993, 16).

Este acontecimiento, muestra como se disociará el vendedor adyacente a la plaza-mercado, y de manera gradual y progresiva invadirá las calles y lugares de uso público, estructurando la configuración actual que presenta el vendedor ambulante.

I.4. El Mercado público

El mercado público mostrará dos vertientes: el comercio realizado en su perímetro acompañado por el realizado en las calles, y simultáneamente el ejercicio comercial en espacios de uso público diferentes a los mercados; las principales medidas para administrar este tipo de comercio son la reglamentación y la construcción de mercados.

Entrado el siglo XX se vivía una relativa calma política, la Ciudad de México había crecido, en parte a la centralización de la vida política y al desarrollo económico que experimentó el país; sobretodo por su incorporación a la economía internacional mediante la exportación agrícola y minera; y a un esquema de sustitución de importaciones.

La Ciudad de México se convirtió en el principal centro de intercambio y consumo; aunado a la modernización del transporte y al establecimiento de industrias en su periferia.

La estabilidad política terminó en 1910, fecha de inicio de la Revolución Mexicana con la proclamación del Plan de San Luis por Francisco I. Madero. Para 1911 Porfirio Díaz abandona el territorio nacional y Madero es declarado presidente del país, pero es asesinado junto con otros de sus colaboradores, escena que se conoce como la *"décena trágica"*.

El general Victoriano Huerta toma la presidencia de la república; entonces el 19 de febrero de 1913; Venustiano Carranza, gobernador de Coahuila, desconoció el gobierno encabezado por Huerta; iniciándose nuevamente la lucha revolucionaria.

Dentro de este proceso el 14 de septiembre de 1916 se lanzó la convocatoria para reunir un nuevo Congreso Constituyente; instalado el 1o de diciembre de 1916 y terminó el 31 de enero de 1917. Resultando promulgada, el 5 de febrero de 1917, la Constitución Política de los Estados Mexicanos, que actualmente rige la vida política del país.

Con el ascenso de Álvaro Obregón a la presidencia del país, empezó el retorno a su cause de las actividades políticas, económicas y sociales. Durante 1923 a 1925, en la Ciudad de México se aceleró el empleo de los medios de comunicación motorizada. Esto facilitó la transformación del centro de la ciudad

en un área de abastecimiento comercial; además, nuevas colonias iban surgiendo, creándose centros de comercio; el comercio de bienes básicos se concentró en las plazas y en espacios abiertos.

Respecto al comercio asociado a la plaza-mercado y al corredor comercial, se fue incrementando, desbordando los límites espaciales que tenía asociados. Aunque se tomaron medidas administrativas para conducir su desarrollo comercial, como el Reglamento de Mercados.

Este experimentó cambios que disociarían el comercio adyacente a la plaza-mercado y tomaría dos vertientes; por un lado, se tendrá ahora a los mercados de productos básicos; y por otro lado, una alta dinámica del comercio ejercido ya no solo en los alrededores del mercado público, sino también el inicio de su esporádica presencia en parques y calles, y otros lugares de uso público, es en éste periodo que se inicia la conformación del actual comercio callejero.

Los cambios, de la plaza-mercado y el corredor comercial al mercado de productos básicos, y la paulatina disociación del comercio en sus alrededores, cobraron forma en el periodo del desarrollo estabilizador.

Para el siglo XX, la estructura comercial en la Ciudad de México se había diversificado ampliamente, desde tiendas departamentales hasta plazas-mercados. Sin embargo, los componentes asociados el comercio adyacente a la plaza-mercado y en las calles, tendrían otras transformaciones que darían la conformación actual al comercio ambulante.

Como se mencionó en los apartados precedentes; algunas de las soluciones empleadas para la problemática de los comerciantes que desbordaban la plaza-mercado, fue la construcción de nuevas plazas; posteriormente, la conformación de un corredor comercial, que terminó por crear todo un barrio, la Merced, en un

mercado. Sin embargo, debido en parte a la situación política que vivía el país, la conformación de la estructura comercial y administrativa asociada a la plaza-mercado en la Ciudad de México experimentó otra transformación más.

Primero, el cambio de plaza-mercado a lo que actualmente se conoce como mercado público de productos básicos.

Segundo, la paulatina disociación de los vendedores ubicados en las zonas adyacentes al mercado público de su lugar de operación comercial; y la asociación, de manera conjunta con el vendedor itinerante, a espacios de uso público distintos de los destinados al ejercicio del comercio, como la calle y los parques; este último proceso, la base de la formación del comercio en las calles y lugares públicos en la Ciudad de México, es lo que se denomina actualmente comercio ambulante.

Después, de haberse establecido el corredor comercial en la zona de la Merced, el comercio en las calles siguió creciendo; una gran cantidad de puestos callejeros desbordó sus límites comenzando a invadir las calles aledañas a la zona, formándose varias extensiones de la plaza a lo largo del barrio.

La situación prevaleció hasta 1957; cuando Departamento del Distrito Federal retorna a la idea del corredor comercial; ordenando la apertura de la calle de Anillo de Circunvalación y la construcción del Nuevo Mercado de la Merced, popularmente conocido como el de las Naves (Valenzuela, Cervantes: 1993, 16)

Pero la solución fue transitoria y el fenómeno volvió a presentarse nuevamente, empezando a proliferar los comerciantes en las cercanías de los mercados, institucionalmente de manera desorganizada, y con ello los problemas de saturación de comerciantes en los corredores comerciales.

En este contexto surgió la transformación de la plaza-mercado al mercado público; con el Reglamento de Mercados del Distrito Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 1 de junio de 1953. En el cual se considera mercado público a

"el lugar o local, sea o no propiedad del Departamento del Distrito Federal, donde concurra una diversidad de comerciantes y consumidores en libre competencia, cuya oferta y demanda se refieren principalmente a artículos de primera necesidad" (RM:1951, Art. 3).

Posteriormente, se inició un amplio programa de construcción de mercados que abarcó los períodos presidenciales de Adolfo López Mateos y Gustavo Díaz Ordaz.

Durante la regencia de Ernesto P. Uruchurtu, en la década de los años cincuenta y sesentas, edificándose aproximadamente 265 mercados, absorbiendo a los vendedores de la calle y aliviando el número de comerciantes establecidos en los mercados; la construcción de éste conjunto de mercados, ubicados en parte en la zona comercial de la merced, consolidando su transformación en un barrio de mercaderes, abarcando 53 manzanas de ésta zona. (Méndez Alemán: 1997) y (Huerta Miguel Ángel: 1997).

Otro mercado público que ejemplifica la formación de mercados públicos, es el de San Felipe de Jesús, que inició en el año de 1963 con la instalación de 50 comerciantes de fierro viejo y herramientas usadas. Con el paso del tiempo el tianguis se expandió, lo que determinó la necesidad de construir un mercado *ex profeso*.

Así el 25 de julio de 1968 se inauguró una Nave para concentrar a los oferentes, situación que resolvió parcialmente el problema de momento; pero debido a que no fue reubicada la totalidad de los vendedores del tianguis el comercio en este lugar, resultó ser un detonante para que se ocuparan cada vez más áreas aledañas al mercado (Méndez Alemán: 1997, 5).

Actualmente el tianguis de San Felipe de Jesús es considerado como el mayor en su tipo en el ámbito mundial. Compuesto por 17 083 puestos que ocupan 9 716 metros lineales de calles, avenidas, remanentes y explanadas en un área total de 87 444 metros cuadrados, que lo ha convertido en un punto de referencia de la región oriente de la zona metropolitana de la ciudad de México.

Otro esquema suplementario del abasto popular que intentó resolver el abasto de la población en materia de alimentos básicos lo constituyen los mercados sobre ruedas, que fueron creados por un acuerdo presidencial en el año de 1969.²²

Regulados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial para mantener un orden en cuanto a la ubicación, tamaño de puestos, giros que manejan, utilización de básculas y medidas mínimas de higiene.

Así tenemos que en la ciudad de México existen, edemas de 318 mercados públicos con 7 5,000 comerciantes formales, 220 concentraciones que agrupan aproximadamente 20,000 oferentes. (Méndez Alemán: 1997, 4).

I.4.1. El comercio en los lugares de uso público distintos del mercado público

Por los años sesenta del siglo XX se hizo más visible el comportamiento comercial autónomo que estaba adquiriendo el comercio realizado en el perímetro de los mercados públicos; asimismo, el comercio itinerante se empezó a incrementar en los lugares de uso público, donde la concurrencia de personas no respondía necesariamente a la compra de bienes y servicios²³, en los cuales fueron apareciendo paulatinamente vendedores ofreciendo bienes y servicios, con la modalidad, respecto a su estructura expendedora, de ser itinerantes,

²² (Méndez Alemán: 1997, 4)

²³ Como en el caso de los andenes del Sistema de Transporte Colectivo (METRO) (FCCODF: 1997, 4)

semifijos a un lugar, y fijos a las banquetas, conformando lo que actualmente de manera empírica se denomina comercio ambulante.

Esta disociación del comercio practicando en los alrededores de los mercados públicos, en algunos casos no se desligó del todo, y a la par que crecía el mercado público se incrementaba el comercio realizado en torno a su perímetro, como es el caso del mercado de San Felipe de Jesús. Asimismo, el comercio itinerante se incrementó en lugares de circulación pública, peatonal y vehicular, parques y en algunos casos en los sistemas de transporte ciudadanos.

Además, un hecho adicional potenciara este hecho económico, en 1953 en el periodo sexenal del presidente Adolfo Ruiz Cortines, se otorgó permisos para vender en las aceras de las calles a un grupo de ciegos.²⁴

I.4.2. Sobre la regulación comercial en los lugares de uso público distintos del mercado público

En México, en el transcurso de la primera mitad del siglo XX, se tuvo la primera revolución social del mundo, el 20 de noviembre de 1910; que cambió su quehacer económico, político y social.

Para el 5 de febrero de 1917, se proclamó la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que actualmente rige el desarrollo de la vida social del país, de ella emanan las diversas leyes y reglamentos que han regulado las actividades sociales, políticas y económicas; en el caso de la Ciudad de México, se delimitó su ámbito territorial y se definió que el presidente de la república gobernara a través de un regente a la ciudad.

²⁴ (ACCCM: 1997)

Respecto al comercio que se realizaba, de manera adyacente a la plaza mercado, y en calles y mercados de forma itinerante; las medidas que se tomaron fueron administrativas y regulatorias. Administrativas, por que se determinó seguir la construcción de mercados y reubicar parte de la población que ejercía este tipo de comercio. Regulatorias, debido a que se emitieron reglamentos que normaban este tipo de actividades comerciales de manera explicita.

Sin embargo, el problema ya no se limitaba a la esfera comercial; tenía aparejados nuevos fenómenos que no eran estrictamente comerciales, como la obstrucción de la circulación tanto de peatones como de vehículos.

Ante esta problemática el Reglamento emitido 1890, que normaba algunas de las actividades comerciales no contempladas en el Código de Comercio, requería adecuaciones, por lo que en 1931 se expidió un nuevo reglamento, y en 1951 tomó su forma actual.

En este último Reglamento de mercados, se menciona explícitamente qué es un vendedor ambulante, el tipo de actividad comercial ejercida por este sujeto comercial, así como los días de celebración de tianguis de cada mercado publico; asimismo, se señaló la necesidad de tener un control de ellos empadronándolos, y determinado los lugares en los cuales se prohibió la instalación de puestos expendedores de mercancías, como los camellones de las vías públicas, prados y parques públicos.

También contempló un punto clave en el desarrollo comercial de lo que conocemos como comercio ambulante; la posibilidad que tenían los comerciantes de para asociarse en sociedades civiles con reconocimiento de las autoridades.

El Reglamento de Mercados consideró la contribución de estos sujetos comerciales para financiar las actividades del sector publico; señalando de

manera expresa que el pago por derecho de uso de los lugares donde realizaban comercio no implicaba derechos sobre los espacios utilizados. Para 1967, se expidió el primer acuerdo que prohibía ejercer el comercio en las calles del perímetro "A" del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Respecto a la construcción de la infraestructura comercial, de la misma forma que proliferó de manera recurrente los vendedores en las calles, dio lugar a la construcción de la mayoría de los mercados públicos existentes hasta la fecha; así se tiene que entre los años de 1955 y 1958, durante la regencia de Ernesto P. Uruchurtu se edificaron cerca de 60 mercados, entre ellos el de Sonora y las Naves, que absorbieron el incontrolable número de ambulantes que habían crecido en la zona de la Merced.

II. El comercio ambulante en la Ciudad de México - un punto de vista-

Como se mostró en el capítulo anterior, al disociarse el vendedor ubicado en los espacios adyacentes al mercado público de su lugar de operación comercial, o puesto; y al asociarse, de manera conjunta con el vendedor itinerante, a espacios de uso público distintos de los destinados al ejercicio del comercio, adquirieron una dinámica económica y social propia.

En este momento la historia y la teoría del comercio ambulante en la Ciudad de México confluyen en la construcción conceptual de uno de los enfoques para analizarlo: el sector informal.

Así en la década de 1970, para fines de formulación y ejecución de política, parte del comercio ambulante realizado en calles y parques se clasificó en el conjunto de actividades económicas que abarca la economía informal; en 1992 para fines de administración comercial, éste subconjunto del comercio ambulante se delimitó a un más, denominándose comercio en vía pública.

Considerando los elementos mencionados este capítulo tiene como propósito articular el estudio del desarrollo histórico del comercio ambulante con su estructuración y modalidades particulares que adquiere actualmente en la Ciudad de México, estableciendo la correspondencia entre su práctica y los aspectos normativos que le permiten operar.

Mediante la descripción teórica del vendedor ambulante, el bien a comerciar, la transacción, el comprador, así como su integración en los mercados en vía pública y sus aspectos jurídicos vigentes, ésta asociación es el punto básico para formular un marco de referencia para diseñar e implementar un modelo econométrico dirigido al comercio ambulante; ya que también, permite organizar la información cuantitativa y cualitativa, como se verá en el capítulo siguiente.

El capítulo inicia con un recuento de la evolución de la conceptualización de sector informal y de los principales puntos de contacto con la historia del comercio ambulante en la Ciudad de México.

La historia del sector informal se inicia en 1960, después de dos décadas de alto crecimiento económico, cuando se observó que ciertos grupos de trabajadores no habían alcanzado los beneficios del crecimiento económico, por lo cual se inició la búsqueda de los instrumentos de política adecuados para la corrección de esta situación.

Entre las acciones realizadas, en los programas de la Organización Internacional del Trabajo, se delimitó un conjunto de actividades económicas heterogéneas que describían un campo de formulación de política dirigida al mercado de trabajo, a este conjunto de actividades se llamó sector informal.

Debido a que los objetivos de política cambiaban de acuerdo al país sujeto a los programas de la Organización Internacional del Trabajo y al grupo de trabajadores al que se dirigían, el término sector informal se conceptualizaba de diferente manera; evolucionando, desde considerar al trabajador como la unidad de referencia, pasando por la manera en que se opera en las actividades informales, hasta la utilización de la unidad económica de producción.

México al ser miembro de la Organización internacional del Trabajo participó en este tipo de programas. En este contexto, para fines de formulación y ejecución de política, el comercio ambulante se clasificó en el conjunto de actividades económicas informales por presentar rasgos dinámicos propios.

Mientras que la conceptualización y medición del sector informal avanzaba; el comercio ambulante en la ciudad de México sujeto a política económica pasó a designarse comercio informal, que después tendría una transformación para

precisar el alcance de las políticas encaminadas a esta actividad, y a partir de 1992 se le denominó comercio en vía pública.

Al incluir el comercio ambulante en el conjunto de actividades económicas informales, la forma de administrar su desarrollo comercial en la Ciudad de México cambió de acuerdo a como se fue construyendo el esquema conceptual y metodológico del término sector informal. El cambio, en el ámbito y modo de aplicación de las políticas al comercio informal en la Ciudad de México, muestra dos fenómenos de la economía social, el enfoque no sólo comercial en la solución de esta problemática, sino también social y político.

II.1. El comercio ambulante y el sector informal.

En los años de 1960, después de dos décadas de rápido crecimiento económico en varios países, se evidenció que los beneficios del proceso de desarrollo económico no alcanzaban a toda la estructura productiva; este fenómeno fue más visible en el mercado de trabajo.¹

El mercado laboral mostraba que la oferta rebasaba a la demanda y; por tanto, ante la necesidad de obtener ingresos, los trabajadores realizaban actividades productivas que se caracterizaban por su facilidad de operación; esto es, operaban con bajos volúmenes de inversión, procesos productivos rudimentarios, débil distinción entre capital y trabajo como factores productivos, relaciones laborales inestables, poca o nula supervisión oficial y cumplimiento parcial de la reglamentación fiscal y administrativa en vigor (OIT: 1993).

El fenómeno laboral descrito se consideró un acontecimiento de carácter transitorio que el propio crecimiento económico debería corregir. Sin embargo, aún cuando se alcanzaban altas tasas de crecimiento económico; la economía real empezaba a mostrar limitaciones para absorber este exceso de mano de obra, perfilándose con ello la persistencia de estas condiciones de trabajo (STPS: 1984, 281-284).

Se inició una serie de investigaciones para explicar la naturaleza de este fenómeno económico, y los mecanismos de política a seguir para corregirlo. Entre

¹ Una de las características que presentó el crecimiento económico fue su correspondencia con ciertas zonas urbanas; y que fue sostenido, primordialmente, por los sectores productivos modernos, cuya expresión más visible la constituían las empresas con tecnología moderna. Esto motivó un proceso migratorio, de una parte de la población rural a las zonas urbanas que experimentaban mejoría económica, en busca de mejorar sus condiciones de vida y trabajo que, aunado al crecimiento demográfico natural de las ciudades, conformó una oferta laboral, con niveles de calificación muy diferenciados, mayor a la demanda laboral. Esto fue debido a que la mayor parte de las empresas que estaban creciendo importaban tecnología, tanto en bienes de capital como en técnicas productivas, que incidió en rendimientos menores en función de creación de empleos, por que al tener mayor valor agregado los bienes de capital y al organizarse mejor el proceso productivo, se desplazó parte de la fuerza de trabajo de la esfera productiva y se generó una demanda de trabajo que requería de mayor calificación formal y jerárquica. (Tokman: 1987)

estas primeras se encontraba la del antropólogo británico Keith Hart,² quien al parecer usó por primera vez el término de sector informal, como una forma de organizar su trabajo de campo con los habitantes urbanos pobres en Ghana (Peattie, Lisa: 1995), en donde asoció el empleo asalariado a lo **formal** y el empleo por cuenta propia a lo **informal**.

En la década de los setenta, a raíz de la publicación de un informe sobre el fenómeno laboral en Kenia,³ la Organización Internacional del Trabajo (OIT) retomó el término de **sector informal**, y así éste surgió formalmente; después, lo difundió y utilizó en sus diversos programas y misiones (Lubell, Harold: 1991), como el Programa para el Empleo en América Latina y el Caribe (PREALC) (Raczynski, Dagmar: 1977).

En México en el marco de los programas llevados a cabo por la OIT, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), realizó la primera medición sobre el sector informal (STPS: 1975), con el objetivo de contar con información para la formulación de política económica encaminada al mejoramiento de las condiciones de trabajo de ciertos grupos poblacionales objetivo.

Como no había fuentes diseñadas *ex profeso* para cuantificar a la población ocupada en el sector informal, este universo poblacional se determinó a partir del reprocesamiento de la información estadística del Censo de Población de 1970; como se buscaba mejorar las condiciones de trabajo de los trabajadores informales, los principales criterios para identificarlos en el mercado laboral fueron el nivel de ingreso y las actividades y categorías ocupacionales.

En ambos casos se obtenían medidas representativas en el ámbito nacional, una máxima y otra mínima, respectivamente. Para la generación de información

² Hart, K. "Informal Income Opportunities and Urban Goberment in Ghana", en *Journal of Modern African Studies*, vol. II, 1973. citado en (Peattie, Lisa: 1995)

³ International Labour Office. *Employment, Incomes and Equality: a Strategy for increasing Productive Employment in Kenya*. (Geneve: International Labour Office, 1972).

específica por rama de actividad económica, sólo se utilizó el criterio de ingreso, proporcionándose datos estadísticos para las áreas metropolitanas de la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

La medida máxima generada representaba el 25.2% de la población económicamente activa;⁴ en tanto que la medida mínima representó el 16.6% de la población que se encontraba en el mercado de trabajo.⁵

En cambio para el Área Metropolitana de la Ciudad de México la magnitud del sector informal estaba comprendida en un intervalo del 24.0% en el criterio máximo y de 26.4% en el mínimo (STPS: 1975, 32). Mientras que el 46.4% de la población de 12 años y más se ubicaba en el mercado laboral.⁶

En este contexto, para fines de formulación y ejecución de política, **una parte del comercio ambulante** se clasificó en este el conjunto de actividades económicas informales por presentar rasgos dinámicos propios; generándose información para una parte de los vendedores ambulantes que cumplieran con el criterio señalado.

La distribución de la población ocupada informalmente en el Área Metropolitana de la Ciudad de México presentaba una alta concentración en el sector servicios, 42.9%, seguida por la industria de la transformación con el 20.9%, y el tercer lugar el comercio con el 15.6% (STPS: 1975, 33).

El incluir, desde mediados de la década de los años setenta hasta la actualidad al comercio ambulante en el conjunto de actividades económicas informales, influyó en la forma de administrar su desarrollo comercial en la Ciudad de México; de acuerdo como se fue construyendo el esquema conceptual y metodológico del

⁴ La PEA para 1970 era de 12 909 540 personas

⁵ IX Censo General de Población. México, Dirección General de Estadística, 1972.

⁶ Ciudad de México (área metropolitana). Perfil sociodemográfico. IX Censo General de Población y vivienda 1990. INEGI, pág. 53

término sector informal, fueron las medidas de política recomendadas o implementadas⁷ al comercio ambulante.

Después de la primera medición realizada de las actividades informales en México, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, realizó una serie de investigaciones teóricas encaminadas a la generación de información estadística del sector (STPS: 1976; 1977); (Tangelson: 1978) cristalizando en la realización de la primera encuesta dirigida al sector informal; levantada por la Secretaría de Programación y Presupuesto en colaboración con la Secretaría del Trabajo y la Organización Internacional del Trabajo en 1979, denominada Encuesta Complementaria a la Encuesta Continua Sobre Ocupación.

Para fines de planeación económica en 1984 se dio una definición teórica sobre el sector informal (STPS: 1984). Después de este estudio, institucionalmente no se realizaron trabajos de medición del sector informal hasta 1990; cuando el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (INEGI: 1990a), usando como base al Sistema de Cuentas Nacionales de México, año base 1980, midió su contribución a la economía nacional, reportando un porcentaje del 10.4% al Producto Interno Bruto.

Posteriormente, entre diciembre de 1987 y enero de 1988, el INEGI realizó una encuesta piloto en la ciudad de México para evaluar los conceptos teóricos sobre el sector informal. Los resultados proporcionaron elementos para levantar la Encuesta Nacional de Economía Informal (ENEI) (INEGI: 1990b), cuyo objetivo fue alcanzar una primera caracterización integral del fenómeno de la economía informal en México, en el sentido de contemplar a la unidad de producción como unidad de medida.

⁷ Debido a que parte de la política encaminada al sector informal, y por ende al comercio informal, se dio en el esquema de los planes y programas desarrollados por la OIT y el gobierno mexicano, se resume la experiencia mexicana.

Para 1993 Clara Jusidman (Jusidman: 1993) realizó un trabajo de recopilación de las principales mediciones realizadas sobre el sector informal en México, y la descripción de los principales resultados de la Encuesta Nacional de Economía Informal. Además, mostró un perfil de las personas ocupadas informalmente utilizando para ello la Encuesta Nacional de Empleo de 1988. La actualización del estudio (Jusidman: 1995) fue utilizando las encuestas de empleo de 1991 y 1993.

En un estudio realizado por Jusidman y Eternod (Jusidman, Clara; Marcela Eternod: 1994) usando información del censo de 1990; reclasificaron la población ocupada en formal, informal y agropecuaria. Bryan Roberts (Roberts: 1989) utilizó, del censo de 1980, a las categorías ocupacionales de los trabajadores por cuenta propia, los trabajadores familiares y los servidores domésticos, sin seguridad social y ausencia de contratos de trabajo, en una estimación del tamaño del sector informal en la ciudad de Guadalajara.

Para 1992, considerando la experiencia del levantamiento de la Encuesta Nacional de Economía Informal, a través de una estrategia de levantamiento mixta, en hogares y establecimientos; el INEGI levantó la Encuesta Nacional de Micronegocios 1992. Partiendo de una muestra de la Encuesta Nacional de Empleo Urbano de los trabajadores por su cuenta, patrones, y empleados en pequeñas unidades económicas.

En resumen, la conceptualización del sector informal evolucionó, nacional e internacionalmente, desde considerar al trabajador y a sus atributos laborales como el ingreso percibido o la ocupación ejercida, como la unidad de referencia,⁸ hasta la utilización de la unidad económica de producción (OIT: 1993), pasando por el modo de producción, es decir, la manera en que se opera en las actividades informales (Tokman: 1987).

⁸ Para observar esta parte de la evolución conceptual, a nivel mundial ver (Lubell, Harold: 1991), en el caso de América Latina a (Raczynski, Dagmar: 1977) y en el caso de México a (Jusidman, Clara: 1993)

Los criterios metodológicos establecidos en el ámbito internacional fueron los de la XV Conferencia Internacional de Estadígrafos del Trabajo de la OIT en 1993 (OIT: 1993). En el plano nacional cristalizaron en el levantamiento de la Encuesta Nacional de Micronegocios en 1992. Que si bien no mide directamente al sector informal, los elementos para su medición se encuentran presentes para calcular su magnitud.

II.1.1. El comercio informal

Mientras la conceptualización y medición del sector informal avanzaba; en México el término **comercio informal**, utilizado en 1970, tendría una transformación para precisar el alcance de las políticas encaminadas a esta actividad.

Enfocándose primordialmente a las actividades comerciales parcialmente reglamentadas realizadas en espacios de uso público distintos de los mercados públicos, como calles y parques, núcleo básico del comercio ambulante.

Este cambio, en el ámbito y modo de aplicación de las políticas al comercio informal, muestra dos fenómenos, el enfoque no sólo económico en la solución de esta problemática, sino también social y político; y la necesidad de administrar el crecimiento de la ocupación de vendedor ambulante.

En la Ciudad de México esto fue debido al auge inusitado que tuvo el comercio ambulante al inició de la llamada crisis de la deuda en 1982. Dado que al contraerse los niveles de la actividad productiva, el empleo no fue suficiente para cubrir la oferta laboral creciente, aunado a los bajos niveles salariales, que no alcanzaban a cubrir las necesidades básicas de los hogares.

Presentándose la actividad comercial ambulante en la Ciudad de México como una alternativa ocupacional para la generación de empleo e ingreso, por sus

facilidades de operación, como inversión mínima, básicamente para compra de mercancía, discrecionalidad jurídica de las autoridades y un manejo político favorable.

Para 1992, en la Ciudad de México, se tomó la parte mas dinámica de este fenómeno, a través del **Programa de Mejoramiento del Comercio Popular (PMCP)**, y se le denominó comercio en vía publica.

Para 1994, se inició el sexenio de un nuevo gobierno federal y con ello nuevas autoridades administrativas en el Departamento del Distrito Federal; emitiéndose para enero de 1997 el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública. Entre los objetivos básicos del programa se encontraban, ya no sólo el mejoramiento de las condiciones de trabajo de los vendedores ambulantes, sino también su tránsito a la economía formal y el control de su actividad comercial (DDF:1997).

También, iniciaba el involucramiento de gran parte de la sociedad en la problemática de la práctica comercial ambulante, con la realización del Foro Sobre el Comercio en Vía Pública del Distrito Federal (DDF-ARDF: 1997).

Sin embargo, para 1997 cambiaron las autoridades del DDF, elegidas por voto directo; la propuesta de tratamiento de política al comercio ambulante fue actuar en los mecanismos institucionales que lo fomentaron, racionalizando su desarrollo comercial y controlando la escala de las operaciones comerciales ambulantes (Cárdenas Solórzano: 1997).

Al arribar el nuevo gobierno de la Ciudad de México, en el Programa de Reordenamiento del comercio en Vía Pública (DDF: 1998), se enfatizó a la ausencia de una política de desarrollo integral de crecimiento de la ciudad, así como la falta de planeación en el uso de los espacios públicos asignados a la satisfacción de las necesidades sociales, aunado a las necesidades de la

población y a la falta de una adecuación y aplicación de la reglamentación comercial, como factores catalizadores del incremento de la actividad comercial ambulante.

Entre las líneas de acción establecidas para el comercio ambulante estaba la regulación de una parte del comercio en vía pública para mejorar el entorno urbano de la Ciudad de México y ofrecer alternativas de tránsito a la economía formal.

II.1.2. Sobre la administración del comercio informal

Al incluirse el comercio ambulante en el conjunto de actividades informales cambió la manera de concebir las medidas encaminadas a solucionar su problemática; como se mostró, anteriormente se fundamentaban en la construcción de infraestructura comercial, esto es de mercados, y en la emisión de normas para regular esta actividad.

A partir de ese momento, además de la construcción de centros comerciales para el reacomodo de vendedores ambulantes, se buscó incidir en otros aspectos de esta actividad.

Teóricamente se le trataba de una manera más amplia, cubriendo tanto la oferta, el vendedor, como la demanda, el comprador. Muestra de ello es la definición, de actividad comercial informal en los setenta, conformada por:

"los vendedores y compradores ambulantes de todo tipo de mercancías; los vendedores establecidos en pequeños negocios en mercados o no; y los elaboradores y preparadores de alimento, tanto establecidos en pequeños negocios como ambulantes" (STPS. 1975, 52).

El diagnóstico realizado y las recomendaciones de política emitidas, muestran el cambio de planteamiento en la solución de la problemática. En el primer punto; los problemas derivados de las economías de escala afectaban las operaciones

comerciales informales, debido a que propiciaban el encarecimiento de los productos en los mercados que atendían:

"costos elevados en las franjas residuales del mercado que cubren los sectores informales." (STPS: 1975, 52).

Por lo cual parte de las recomendaciones propuestas incluían:

"la constitución de algunos almacenes o tiendas de abastecimiento y de financiamiento que eviten la intermediación y el agio que impera en las pequeñas escalas y atomizadas de ese mercado," y "la ampliación del mercado para los vendedores " (STPS. 1975, 52).

Considerando que la instrumentación de la medida de política no debía de ser

"coactiva sino de regulación, que promueva la ampliación del mercado sin provocar una proliferación incontrolada de esta actividad" (STPS 1975, 53). Se mencionaba para ello dos mecanismos principales: "limitación a la comercialización de algunos productos por parte del sector formal y ampliación del área geográfica de actuación por medio de la construcción planificada de una adecuada infraestructura" (STPS: 1975, 53)

La construcción planificada de infraestructura comercial adecuada a las características operacionales de los vendedores ambulantes fue uno de los puntos propuestos por la experiencia mexicana a la solución de la problemática del comercio ambulante.

Después, fue retomada en otras partes, ejemplo de esto es el estudio piloto llevado a cabo en Santiago, la capital de Chile (Contreras Victoria: 1988), enfocado, básicamente, a la reubicación de los comerciantes ambulantes en zonas destinadas *ex profeso* con una alta circulación peatonal.

Además, entre las medidas implementadas por las autoridades administrativas de la Ciudad de México dirigidas al comercio ambulante se encontraba la emisión del acuerdo que regula el funcionamiento de los mercados sobre ruedas, en 1978.

El Programa de Mejoramiento del Comercio Popular (PMCP) dado a conocer en 1992, agrupó en dos líneas de acción las medidas instrumentadas a la actividad comercial ambulante:

- a) La recopilación de información básica sobre el comercio ambulante en el lugar donde se ejerce, la calle;

b) En función de los datos obtenidos, se dialogó y concertó con los representantes de las diversas organizaciones de vendedores ambulantes su entrada al PMCP.

Paralelo a esto, se ubicó lugares para la construcción de las plazas comerciales y el establecimiento de mecanismos para financiar su construcción.

Para diciembre de 1993 terminó una primera etapa del PMCP, y a partir de 1994 debía de iniciar la siguiente; sin embargo, para ese año ocurrió un evento político que impactó en el desarrollo de la política enfocada al comercio ambulante, las elecciones federales para Presidente, Diputados y Senadores de la República.

El cambio presidencial implicó el cambio en las autoridades administrativas del Departamento del Distrito Federal, y con ello la incorporación de una nueva perspectiva de política comercial ambulante, sin embargo, no iniciaba de cero, aunque no seguía directamente la inercia que poseía el PMCP.

Con el cambio de administración del DDF, la problemática del comercio ambulante en 1995, se enmarcó en tres líneas generales de acción: por una ciudad competitiva, fortalecer el Ahorro y fomentar la inversión e impulsar el cambio estructural en un proceso de crecimiento económico; buscando abatir el desempleo, mejorar la calidad del empleo y elevar la calidad de vida de los habitantes de la Ciudad de México (PEF: 1995).

Emitiéndose en 1997, el Programa de Reordenamiento **del Comercio en Vía Pública (PRCVP)**(DDF: 1997) con el objetivo primordial de "*sentar las bases para propiciar el tránsito de este grupo a la economía formal*" (DDF: 1997, 13). Contemplando cinco objetivos complementarios: erradicar la actividad comercial ambulante de los espacios prohibidos por la ley, controlar su crecimiento anárquico y aparición de nuevos puntos, eliminar o disminuir las afectaciones de esta actividad comercial, acelerar la reubicación de vendedores informales a espacios formales, y hacer autosuficiente al PRCVP.

Las medidas para facilitar los objetivos del PRCVP fueron: destinar determinadas zonas al ejercicio temporal del comercio en vía pública; previo levantamiento de patrones de vendedores ambulantes; reanudar el cobro de uso de la vía pública, suspendido temporalmente en 1994; utilizar los recursos obtenidos para sufragar el costo del ordenamiento comercial; y finalmente, el cumplimiento estricto de la reglamentación vigente en la materia. Asimismo, se establecía un programa de seguimiento para corregir desviaciones del PRCVP.

El ámbito de aplicación para 1997 fue de 45 000 vendedores ambulantes distribuidos en 125 concentraciones ubicadas en las estaciones del Metro con 5 700 vendedores, 121 alrededores de hospitales que abarcaban a 1,300 comerciantes, y 236 puntos en las delegaciones que comprendían a 38 000 ambulantes

Posterior, a la emisión del PRCVP, se convocó a la población en general a un Foro Sobre el Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal con el objetivo de

"promover una participación amplia y plural de todos los sectores vinculados al comercio en la vía pública y la sociedad en general, para plantear alternativas viables y propuestas de solución que permitan regular y reordenar el comercio en vía pública en el corto y mediano plazo" (DDF-ARDF: 1997).

Sin embargo, en 1997 otro acontecimiento político incidió en la política dirigida al comercio en vía pública, se eligió por primera vez Jefe de Gobierno del Departamento del Distrito Federal; situación que implicaba cambios en la formulación de la política dirigida a la actividad comercial ambulante.

El planteamiento inicial del partido político ganador de las elecciones, en materia de comercio ambulante, fue:

"Eliminar toda relación corporativa con organizaciones de ambulantes y sus dirigentes, combatir la afiliación forzosa de sus miembros a partidos políticos, impulsar la democratización de las organizaciones y concertar en igualdad de condiciones con las que sean representativas" (Cárdenas Solórzano: 1997, 5).

Respecto a los asentamientos de vendedores ambulantes en la vía pública se proponía:

"racionalizar la localización e instalación de los ambulantes, destinando recursos para ello, para mejorar el funcionamiento urbano, preservando la lógica propia de la actividad" (Cárdenas Solórzano: 1997, 5).

El programa de gobierno contemplaba la incorporación a la seguridad social de los vendedores ambulantes; así como la continuación de la construcción de mercados, plazas, y corredores comerciales, económicamente accesibles para quienes deciden reubicarse; y

"orientar la acción fiscal y de regularización de la actividad a los grandes contrabandistas, introductores, distribuidores y comerciantes intermediarios, no a los ambulantes que trabajan para subsistir" (Cárdenas Solórzano 1997, 5)

Posteriormente, en el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública (PRCVP) se diagnosticaba que la ausencia de una política de desarrollo integral de la Ciudad de México, dio como resultado la falta de planeación de los espacios públicos en función de las necesidades sociales, resultando en la conversión de las calles en mercados; es decir, puntualizaba tres elementos fundamentales en la dinámica del comercio informal, como su inclusión en la administración de la estructura comercial de la Ciudad de México, el estudio de la demanda por estos servicios, y la falta de una reglamentación adecuada, así como de su aplicación.

Respecto al universo de aplicación fue fundamentalmente dirigido al comercio que se realiza en las calles y plazas, en las modalidades de:

- a) **Vendedores instalados** en calles y plazas, en puestos fijos, en puestos semifijos, en vehículos rodantes;
- b) **Concentraciones** que se realizan en festividades populares;
- c) **Vendedores ambulantes**, que se instalan en las avenidas de alto flujo vehicular y peatonal, con vehículos rodantes sin motor o que no utilizaban estructura expendedora.

Denominándose "**trabajadores que ejercen el comercio en vía pública**" o "**comerciantes en vía pública**". De este conjunto se excluyó a los vendedores que utilizan la vía pública exclusivamente para trasladarse de un lugar a otro y no se asientan en espacios públicos para ofrecer sus mercancías.

Uno de los puntos sociales tratados en el PRCVP fueron los problemas asociados a la actividad comercial ambulante, como la saturación de vialidades, el deterioro de la imagen y el entorno urbano, el incremento de actividades ilícitas relacionadas con el comercio ambulante, o el enfoque político de la negociación discrecional con las organizaciones de ambulantes por parte de la autoridad pública.

Debido a esto el PRCVP tenía como objetivos generales, mejorar el entorno urbano y la convivencia social de la Ciudad de México, a través de una ciudad con calles y plazas no saturadas de vendedores ambulantes; ofrecer alternativas al comercio informal para su tránsito gradual a la economía formal mediante el mejoramiento y modernización de sus mecanismos de comercialización; incorporar a los vendedores en la vía pública al régimen fiscal y a la seguridad social; y la democratización de las acciones de gobierno al comercio ambulante.

En cuanto a los instrumentos de política, el PRCVP contempló la adecuación del marco jurídico mediante la revisión de: el Bando que prohíbe la instalación del comercio en vía pública en el perímetro A del centro Histórico, el Reglamento de Trabajadores no Asalariados, el Reglamento de Mercados públicos, el Código Financiero del DDF; la participación y diálogo con los actores sociales; la coordinación en las instancias de gobierno para administrar de manera más eficiente el PRCVP; y finalmente, una política de comunicación social para informar de los avances del reordenamiento comercial.

La Secretaría de Desarrollo Económico del DDF en coordinación con la Subsecretaría del Trabajo y Previsión Social fueron las encargadas de evaluar el programa para estudiar la posibilidad de crear una bolsa inmobiliaria que permitiera la construcción o adecuación de predios a plazas, mercados o bazares; el comité inmobiliario del DDF administraría, vigilaría y determinaría el destino de los recursos de la bolsa inmobiliaria. Respecto a las acciones de carácter federal,

en 1999 inició un programa de regulación fiscal dirigido a los comerciantes ambulantes.

II.2. Descripción del comercio ambulante

Con el objetivo de mostrar como se ha ido conformado el comercio ambulante en la Ciudad de México se ha recurrido a la historia; ahora mediante las descripciones del vendedor, la transacción económica, el bien sujeto a intercambio, y el comprador, se delinea como se estructura y las modalidades particulares que adquiere éste actualmente en la Ciudad de México, estableciendo la correspondencia entre su práctica y los aspectos normativos que le permiten operar.

Lo anterior tiene la finalidad de presentar los elementos básicos que permitan organizar la información cuantitativa y cualitativa sobre comercio ambulante para delimitar el ámbito y alcance conceptual y estadístico de comercio ambulante y comercio informal, esto es, la formulación de una definición conceptual y estadística de comercio ambulante como se verá en el capítulo siguiente.

Estas asociaciones son el punto básico para formular un marco de referencia para diseñar e implementar un modelo econométrico dirigido a estimar las principales relaciones económicas del comercio ambulante en la actual estructura económica de la Ciudad de México.

Como observamos en la historia del comercio ambulante los vendedores ambulantes se agruparon en itinerantes y asociados a las zonas adyacentes a los mercados, en la actualidad estas mismas modalidades están contempladas en su normatividad, pero en su práctica cotidiana adquieren diversas modalidades como la de vendedores semifijos.

Por lo cual, de acuerdo a lo anterior, las condiciones de operación económica del vendedor; el tipo de transacción que se realiza, los bienes intercambiados, el tipo de consumidor, y las relaciones que establecen con el ámbito institucional, permiten describir al actual comercio ambulante en la Ciudad de México.

II.2.1. El vendedor ambulante.

Al vendedor ambulante se le puede caracterizar de acuerdo a la forma económica de operar, el lugar donde ejerce su actividad, y la infraestructura utilizada para ejercer esta actividad; todos ello circunscrito al marco normativo vigente.

El Reglamento de Mercados de México considera al vendedor ambulante como:

Comerciantes ambulantes A, "quienes hubiesen obtenido del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, el empadronamiento necesario para ejercer el comercio en lugar indeterminado y para acudir al domicilio de los consumidores... También se consideran dentro de esta categoría a los comerciantes que por sistema utilicen vehículos"

Comerciantes ambulantes B, "las personas que ejerzan el comercio en lugar indeterminado y que no se encuentren dentro de las previsiones de la fracción anterior " (RM: 1951, Art. 3 fracción iv y v).

Para obtener el empadronamiento, o registro, ante las autoridades administrativas del Departamento del Distrito Federal para ejercer la actividad de vendedor ambulante, sólo necesita presentarse ante el Departamento de Mercados del Distrito Federal:

una solicitud elaborada en las formas aprobadas por la misma Tesorería;
comprobar ser mexicano por nacimiento;
tener capacidad jurídica (RM: 1951, Art. 27 fracción i, ii y iii) [esto es, no estar suspendido en algunos de sus derechos].

Debiéndolas de acompañar en el caso de los vendedores ambulantes A de

Constancia expedida por la Jefatura de Policía del Distrito Federal, sobre los antecedentes del solicitante.
Ficha dactiloscópica del mismo interesado expedida por la Jefatura de Policía del Distrito Federal. Art. 28, fracción iii, a y b.

Aunque, por definición el vendedor ambulante no tiene un lugar fijo asignado para instalar una estructura para expender sus productos, en esta reglamentación también se considera que el vendedor ambulante no es estrictamente itinerante, y que puede ejercer el comercio por determinadas temporadas de manera semifija a un espacio de uso público, por lo que el Reglamentos de Mercados describe a

este tipo de vendedores ambulantes y a sus estructuras expendedoras utilizadas como

Vendedores temporales quienes hubiesen obtenido del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, el empadronamiento necesario para ejercer el comercio por tiempo determinado que no exceda seis meses, en un sitio fijo y adecuado al tiempo autorizado (RM 1951Art 73).

Puestos temporales o semifijos, donde los comerciantes temporales deban ejercitar sus actividades de comercio (RM 1951Art. 3 fracción vi)

Además, se menciona el caso de los puestos semifijos instalados en las zonas de los mercados⁹:

Los límites de la zona adyacente al mercados públicos son señalados por el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal (RM: 1951, Art. 3, fracción vi) Pudiéndose instalar puestos semifijos siempre y cuando no constituyan un obstáculo para el tránsito de los peatones en las banquetas, el tránsito de los vehículos en los arroyos; la prestación y uso de los servicios públicos (RM: 1951, Art 63, fracción i. ii y iii) Se prohíbe su instalación en:
En los camellones de las vías públicas,
En los prados de vías y parques públicos (RM 1951, Art 65, fracción vii y ix).

Si el vendedor ambulante usan algún medio de tracción para ofrecer su mercancía se señala que:

Los comerciantes ambulantes A, que por sistema utilicen vehículos para el ejercicio de sus actividades, no podrán permanecer estacionados con tales vehículos en la misma calle o en la misma esquina durante más de treinta minutos (RM 1951, Art. 73)

Respecto a la infraestructura utilizada por el vendedor ambulante para expender sus productos, al emitirse el Reglamento de Mercados, el establecimiento de estructuras expendedoras semifija a lugares de uso publico distintos de los mercados públicos para ejercer el comercio semiambulante no era un fenómeno significativo.

Por lo cual esta situación se contempló de manera secundaria en el Reglamento de Mercados, mencionándose en el artículo 4 transitorio que:

"El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito federal, procederá dese luego a la revisión del funcionamiento de los puestos fijos o semifijos y de los comerciantes ambulantes. A efecto de completar y ajustar el Padrón que en los términos del título XII de la Ley de Hacienda del Departamento del Distrito Federal, se lleva en la misma dependencia." [Actualmente la ley se encuentra sustituida por el actual Código Financiero del Distrito Federal; también en la Ley de Hacienda inicialmente sólo se contemplaba el cobro de los vendedores ambulantes y no su estructura expendedora como se verá posteriormente].

También en el Artículo 9 transitorio se señalo que:

Los comerciantes en puestos fijos o semifijos, así como los ambulantes que hubiesen venido realizando sus actividades con anterioridad a la fecha de publicación de este reglamento tendrán un plazo hasta de seis meses, contados a partir de la citada fecha, para ajustarse a las disposiciones del mismo reglamento.

⁹ En el capítulo anterior se mostró como se conformó el comercio adyacente al perímetro del mercado público.

Sin embargo, al sustituirse la Ley de Hacienda del Departamento del Distrito Federal por el actual Código Financiero del Distrito Federal, se equipara la estructura expendedora del vendedor ambulante con un local comercial, clasificándose de acuerdo al tipo de puesto; en este sentido el Código Financiero del Distrito Federal para 1994 marca:

- a) puesto fijo Se considerará aquella instalación en la cual se ejerza el comercio en vías y áreas públicas, que se encuentre en un lugar determinado con carácter permanente
- b) puesto semifijo Se considerará aquella instalación de tipo desarmable o desmontable en la cual se ejerza el comercio en vías públicas
. Se asimilan a puesto semifijo los vehículos que se utilizan para portar y ofrecer mercancías al público, cualquiera que sea la fuerza que las mueva, incluyendo la humana
- c) ambulante El comercio que se ejerza con una movilidad constante, cuando la persona porte directamente, sin vehículo, ni mueble, la mercancía que ofrezca al público (CFDF 1994, Art. 263 fracción I, a, b, c)

Para los mercados sobre ruedas:

Se integran por el conjunto de puestos móviles, que se instalarán y retirarán diariamente, en las zonas más convenientes al interés de los consumidores, de acuerdo con las rutas, fechas, horarios y sitios que determine esta Secretaría, coordinadamente con las autoridades del Departamento del Distrito Federal y de las demás entidades Federales correspondientes (AFBFMR. 1978, Art. 1).

Esto cambió de legislación plantea un cambio en la forma de percibir las obligaciones que se deben de cubrir por los habitantes de la Ciudad de México, susceptibles de ello (Código Financiero del Distrito Federal: 1994; Art. 24, fracción i, ii, iii, iv); se tiene a los impuestos, las contribuciones de mejora, las aportaciones de seguridad social, y los derechos

por el uso o aprovechamiento de los bienes de dominio público del Distrito Federal, así como por recibir los servicios que presta la Entidad en sus funciones de derecho público. (CFDF. 1994, Art. 24, fracción iv)

Del pago de derecho están obligadas a pagar:

las personas que usen las vías y áreas públicas del Distrito Federal, para realizar actividades mercantiles de cualquier tipo, en los términos de la reglamentación correspondiente, ya sea en puestos fijos, semifijos o en forma ambulante, conforme a lo siguiente:

El derecho se causará atendiendo a la clasificación (sólo propio) según la permanencia física del comerciante en un lugar geográfico por el cual se le otorgue la licencia correspondiente, en los términos de la reglamentación aplicable, conforme a lo siguiente.

- a) Tratándose de ambulantes, el pago será diario, pero podrá optar por hacerlo por semanas anticipadas.
- b) Tratándose de puestos fijos y semifijos los contribuyentes realizarán el pago diariamente pudiendo optar por cubrirlo por semanas anticipadas.

El pago del derecho por el uso de vías y áreas públicas por el ejercicio de actividades comerciales, sólo acreditará el cumplimiento de esa obligación tributaria por parte de los contribuyentes y es independiente del acatamiento de las obligaciones a que está sujeto de acuerdo a la reglamentación sustantiva (CFDF: 1994, Art. 263, fracción ii y iii). [Negritas propias]

Este último punto refuerza al Reglamento de Mercados:

En ningún caso el cobro de los impuestos y productos de mercados legitimará la realización de actos que constituyan infracciones a las disposiciones de este reglamento o a las de los Reglamentos de Policía y Buen Gobierno en vigor

...aún cuando se esté al corriente en los pagos de la Tesorería del Distrito Federal, podrá cancelar el empadronamiento de impuestos y productos de que se trata cuando así proceda por la naturaleza de la infracción cometida. (RM 1951, Art. 22)

Del amplio espectro de vendedores ambulantes, para fines de política sólo se considera a los que se ubican en la vía pública; esto es, calles banquetas y parques, por lo cual en función de su estructura expendedora se tiene:

- I. "Puestos con algún tipo de estructura, ya sea fija o móvil;
- II. Puestos sin estructura,
- III Finalmente, expendiendo sus productos o servicios sin necesidad de una instalación (DDF: 97, 9)

Clasificándose siete tipos de vendedores ambulantes:

Vendedores en puestos fijos:

"utilizan puestos generalmente metálicos, arciados en las banquetas y que expenden en la mayoría de los casos alimentos preparados y algunos servicios. Funcionan mediante la tolerancia de la delegación y su forma de organización es heterogénea, algunos pertenecen a liderazgos tradicionales, otros a organizaciones de invidentes y el resto son comerciantes independientes" (DDF. 97, 10).

Vendedores en puestos semifijos:

"Trabajan en estructuras desarmables tubulares o de madera, utilizando mesas y cajas con tablas, con paraguas o lonas para protegerse del sol o de la lluvia. Se caracterizan por instalarse en la vía pública todos los días, retirándose con su mercancía al final de la jornada. Este grupo es el más abundante y dinámico. Se organizan alrededor de líderes, existiendo la figura del delegado o responsable de calle, quien es el representante de la organización ante los inspectores de vía pública y los vendedores" (DDF. 97, 10).

Vendedores en vehículos rodantes que utilizan vehículos con poca capacidad de carga, como es el caso de motocicletas, bicicletas, triciclos, carros con baleros, generalmente:

"trabajan un solo giro, como es el caso de los vendedores de hot dogs, algonereros y frutereros, cumplen el servicio de proveer de alimentos y bebidas a los comerciantes de tianguis y puestos semifijos y se organizan siguiendo a los liderazgos de los semifijos o de forma independiente" (DDF 97, 10).

Vendedores en vehículos automotores, usan básicamente vehículos de combustión interna:

"tipo sedán, combis, pick up y camiones " (DDF: 97, 10). Para vender mercancías u ofrecer sus servicio de calle en calle o en o improvisando un puesto en el mismo vehículo por no disponer de local; generalmente se instalan "sin permiso oficial " (DDF: 97, 11). Aunque como se observo no se necesita permiso explicito para vender en carro.

Vendedores sin puestos

"Son vendedores móviles que cargan sus mercancías, herramientas o instrumentos en bolsas, mochilas, cajas, cubetas o en las manos' asociados a espectáculos públicos, asociados a semáforos y vialidades de alta concentración vehicular, asociados al transporte público, vendedores de puerta en puerta" (DDF 97, 11).

Y finalmente vendedores en puestos sin estructura:

"Este grupo de comerciantes es conocido como toreros. Son vendedores ambulantes que para expender su mercancía utilizan una manta, diablo o mesa tipo tjera y realizan su actividad evadiendo constantemente a los inspectores" (DDF 97, 11).

II.2.3. El bien en la transacción económica.

Las mercancías, conjunto de bienes objetos de transacción, se les puede analizar en función de su origen productivo o de la infraestructura utilizada para expenderlas; además, de manera secundaria por los costos en que se incurre por ejercer su compraventa.

Los bienes vendidos por los vendedores ambulantes tienen dos posibles fuentes de origen, la producción nacional o la producción extranjera; en el primer caso se pueden adquirir a precios de costo de factores o a precios de mercado; esto es, a costo de factores no se pagan los impuestos correspondientes, y precios de mercado pagando los impuesto correspondientes.

Para el caso de la producción extranjera los vendedores ambulantes la pueden adquirir con el respectivo pago de impuestos de importación y sin el pago de estos.

En ambos casos, comprando la producción nacional o extranjera, el vendedor ambulante tiene la opción de asociarse para incrementar la escala de las operaciones o la periodicidad de las compras abaratando costos. Dado que en la periodicidad o en la escala de las compras se obtienen descuentos en los precios por artículo.

La infraestructura para expender las mercancías la constituyen estructuras metálicas ancladas a las banquetas, estructuras metálicas tubulares armables y desarmables colocadas en lugares de uso común, vehículos rodantes, como bicicletas, triciclos, carros con baleros, plataformas con ruedas, vehículos automotores, como camionetas, o pueden no tener estructura.

Los costos básicos en los que se incurren por vender en la calle deberían cubrir aspectos como agua, electricidad o servicios sanitarios, los cuales generalmente

no se sufragan; respecto al pago de derechos por ejercer una actividad económica o impuestos al trabajo, muy pocos vendedores los cubren; en cuanto a los costos laborales, al parecer sólo cubren el salario, y escasamente seguridad social o laboral.

Respecto a los costos administrativos el vendedor ambulante puede ser un empleador o trabajador por su cuenta, en ambos casos es al mismo tiempo el administrador de su negocio; por lo cual, parte de esos costos se le trasladan como ingreso mixto; es decir, como asalariado y como administrador. Finalmente, la renta de la tierra, en el caso de los vendedores ambulantes lo más análogo es el pago por el uso de suelo.

II.2.3. La transacción económica.

La transacción económica es el proceso de intercambio comercial ocurrido entre el vendedor ambulante y el consumidor; en este caso se considera básicamente a la transacción monetaria en la cual el vendedor ambulante intercambia bienes y servicios al consumidor por unidades monetarias, a través de un sistema de precios; esto es el acto de la compra-venta; generalmente, es en efectivo y ocasionalmente a crédito.

El sistema de precios es fundamental analizarlo. En este caso el precio mínimo de venta al cual el vendedor ambulante puede vender su mercancía, debe cubrir al menos dos puntos básicos, el costo de adquisición de las mercancías y el costo por expenderlas.

Debido a que, teóricamente, no sufraga la mayor parte de tales costos o los sufraga en menor medida, su precio básico, que se le llamara P_1 ; hipotéticamente es menor al precio que prevalece en el mercado P_m .

Esto le da al vendedor ambulante la opción de vender su mercancía bajo tres escenarios.

a) Que su precio de referencia sea mayor que el precio prevaleciente en el mercado, $P_1 > P_m$.

b) Que su precio de referencia sea igual que el precio prevaleciente en el mercado. $P_1 = P_m$.

c) Que su precio de referencia sea menor que el precio prevaleciente en el mercado $P_1 < P_m$.

II.2.4. El comprador

Respecto al comprador de bienes y servicios, al parecer el elemento más importante que sustenta este circuito; esto es la demanda, se han realizado pocos estudios; dado que generalmente la atención de los investigadores se ha enfocado al análisis del comportamiento del económico del vendedor ambulante, u oferta; esto significa que se conoce muy poco sobre las expectativas que guían la conducta económica del comprador.

Sin embargo, la historia al analizar el proceso histórico se han mostrado algunas de ellas; ahora al análisis del sistema de precios puede proporcionar al menos otras aproximaciones:

- I. Al minimizar costos los vendedores ambulantes tiene la posibilidad de cubrir necesidades básicas de consumo de grupos con bajos niveles de ingreso.
- II. La compra oportuna, esto es comprar en el momento en que se ve el artículo que se requiere evitando acudir a un lugar especializado para adquirirlo.

- III. La falta de la información que el consumidor tiene sobre los mercados, reflejado principalmente en la adquisición de productos al vendedor ambulante pagando precios mayores al de mercado al no comparar precios por productos sustitutos.
- IV. La distribución azarosa de los vendedores ambulante en los principales lugares de concurrencia o de tránsito de los posibles consumidores, proporciona una amplia variedad de mercancías que cubren las más numerosas necesidades del comprador.
- V. Los hábitos culturales de la compraventa ambulante, que se puede mostrar cuando ocurre la compra-venta de productos alimenticios. Por ejemplo, al comprar un tamal y un atole a un vendedor ambulante cuesta aproximadamente \$8.00; comprar un litro de leche y pan cuesta aproximadamente la misma cantidad \$8.00.¹⁰
- VI. La falta de evaluación de la compra; al adquirir una mercancía sin cumplir o cumpliendo parcialmente la reglamentación de la compraventa no se tiene la garantía del producto cumpla con las especificaciones con las cuales se realizó la compraventa.
- VII. Sin embargo, no se debe de perder de vista que al poder los vendedores ambulantes ofrecer sus mercancías bajo los tres escenarios descritos, les da la posibilidad de **atender** a un sector muy importante de **consumidores con bajos niveles de ingreso** que no cubre otro tipo de comerciantes, y que son prácticamente los que sostienen este tipo de comercio¹¹, que no sólo se circunscribe al consumo de productos de consumo básico como los alimentos.

¹⁰ Datos al 30 de julio de 2000, glorieta del metro insurgentes, ciudad de México

¹¹ Véase por ejemplo el acuerdo para el funcionamiento de los mercados sobre ruedas y su justificación económica (AFBFMSR: 1978) y (Rodríguez Martínez: 1973).

Una primera clasificación de compradores de vendedores ambulantes se puede establecer indirectamente al proporcionar una equivalencia entre la clasificación de vendedor y un hipotético comprador por tipo de producto comprado.

Generalmente, las personas compran alimentos a los vendedores en puestos fijos. Sin embargo, para el caso de las personas que adquieren bienes y servicios a los vendedores en puestos semifijos, la cuestión ya no es tan sencilla debido al amplio espectro de mercancías que ofrece esta modalidad, de alimentos, ropa, calzado, hasta aparatos electrónicos.

En cambio a los vendedores en vehículos rodantes, se les compra, de alimentos preparados al momento, como el caso de jugos frutales, hasta alimentos no preparados, como dulces.

En cuanto a los consumidores de mercancías de vendedores vehículos automotores, van desde artículos de perfumería, artículos de peluche, herramientas, a ropa, calzado, bisutería; a los vendedores sin puestos, generalmente se les compra objetos de poco valor y en mínimas cantidades, como lámparas de bolsillo, tijeras, paletas de hielo; y finalmente, a los compradores de vendedores en puestos sin estructura se les adquieren, primordialmente, ropa y bisutería.

II.2.5. Los mercados en vía pública

La interrelación del vendedor, el consumidor, el bien y la transacción; en los lugares de uso público, o bienes de dominio público,¹² en la Ciudad de México dan lugar a cinco formas de mercado del comercio en vía pública (DDF: 1997).

¹² Más adelante se precisará el término vía pública y bienes de dominio público

Los *mercados informales* comprenden a los mercados sobre ruedas; los tianguis; las concentraciones y los bazares. Los *reordenamientos del comercio popular* incluyen a corredores y pasajes comerciales. Los *oferentes de servicios* abarcan a billeteros, voceadores y boieros, oficios tradicionales, artistas populares, talleres automotrices, transportistas, seguros y bienes raíces; las *concentraciones populares asociadas a festividades populares*; y los *vendedores ambulantes*.

Los mercados sobre ruedas:

Son grupos móviles que se establecen en terrenos baldíos, camellos, banquetas o arrollos de calle, constituidos en su mayor parte por locales semifijos que expenden productos básicos, especialmente hortícola. Operan en rutas propuestas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, con ubicaciones diferentes cada día. Se establecen en su mayoría en zonas populares y de alta concentración poblacional, para servir a las clientelas locales. "Realizan sus operaciones cumpliendo normas de ubicación y tamaño de las puestas, giros que manejan; utilización básculas y medidas de higiene" (DDF 1997, 4)

Los tianguis:

"Son mercados móviles que presentan características de operación similares a los mercados sobre ruedas, cuyas autorizaciones corresponden a las delegaciones políticas del D.F. aunque los permisos originales de operación fueron expedidos por COABASTO" (DDF: 1997, 5). "La operación de estos asentamientos por lo regular hacen que se presenten conflictos viales y dificultades con los vecinos, entre otros el bloqueo de cocheras y el servicio de sanitarios" (DDF: 1997, 5). Comercialmente presentan irregularidades en su operación y mantenimiento

Las concentraciones:

"Se ubican en zonas marginadas, la mayoría en camellones y calles" Cuentan con una infraestructura diferente, con locales fijos construidos de lámina de cartón, metálico, de madera y algunos de mampostería, carecen en su mayoría de piso, techumbre y zonas de carga y descarga. Aunque están en vía pública presentan un menor problema que el ambulante, por su ubicación y función de abasto en zonas marginales" (DDF. 1997, 5).

Los bazares:

"Asentamientos comerciales tipo tianguis que se ubican en zonas estratégicas de la ciudad, operan por lo general los sábados, domingos y días festivos Sus giros preponderantes son las artesanías, pinturas, objetos antiguos y ropa. La anuencia para su funcionamiento la otorga la delegación política". (DDF: 1997, 6).

Los corredores comerciales

"Edificación construida con recursos crediticias de los comerciantes sobre vía pública y en explanadas del Metro, para el reordenamiento del comercio ambulante. Operan mediante la expedición de un permiso temporal administrativo a título oneroso" (DDF: 1997, 6).

Los pasajes comerciales

Instalaciones comerciales fijas ubicadas en el interior de pasajes a desnivel peatonales Operan con la anuencia de la delegación (DDF: 1997, 7)

Los oferentes de servicios

"Constituye un grupo heterogéneo con múltiples actividades que ofrecen sus servicios mediante un pago convenido o mediante aportación voluntaria, ya sea en áreas de alta afluencia peatonal o en puntos de concentración vehicular. Entre los integrantes de este grupo, se distinguen subgrupos con peculiaridades distintivas.. Por la especialidad que desarrollan y por las características distintas, no se consideran como parte del ambulante (DDF 1997, 7)

Las concentraciones populares asociadas a festividades populares

"Son conglomerados de comerciantes que se instalan en determinadas zonas y fechas, para aprovechar la concurrencia de personas con motivo de festividades. Operan con permisos de la autoridad delegacional y generalmente con la anuencia de los vecinos" (DDF 1997, 3)

Vendedores ambulantes:

"En esencia, el ambulante se rige por las condiciones de la calle, negocian su estancia en un determinado sitio con líderes y autoridades y eligen libremente horarios y mercancías que expenden," si bien forma conglomerados al coincidir con otros en determinados lugares, no constituyen esquemas estructurados que obedecen a reglas de operación, como es el caso de los mercados sobre ruedas." El término es simplemente genérico y comprende diferentes modalidades, como quienes trabajan de forma permanente o quienes trabajan de forma permanente o quienes lo hacen eventualmente (DDF 1997, 8).

II.3. Los aspectos normativos del comercio ambulante

Como se observó, los elementos básicos de la actividad comercial ambulante son el vendedor, el comprador, la mercancía y la transacción, o proceso de intercambio; estos de acuerdo al modo de operar y establecer sus relaciones económicas en el marco institucional vigente adquieren el carácter de formal o informal.

En el sistema económico los elementos básicos son la oferta y la demanda, representados en este caso por vendedores y compradores. El marco normativo del comercio ambulante se formula a partir de la libertad de profesión del vendedor ambulante, las obligaciones que debe de cubrir por ejercer esta libertad, la forma en que el gobierno regula esta actividad, y el papel que asume el consumidor en el proceso de compraventa ambulante.

Esto proporciona los elementos necesarios para el análisis de la normatividad de la actividad comercial ambulante; esto es, como se contempla el comercio ambulante, y como regula las condiciones en las cuales se lleva a cabo, que se expresan por la naturaleza jurídica del espacio físico en el cual acontece, aunado a la reglamentación del propio proceso de la transacción.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos contempla al vendedor y al consumidor ambulante; al considerar la libertad de profesión de los ciudadanos mexicanos, siempre y cuando ésta sea lícita, como medio para proveerse de recursos que les permita satisfacer sus necesidades; y la participación del gobierno en la regulación de los principales intercambios comerciales, así como la protección de los derechos mínimos de los consumidores en los procesos de intercambio comercial.

Esto significa que cualquier persona puede ejercer actividades comerciales, siempre y cuando sean lícitas, éste ejercicio sólo puede ser limitado por sentencia judicial o resolución gubernamental cuando se afectan los intereses sociales:

A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad podrá vedarse por determinación judicial cuando se ataquen los derechos de terceros, o por resolución gubernativa, dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial (CPEUM 1995, artículo 5, párrafo I).

Además, como no se requiere de calificación especial para poder realizar actividades comerciales; éstas no se incluyen en la ley reglamentaria del artículo 5 constitucional. En algunas ocasiones también se reglamentan de acuerdo a las necesidades y circunstancias locales. Asimismo, se contempla que no debe admitirse la renuncia a ejercer determinada profesión u oficio:

La ley determinará en cada Estado cuáles son las profesiones que necesitan un título para su ejercicio, las condiciones que deban de llenarse para obtenerlo y las autoridades que han de expedirlo. Tampoco puede admitirse convenio en que la persona pacte su proscripción o destierro, o en que renuncie temporal o permanentemente a ejercer determinada profesión, industria o comercio (CPEUM 1995, artículo 5, párrafo II, IV).

Como comprar no es una ocupación en sentido estricto, debido a que la compraventa con expectativas de especulación comercial la ejerce el comerciante; el comprador se ubica con respecto a la relación que se establece en el acto de compraventa, como consumidor; además, en tal relación se contiene el elemento primario de la transacción, el precio:

Las leyes fijarán bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias primas o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular; así como imponer modalidades a la organización de la distribución de esos artículos, materias primas o productos, a fin de evitar que intermediaciones innecesarias o excesivas provoquen insuficiencia en el abasto, así como el alza de precios. La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses (CPEUM 1995, artículo 28, párrafo I, II y III).

La Constitución también consagra el deber de los mexicanos de contribuir al ingreso del gobierno para el ejercicio de sus funciones administrativas, abasto público, seguridad nacional, y fomento del desarrollo social y económico.

Los mexicanos están obligados a

IV Contribuir para los gastos públicos, así como de la Federación, como del Distrito Federal o del Estado o Municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes (CPEUM: 1995, artículo 31, fracción IV)

Debiendo de

I. Inscribirse en el catastro de la municipalidad, manifestando la propiedad que el mismo ciudadano tenga, la industria, profesión o trabajo de que subsista; así como también inscribirse en el Registro Nacional de Ciudadanos, en los términos que determinen las leyes (CPEUM: 1995, artículo 36, fracción I)

Y un punto importante

La propiedad de las tierras y aguas comprendidas dentro de los límites del territorio nacional, corresponde originariamente a la nación, la cual ha tenido y tiene el derecho de transmitir el dominio de ellas a los particulares constituyendo la propiedad privada

Las expropiaciones sólo podrán hacerse por causa de utilidad pública y mediante indemnización.

La nación tendrá en todo tiempo el derecho de imponer a la propiedad privada las modalidades que dicte el interés público, así como el de regular, el beneficio social, aprovechamiento de los elementos susceptibles de apropiación, con el objeto de hacer una distribución equitativa de la riqueza pública, cuidar de su conservación, lograr el desarrollo equilibrado del país y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población urbana y rural (CPEUM: 1995, artículo 27, párrafo I, II y III)

Si en la Constitución se garantiza la libertad de profesión, también se abarca el derecho del trabajo:

Toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil, al efecto, se promoverán la creación de empleos y la organización social para el trabajo, conforme a la ley (CPEUM: 1995, artículo 123, párrafo I, II y III)

II.3.1. El comercio.

Si en México la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos posibilita el ejercicio de la actividad comercial, es el Código de Comercio el que regula esta actividad. El punto de partida de la normatividad comercial es el proceso de intercambio en las actividades comerciales:

Las disposiciones de este código son aplicables sólo a los actos comerciales (CC 1994, artículo 1).

Esto significa que se norma el acto mismo de comercio y las condiciones en las cuales se realiza; los sujetos participantes solo se consideran en relación al acuerdo o contrato que se establece en el proceso del acto de comercio; lo cual indica legalmente cuando un proceso de intercambio es comercial, y cuando no, y por tanto sujeto a las normas comerciales; es decir, los elementos y las condiciones bajo las cuales el intercambio de objetos, productos y servicios constituyen actos de comercio.

Algunos de los actos comerciales se establecen en el artículo 75 del Código de Comercio. Por ejemplo

La ley reputa actos de comercio

- I.- Todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres verificados con el propósito de especulación comercial, de mantenimientos, artículos, muebles o mercaderías, sea en estado natural, sea después de trabajados o labrados,
- II) Las compras y ventas de bienes inmuebles, cuando se hagan con dicho propósito de especulación comercial,
- III) Las compras y ventas de porciones, acciones y obligaciones de las sociedades mercantiles, (CC. 1994, Art 75, fracción I, II, III)

:

Además, no se restringe el alcance del acto de comercio y también se abarca por ejemplo a

- V.- Las empresas de abastecimientos y suministros,
 - XXIV.- Cualesquiera otros actos de naturaleza análoga a los expresados en este código
- En caso de duda, la naturaleza comercial del acto será fijada por arbitrio judicial (CC 1994, Art. 75, fracción III).

Después, se establecen los requisitos mínimos que se deben de cubrir para adquirir la personalidad comercial de comerciante:

Se repuntan en derecho comerciantes

- I.- Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria;
- II.- Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles;
- III.- Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio (CC 1994, Art 3).

Incluyendo a:

Las personas que accidentalmente, con o sin establecimiento fijo, hagan alguna operación de comercio, aunque no son en derecho comerciantes, quedan, sin embargo, sujetas a ellas por las leyes mercantiles (CC: 1994, Art 4)

Respecto a las obligaciones que entre otras deben de cumplir los comerciantes se encuentran:

- I.- A la publicación, por medio de la prensa, de la calidad mercantil con sus circunstancias esenciales, y, en su oportunidad, de las modificaciones que se adopten,
- II.- A la inscripción en el Registro Público del Comercio, de los documentos cuyo tenor y autenticidad deben hacerse notorios,
- III.- A mantener un sistema de contabilidad conforme al Artículo 33 (CC: 1994, Art 16).

Dado que el ejercicio de la acción de comprar lo puede realizar cualquier persona, y no constituye en estricto sentido una ocupación; y de que el comerciante efectúa compra con la expectativa de especulación comercial; el comprador se describe al hacer efectiva la acción de intercambio en relación con un acuerdo o contrato; contrato que también especifica las condiciones y cualidades que debe cumplir el bien o servicio objeto de la transacción; en este sentido en el Código de Comercio se da el carácter de mercantil a:

Serán mercantiles las compraventas a las que este código les de tal carácter, y todas las que se hagan con el objeto directo y preferente de traficar (CC: 1994, Art 371).

Las disposiciones relativas al contrato de compraventa son aplicables al de permuta mercantil, salvo la naturaleza de éste (CC 1994, Art 388)

Con excepción de que:

Las convecciones ilícitas no producen ni obligación ni acción de comercio; aunque recaigan sobre operaciones de comercio (CC 1994, Art 3)

II.3.2. El comercio ambulante

El comercio ambulante no lo rige en sentido estricto el Código de Comercio, probablemente se deba a que cuando se normaron las actividades comerciales ambulantes no tenían ni el ámbito ni el alcance que tienen actualmente.

Esto es, de acuerdo al proceso histórico observado, inicialmente la escala de las operaciones mercantiles que se llevaban a cabo en el comercio ambulante no permitía sufragar costos administrativos de operación, también las mercancías transadas, generalmente eran consumo básico, el valor monetario de las transacciones era de poca cuantía, y las relaciones comerciales establecidas entre vendedores y consumidores, era primordialmente sin convenios escritos.

Por lo que, en este caso el punto básico de la normatividad del comercio ambulante no es el acto mismo de comercio, es decir, la transacción; si no ahora el punto de partida es la normatividad de la propia actividad comercial ambulante; esto significa que la regulación comercial ambulante se da, básicamente, a través de la actividad que realiza el vendedor ambulante, y la forma en que realiza esta actividad, y no en función del acto comercial.

El punto de referencia ahora es el vendedor ambulante, él cual se le puede considerar como comerciante, dado que hace del ejercicio comercial su ocupación corriente (CC: 1994, Art. 16).

Aunque contemplando que el vendedor ambulante cumple parcialmente los deberes que marca el Código de Comercio (CC: 1994, Art. 77); como existe el

libre ejercicio de cualquier actividad comercial, siempre y cuando sea lícita; y no se debe convenir la interrupción de su ejercicio; además, de que no se requiere calificación para ejercerla (CPEUM: 1995, Art. 5).

El Reglamento de Mercados marca, actualmente, los requisitos que debe de cumplir el vendedor ambulante para considerarlo comerciante. También se contempla que el vendedor ambulante puede ejercer el comercio por determinadas temporadas. En este sentido, también previene en que forma se realiza la actividad comercial ambulante, a través de la analogía entre establecimiento comercial y tipo de puesto, es decir, en función de la infraestructura que utiliza el vendedor ambulante para expender su mercancía; a este respecto en el Código Financiero del Distrito Federal se clasifica el tipo de puesto.

Aunque para la instalación de comerciantes ambulantes no se menciona algún lugar, dado que por definición no tienen un espacio asignado para el ejercicio de su actividad, para la localización de su infraestructura expendedora, en el caso de los puestos semifijos, se marca a la zona de mercados, de acuerdo al Reglamento de Mercados. Y prohíbe su instalación en determinados lugares. En el caso del uso de algún medio de tracción para expender su mercancía, el tiempo de permanencia.

Debido al hecho de que el comerciante ambulante no esta obligado a llevar un registro contable, y en función de ello contribuir al mantenimiento del Estado (CC: 1994, Art. 31); Sus obligaciones se establecen en función de las circunstancias locales.

A este respecto, para la Ciudad de México el Código Financiero del Distrito Federal estipula las obligaciones que deben de cubrir los habitantes de la Ciudad de México, teniéndose a los impuestos, las contribuciones de mejora, las aportaciones de seguridad social, y los derechos por el uso o aprovechamiento de

los bienes de dominio público del Distrito Federal, así como por recibir los servicios que presta la Entidad en sus funciones de derecho público.

En cuanto a la transacción comercial ambulante, si se parte de lo que se considera acto comercial; se observa que la transacción ocurrida entre el vendedor ambulante y el comprador no contraviene lo que es un acto comercial; dado que el vendedor ambulante compra y vende con el propósito de especulación comercial.

Como no se menciona la obligatoriedad de la signación de contratos escritos para realizar la operación de compraventa; sólo las estipulaciones que se acuerden entre comprador y vendedor al efectuarse y pactarse una transacción lícita, ésta se ajusta al marco vigente (CC: 1994, Art. 77 y 372).

Aunque en este caso el comprador asuma los riesgos de realizar una compra sin contrato escrito; que implica el no poder comprobar el derecho de propiedad del bien adquirido; y en el caso de las estipulaciones, el no poder hacerlas efectivas mediante un proceso judicial si el bien no cumple con las cualidades establecidas al efectuarse la compra.

En el caso de la mercancía, al no haber contrato que estipule las características que deba de cumplir no se esta en posibilidades de proceder legalmente cuando no cumpla los requisitos acordados al comprarla; aunque los tianguis y mercados públicos ofrecen productos de consumo básico, para los mercados sobre ruedas debe de acreditar la procedencia de las mercancías que no sean de consumo básico (AFBFMSR: 1978, Artículo 4, inciso F).

En este contexto se encuentra un componente básico sobre el cual gira gran parte de la discusión sobre el comercio ambulante: la propiedad y usos de la vía pública.

Por principio, las tierras y aguas comprendidas en los límites de lo que constituye el país son propiedad de la nación, la cual determina la forma que adquiere el

derecho de propiedad sobre ella, pública o privada; para la Ciudad de México la Ley Orgánica del Departamento del Distrito Federal considera bienes de dominio público propiedad del Departamento del Distrito Federal a:

- v. las vías terrestres que no sean federales o de particulares,
- viii - las superficies de tierra que no sean propiedad de la Federación, ni de particulares, y que tengan utilidad pública,
- xiii.- Las plazas, calles, avenidas, viaductos, paseos, jardines y parques públicos. y
- xiv - Los demás bienes muebles e inmuebles no considerados en las fracciones anteriores, que tengan un interés público o sean de uso común y no pertenezcan a la Federación ni a los particulares (LODDF, Art. 3).

Asimismo, se señala la temporalidad de permiso de uso de los bienes de dominio público. (LODDF: 2000, art. 35). A este respecto en la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público del Distrito Federal Clasifica a los bienes de dominio público en

- I Los bienes de uso común; y,
- II. Los bienes destinados a servicios públicos (LRPSPDF 1996, Art. 5)

Se considera bienes de uso común a:

aquellos que puedan ser utilizados y aprovechados por todos los habitantes del Distrito Federal con las restricciones y limitaciones establecidas en esta ley y demás ordenamientos aplicables (LRPSPDF: 1996, Art. 12).

Como es el caso de

- I Las vías terrestres de comunicación que no sean federales o de particulares
- III Las plazas, calles, avenidas, viaductos, paseos, jardines y parques públicos, (LRPSPDF: 1996, Art. 13), y,

Regulando su uso

"Los habitantes del Distrito Federal tienen, el derecho de utilizar los bienes de uso común conforme a su naturaleza y destino"

"Igualmente los habitantes del Distrito Federal tienen la obligación de utilizar las plazas, calles, avenidas, viaductos, paseos, jardines, parques y, en general, las vías y los espacios públicos, conforme a su naturaleza y destino, debiendo ejercer sus derechos sin perturbar el orden y la tranquilidad públicos, ni afectar la continuidad del desarrollo normal de las demás actividades de los demás habitantes. Quienes incumplan dicha obligación quedarán sujetos a las penas que correspondan conforme a la ley, pagarán los daños y perjuicios que ocasionen y perderán, en Favor del Distrito Federal, los (trabajos) obras, () e instalaciones que hubiesen ejecutado (LRPSPDF: 1996, Art. 17, párrafo I y II).

Además de que:

Los bienes de dominio público, no podrán ser objeto de hipoteca ni reportar en provecho de particulares, sociedades o corporaciones ningún derecho de uso, usufructo o habitación, tampoco podrá imponerse sobre ellos servidumbre pasiva alguna en los términos del derecho común (LRPSPDF: 1996, Art. 19).

Como por definición los vendedores ambulantes no presentan un lugar fijo para realizar actividades comerciales, el Reglamento de Mercados sólo considera la instalación de puestos semifijos temporalmente, y alrededor de las zonas adyacentes a los mercados. En los casos no contemplados aplican otros reglamentos:

A falta de disposición expresa en este reglamento se aplicarán supletoriamente los siguientes ordenamientos

I - El Reglamento de la Policía Preventiva del Distrito Federal

II - El Reglamento de Tránsito en el Distrito Federal

III - El Código Sanitario de los Estados Unidos Mexicanos

IV - El Reglamento de las Construcciones y de los Servicios Urbanos en el Distrito Federal

V - El derecho civil y mercantil, cuando exista analogía, identidad o mayoría de razón (RM 1951, art. 24)

A este respecto la Ley General de Salud señala:

Son autoridades sanitarias

IV - Los gobiernos de las entidades federativas, incluyendo el del Departamento del Distrito Federal (LGS 1996, Art. 1).

Habilitando al Departamento del Distrito Federal mediante la Ley de Salud para el Distrito Federal a:

En materia de salubridad local corresponde al Departamento del Distrito Federal la regulación y control sanitario de

I - Mercados y centros de abasto,

XVIII.- Vendedores ambulantes, (LSDF 1996, Art. 5)

Considerando a:

XIX - Vendedores ambulantes, las personas que realicen actividades comerciales, sin que se establezcan en un sitio determinado (LSDF 1996, Art. 21)

Los vendedores ambulantes que expendan productos alimenticios, deberán cumplir con las condiciones higiénicas que establezca el Departamento, pero en ningún caso lo podrán hacer en zonas consideradas insalubres (LSDF 1996, Art. 62).

En el Reglamento de Tránsito en el Distrito Federal definen a la vía pública en función del uso:

IV - Vía Pública todo espacio terrestre de uso común que se encuentre destinado al uso de peatones, ciclistas y vehículos en el Distrito Federal; (RPT 1996, Art. 2, fracción 2).

Y se hace mención explícita del uso de aceras:

Las aceras de las vías públicas solo podrán utilizarse para el tránsito de peatones y minusválidos, excepto en los casos expresamente autorizados. El Departamento, previo estudio, determinará las vías públicas que estarán libres de vehículos, para que sean de uso exclusivo del tránsito de peatones en los horarios que determinen (RPT 1996, Art. 6)

Esto significa que se define el tipo de puesto en la vía pública, las obligaciones y derechos a cumplir por los vendedores ambulantes, a la manera del comerciante establecido; pero, en tanto que para el comerciante establecido existe una normatividad a cumplir que regula su conducta comercial, al vendedor ambulante no se le fija las condiciones que deben normar su estancia en la vía pública.

Esto indica que cumpliendo estos puntos normativos no se necesita cubrir más requisitos técnicos y administrativos para ejercer la actividad comercial ambulante, ni se obliga a tener un seguimiento de tal reglamentación. Teniendo un punto más

complejo, el uso de los bienes de derecho público, con ello la situación del beneficio público a beneficio privado de los bienes de derecho público, punto nodal en la administración del comercio ambulante en la Ciudad de México.

También significa que por reglamentación el comerciante ambulante no está obligado a llevar registros contables de las transacciones que realiza; además, como no necesita constituirse en sociedad para funcionar como comerciante es responsable directo para responder ilimitadamente por las obligaciones que contraiga. Sólo en algunos casos, deben cubrir leyes sanitarias, reglamentos de policía y buen gobierno, bandos de limitación del ejercicio del comercio en vía pública, entre otros.

Esto es explicable, por que en los años de 1950 el comercio ambulante no es tan significativo dentro de las actividades económicas del Distrito Federal, segundo la gama de bienes comercializados tras la crisis de 1982 se incrementó a abarcando un amplio espectro que cubre prácticamente gran parte de las necesidades de diversos grupos poblacionales con diferente poder adquisitivo. Sin embargo, tiene una función social y económica: la atención de un determinado estrato poblacional de escasos económicos.

III. Un marco de referencia para medir al comercio ambulante en la Ciudad de México.

En el enfoque econométrico, dos aspectos son primordiales para la determinación cuantitativa de las relaciones económicas de una situación dada: La teoría relevante y los hechos del fenómeno económico, expresados como datos.

Descritos los elementos básicos del comercio ambulante, el siguiente paso es la exposición del marco de referencia en el cual se establece la interrelación del comercio ambulante en la estructura económica, así como un método para cuantificarlo en la Ciudad de México.

Como parte de la actividad comercial ambulante ha sido considerada dentro del comercio informal, y éste se ubica en la economía informal, se hace una exposición sintética del marco conceptual y metodológico del sector informal.

Por lo cual, primero se describe de manera sintética el marco de referencia de la definición, que es el Sistema de Cuentas Nacionales. Después, de manera sucinta se expone el marco conceptual del sector informal; seguidamente su marco metodológico.

A manera de muestra, como no se tienen fuentes estadísticas diseñadas *ex profeso* para medir los niveles de actividad económica del comercio ambulante, se propone un procedimiento para reprocesar información estadística de la Base de Datos de la Encuesta Estatal de Empleo para el Distrito Federal, obteniéndose el volumen de población ocupada en el comercio ambulante, así como sus ingresos por trabajo.

Como la unidad de referencia del sector informal es la unidad de producción, y en la Encuesta Estatal de Empleo para el Distrito Federal se capta la realización de actividades económicas de la población en edad de trabajar, y no transacciones

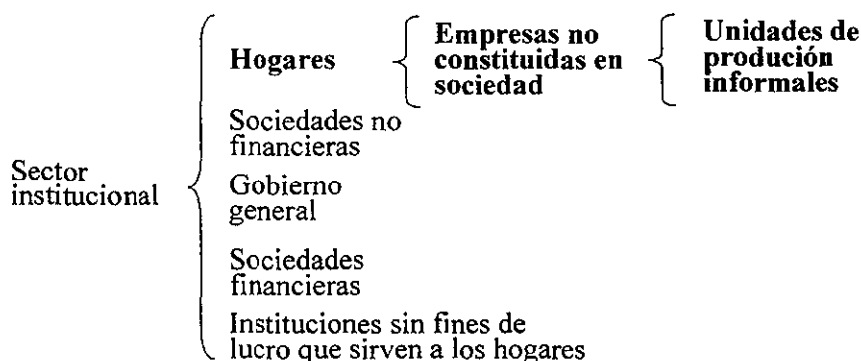
entre unidades de producción; se equiparan algunas categorías de la encuesta de empleo con las unidades de producción, y de ahí se reconstruye a la unidad de producción informal, a través de la determinación de la población que se emplea en unidades de producción informal.

El punto es ¿cómo mostrar que la actividad comercial ambulante incide en la estructura económica de la Ciudad de México?

III.1. El Sistema de Cuentas Nacionales, 1993

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), a través de la XV Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET), define al sector informal en el marco del Sistema de Cuentas Nacionales 1993 (SCN) de las Naciones Unidas, dentro del sector de los hogares, como un conjunto de unidades de producción que forman parte de un subsector de las empresas de hogares, como empresas no constituidas en sociedad. (ver diagrama 1).

Diagrama 1. El sector informal.



Por lo cual es necesario, delinear brevemente algunos de los principales componentes básicos del Sistema de Cuentas Nacionales 1993 utilizados en la integración del marco conceptual y metodológico del sector informal.

El Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) se define como un:

"conjunto coherente, sistemático e integrado de cuentas macroeconómicas, balances y cuadros basados en un conjunto de conceptos, definiciones, clasificaciones y reglas contables aceptados internacionalmente" (SCN: 1993, cap. I, párrafo 1.1).

que permite registrar los fenómenos esenciales que constituyen la vida económica de un país, como la producción, el ingreso, el consumo, la

acumulación y la riqueza. La "finalidad básica de un sistema de cuentas nacionales es registrar los flujos y los stocks económicos,"¹

El SCN parte de la economía como un sistema en equilibrio general, oferta igual a demanda; donde se realizan simultáneamente actividades económicas interdependientes; que dan lugar a innumerables transacciones entre los diferentes sujetos económicos participantes en las diversas actividades productivas, en el sentido de una economía de mercado; produciéndose continuamente procesos de retroalimentación de un tipo de actividad económica a otro.

En el Sistema de Cuentas Nacionales los sujetos económicos de un país se integran en entidades llamadas unidades institucionales, que es a la vez su unidad básica. La unidad institucional se define como:

"una entidad económica que tiene capacidad, por derecho propio, de poseer activos, contraer pasivos y realizar actividades económicas y transacciones con otras entidades" (SCN: 1993, cap 4, párrafo 4.2).

Fundamentalmente se distinguen dos tipos de unidades institucionales, las personas o grupos de personas en forma de hogares, y las entidades jurídicas o sociales cuya existencia es reconocida por la ley o la sociedad con independencia de las personas u otras entidades que puedan ser sus propietarias o controlarlas.

Por tanto, el hogar es

"un pequeño grupo de personas que comparten la misma vivienda, que juntan, total o parcialmente, su ingreso y su riqueza y que consumen colectivamente ciertos tipos de bienes y servicios, sobre todo los relativos a la alimentación y el alojamiento" (SCN: 1993, cap. 4, párrafo 4. 132).

El segundo tipo de unidad institucional es una

"entidad jurídica o social que realiza actividades económicas y operaciones en nombre propio" (SCN: 1993, cap. 4, párrafo 4. 3).

¹ (SCN: 1993, cap II, párrafo 2 7)

En el Sistema de Cuentas Nacionales

“una unidad institucional dedicada a la producción se define como una empresa” (SCN: 1993, cap. 5, párrafo 5 1).

Una empresa puede ser una sociedad, una institución sin fines de lucro o una empresa no constituida en sociedad.

Sobre la base de sus funciones, comportamiento y objetivos, las unidades institucionales se integran en cinco sectores institucionales: las Sociedades No Financieras, las Sociedades Financieras, el Gobierno General, los Hogares, y las Instituciones Sin Fines de lucro que Sirven a los Hogares (ISFLSH)

Dependiendo del tipo de unidad institucional: hogares o entidades jurídicas, desempeñan ciertas funciones económicas, como producir, consumir, ahorrar, invertir. Los sujetos económicos individuales realizan diversas actividades productivas, como la agricultura o la industria manufacturera; ejercen diversas ocupaciones, empresarios, asalariados, proveedores de capital; o no realizan actividad económica alguna y buscar realizarla.

Dentro de esta gama de posibilidades, la producción es fundamental. En el SCN se entiende como un.

“proceso físico, realizado bajo la responsabilidad, control y gestión de una unidad institucional, en el que se utilizan mano de obra y activos para transformar insumos de bienes y servicios en productos de otros bienes y servicios” (SCN: 1993, cap 1, párrafo 1. 20)

Los bienes y servicios producidos, que también se denominan productos, deben de tener la cualidad de poder ser vendidos en el mercado o al menos la capacidad de ser provistos de una unidad institucional a otra.

En la frontera de producción del SCN incluye a la producción de mercado, para la venta, traspaso, o trueque; la producción no de mercado, que abarca los bienes y servicios prestados gratuitamente a los hogares individuales, o proporcionados colectivamente a la comunidad a precios iguales o menores a su costo de

producción, por unidades gubernamentales o por las ISFLSH; y la producción de autoconsumo, que contempla la producción para uso propio.

Sin embargo, como no todas las actividades que se realizan son productivas, en sentido del SCN. Esto significa que no toda la producción puede ser objeto de compraventa, intercambio o traspaso. Este es el caso de la producción de los servicios de autoconsumo final dentro de los propios hogares, como el cuidado de niños, o la preparación de alimentos.

Por lo que en la frontera de producción del SCN no se incluye la producción de servicios para autoconsumo final propio dentro de los hogares; con excepción de los servicios proporcionados por personal doméstico remunerado y la producción por cuenta propia de servicios de las viviendas ocupadas por sus propietarios.

La consideración para no incluirla, no se remite a una cuestión de estimación del valor monetario de los productos de estas actividades, ya que, si se asignan valores a la producción, también se tiene que asignar valores a los ingresos generados en su proceso de producción, y a su consumo. Por lo cual la inclusión de estos grandes flujos no monetarios junto con los flujos monetarios, puede que no refleje lo que está sucediendo en los mercados y reducir la utilidad analítica de los datos.

Las unidades institucionales conformadas por entidades jurídicas y sociales tienen un comportamiento económico más restringido que las unidades institucionales constituidas por hogares; dado que las entidades jurídicas o sociales se crean con fines específicos.

Los hogares, aunque son primordialmente unidades de consumo, pueden efectuar cualquier tipo de función, actividad, y comportamiento económico. En este sentido, no solo ofrecen servicios de mano de obra a las empresas, sino también

cuentan con sus propias unidades de producción bajo la forma de empresas no constituidas en sociedad.

Cuando los miembros individuales de un hogar realizan actividades económicas, se considera como si actuaran en nombre de los hogares a los que pertenecen y no como entidades separadas. Por tanto, cuando un miembro de un hogar es propietario de una empresa, que no sea una sociedad ni una cuasisociedad, dicha empresa se integra en el propio hogar.

Esto implica que la producción del sector de los hogares se desarrolla en empresas que son propiedad y están administradas directamente por un miembro de un hogar, a título individual o en asociación con otros miembros de su propio hogar o de otros hogares.

Las unidades de producción del sector de los hogares son en todos los casos "empresas no constituidas en sociedad". Lo que quiere decir que la unidad de producción no está constituida en una sociedad como una entidad jurídica separada del propio hogar.

Por lo que los activos fijos y otro tipo de activos utilizados en las empresas no constituidas en sociedad no pertenecen a éstas, sino a sus propietarios. Esto significa que las empresas no pueden realizar transacciones con otras unidades económicas; establecer relaciones contractuales con otras unidades; ni contraer pasivos en nombre propio. Sus propietarios son responsables personalmente, sin límite, de cualquier deuda u obligación contraída en el curso de la producción.

El excedente derivado de las actividades productivas de una empresa no constituida en sociedad perteneciente a un hogar representa, generalmente, una combinación de dos clases muy diferentes de ingreso, motivo por el que se denomina "ingreso mixto".

Al desplegar su actividad productiva las empresas llevan a cabo un gran número de acciones económicas elementales, tanto al interior de ellas, como entre ellas, tales acciones dan origen a flujos económicos entre unidades o al interior de cada unidad institucional.

En estos procesos se crea, transforma, intercambia, transfiere o extingue valor económico. El valor económico puede adoptar la forma de derechos de propiedad sobre objetos concretos, por ejemplo una casa, o sobre activos intangibles, como los bonos del gobierno.

Los flujos económicos se clasifican de acuerdo con las categorías de las transacciones y otros flujos, así como por la clasificación de los agentes de las transacciones, por los sectores (y subsectores) o las industrias.

Las transacciones son flujos económicos que consisten en una “interacción entre unidades institucionales por mutuo acuerdo, o bien en una acción dentro de una unidad institucional”², que consisten en un intercambio de valor económico o en una transferencia voluntaria de una unidad a otra de cierta cantidad de valor económico sin contrapartida.

Los stocks son una posición de los activos y pasivos en un momento dado, que se determinan en las cuentas denominadas habitualmente balances, y en cuadros al comienzo y al final de cada período contable. Lo que significa que son el resultado de un proceso continuo de entradas y salidas, con algunas variaciones, de volumen o de valor, ocurridas durante el tiempo de tenencia de un activo o pasivo dado. Esto implica que el stock es una síntesis de los flujos económicos en un momento determinado.

² (SCN. 1993, III, 3 12)

El flujo y el stock, así como sus componentes se miden en términos monetarios, por lo cual pueden presentar dos circunstancias: en algunos casos se registran flujos monetarios, es decir pagos reales, en otros, las cantidades registradas son estimaciones por referencia a valores monetarios efectivos.

III.2. El marco conceptual del sector informal.

El concepto de sector informal ha tenido una evolución conceptual y metodológica diferenciada. Inicialmente no se utilizó como una categoría de análisis o un instrumento analítico para explicar un aspecto de la realidad económica; sino como un término para designar a un conjunto de actividades económicas heterogéneas para la descripción de un campo de formulación de política dirigida al mercado de trabajo.

El sector informal "no se propuso nunca .. como definición de un grupo homogéneo de individuos o como instrumento de análisis, sino que se le identificó como un subconjunto de actividades económicas a fin de describir un campo ..., y únicamente para centrar la labor de investigación y de formulación de una política" (OIT. 1993, cap 3, párrafo 90).

Al responder a objetivos de política diversos (OCED: 1990), los métodos para el acopio de datos estadísticos sobre economía informal se habían realizado circunstancialmente; teniéndose generalmente que recurrir a fuentes de datos indirectas para su medición.

La medición directa se ha realizado mediante encuestas *ad hoc*, y ocasionalmente con censos dirigidos. La medición indirecta, primordialmente, a través de censos de población y encuestas de empleo.

La medición directa presentaba problemas en el tamaño de las muestras o poblaciones designadas, ya que no cubrían todos los tipos de unidades y actividades consideradas informales; en otros casos su aplicación geográfica se limitaba a determinadas ciudades; además de ser de realización circunstancial.

Respecto a la medición indirecta, los datos generados fueron globales y pocos de ellos mostraban los rasgos de su composición, funcionamiento y vinculación con el resto de la economía (OIT: 1993).

Actualmente la Organización Internacional del Trabajo describe al sector informal como:

"un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o a la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esta actividad" (OIT. 1993, anexo, párrafo 5).

La unidad de producción, de acuerdo al SCN, es:

"toda unidad que participa en la actividad económica, es decir, la producción de bienes y la prestación de servicios" (OIT 1993, cap 2, párrafo 37)

Funcionando con independencia del lugar del trabajo, la utilización de activos fijos, la duración de las actividades de la empresa; y sin importar la distinción entre actividad principal o secundaria de los propietarios de las empresas.

La unidad de producción informal opera productivamente en pequeños establecimiento con poca inversión fija, organización técnica del proceso de trabajo rudimentario, división técnica del trabajo primitiva, débil distinción entre capital y trabajo como factores productivos; las relaciones laborales cuando existen se basan más en redes familiares y personales que en acuerdos contractuales.

Como se ubica el sector informal en el SCN, en el sector de los hogares, como unidades de producción del sector de los hogares, como empresas no constituidas en sociedad se tiene que las empresas:

"no constituyen una entidad jurídica independiente del hogar propietario o de los miembros del mismo... no llevan una contabilidad completa... capaz de marcar una distinción clara entre las actividades de producción de la empresa y las demás actividades de sus propietarios, así como los flujos de ingresos y de capital entre empresas y los propietarios" (OIT: 1993, cap 3, párrafo 92)

Esto significa que la unidad de producción informal no ha:

"adquirido la condición de institución; es mas bien una extensión económica de un individuo o de una familia e indistinguible de ambos" (Negrete: 1997, 3).

Este punto es básico en la explicación de los determinantes institucionales de la realización de la actividad productiva de la unidad de producción informal.

Dado que la principal característica de una empresa no constituida en sociedad, es el hecho de que sus actividades económicas son indistinguibles de las de su propietario. Se debe de utilizar la información administrativa, **en términos de funcionalidad económica**, para distinguir las actividades económicas de la empresa y de su propietario.

Por lo cual, la OIT recomienda la captación de información de registros administrativos o jurídicos de las empresas, para distinguir entre empresas formales e informales. Este aspecto es primordial, por que cumplir o no con la reglamentación administrativa, técnica o jurídica en vigor no determina la formalidad o informalidad, es el modo de operar de la empresa, por que

"el incumplimiento de reglamentos es un fenómeno correlacionado con la informalidad más que ser el eje de su definición" Por ello, "la naturaleza jurídica de la unidad y el tipo de cuentas que llevan son los primeros dos criterios de la definición internacional... para el sector informal" (Negrete: 1997, 3)

Considerando el tipo de cuentas contables usadas en las empresas, o por sus propietarios, como indicador útil en la distinción de las actividades económicas de la empresa y de su propietario; es necesario enfatizar la distinción entre legalidad y funcionalidad económica.

La mayoría de las actividades productivas de las unidades de producción informales son lícitas. En algunos casos cumplen parcialmente la reglamentación en vigencia para operar productivamente. En otros:

"por razones de posibilidad de funcionamiento resulta imposible de cumplir aunque existiera la posibilidad de hacerlo o la capacidad coercitiva del gobierno para imponerla" (Tokman: 1987, 10).

Por lo que con frecuencia se tolera su existencia. Este punto lleva a hacer distinción entre las actividades informales que actúan al margen de la ley, de las actividades que deliberadamente funcionan al margen de ésta, éstas últimas se engloban en lo que se ha dado en llamar economía subterránea u oculta por que

"el no cumplimiento de las normas es sin duda uno de los resultados de operar informalmente y no una de sus causas" (Tokman 1987, 11)

Entre las principales consecuencias teóricas y metodológicas de utilizar a la unidad de producción como referencia de definición, y no al trabajador o sus condiciones laborales o de operación económica, se encuentran:

- a) las personas que laboran en unidades informales, se considerarán trabajadores informales, independientemente de su ocupación, categoría en el empleo o características personales (OIT: 1993, cap 2, párrafo 41).
- b) el trabajador pueda laborar en dos unidades de producción diferentes, pudiéndose localizar una unidad en sector formal y otra en el informal (OIT: 1993, cap 2, párrafo 41)
- c) dos trabajadores puedan realizar la misma ocupación, pero en unidades de producción diferentes, pudiéndose clasificar una en el sector formal y otra en el sector informal, dependiendo de las características de la unidad de producción donde trabajen (OIT: 1993, cap 2, párrafo 41)
- d) no se considerará que trabajan en el sector informal las personas que trabajan en unidades de producción que no se ajustan a la definición de dicho sector, por precarias que sea la situación de empleo de esas personas (OIT: 1993, cap 2, párrafo 43).
- e) un trabajador puede ubicarse en más de una unidad productiva del sector informal (OIT 1993, cap 2, párrafo 42).

Esto posibilita la respuesta a los principales planteamientos del concepto de sector informal. Como la ambivalencia de las situaciones productivas de los trabajadores y a la heterogeneidad de las actividades encubiertas. La clasificación en ciertas categorías ocupacionales de la población ocupada informalmente, o la inclusión o no de ciertos grupos ocupacionales como los trabajadores domésticos; la actividad múltiple al interior del sector y entre el sector formal e informal . Así como la distinción entre informalidad y condiciones precarias, ya sean de empleo o de operación de la unidad productiva.

Y algo no menos importante, la correspondencia entre el concepto y su definición estadística, así como su operatividad, ya sea utilizando a la unidad productiva o al trabajador, como se verá más adelante.

III.3. El marco metodológico del sector informal.

Para fines estadísticos el sector informal incluye a:

- A) **Empresas por cuenta propia.** Empresas de hogares pertenecientes a, y administradas por, trabajadores por su cuenta, individualmente o asociados con miembros de su hogar o de otros hogares, que no emplean empleados de manera continua pero que pueden emplear trabajadores familiares no remunerados o empleados ocasionales (OIT: 1993, anexo, párrafo 9).
- B) **Empresas de empleadores informales:** Empresas de hogares pertenecientes a, y administradas por, empleadores ya sea individualmente o asociados con miembros de su propio hogar o de otros hogares, que emplean uno o varios empleados de manera continua (además de trabajadores familiares no remunerados o empleados ocasionales) y que reúnan las condiciones siguientes (OIT: 1993, anexo, párrafo 10):
 - 1 el tamaño de las unidades es inferior a un nivel determinado. El tamaño esta en función del personal ocupado o del número de empleados,
 - 2 no ocupan empleados regulares. Que se determina en función de las condiciones de empleo, expresadas en función de la protección social y jurídica de los trabajadores (OIT: 1993, anexo, párrafo 10).

Los empleados ocasionales que trabajan en empresas por cuenta propia se definen como:

"trabajadores remunerados contratados de manera ocasional para realizar tareas específicas a fin de atender necesidades de trabajo temporales, cuyo empleo en la empresa no debe exceder una duración determinada" (OIT: 1993, anexo, párrafo 9.3).

Los empleados continuos que laboran en empresas de empleadores informales

"se define en contraposición con el empleo de empleados ocasionales " (OIT: 1993, anexo, párrafo 9.3)

En esta parte no hay precisión de lo que debe entenderse por empleado de manera continua; aunque se precisa que un empleado es una

"persona que trabaja para un empleador público o privado y percibe una remuneración en forma de salario, sueldo, comisión, propinas, pago a destajo o en especie." (OIT: 1993, cap. 3, párrafo 125).

de manera continua se refiere a el

"empleo de todos los trabajadores distintos de los que han sido contratados para realizar tareas específicas a fin de atender necesidades temporales " (OIT: 1993, cap 3, párrafo 125).

Pero no se define o precisa lo que debe entenderse por empleados de manera continua; lo cual significa que el empleado de manera continua labora un período

más amplio, pero sin estabilidad social y jurídica en el empleo. En contraste la OIT presenta la definición de empleado regular:

“trabajador empleado con arreglo a un contrato de trabajo que obliga al empleador a pagar los impuestos y las contribuciones de seguridad social correspondientes y/o en virtud del cual las relaciones de empleo están sujetas a normas laborales corrientes”(OIT 1993, anexo, párrafo 10.8).

que se podría considerar como un empleado formal, para delimitar esta definición abierta.

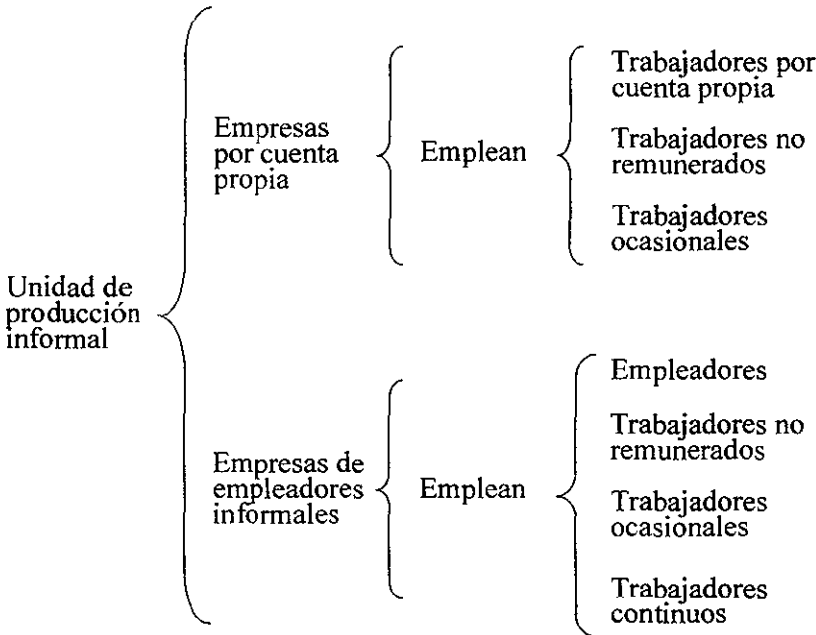
Resumiendo, las empresas por cuenta propia emplean a trabajadores por cuenta propia, trabajadores no remunerados y trabajadores ocasionales; las empresas de empleadores informales emplean a patrones, trabajadores no remunerados, trabajadores ocasionales y trabajadores continuos.

Las empresas por cuenta propia tienen un grado de organización menor que las empresas de empleadores informales, menor tamaño, y las relaciones laborales se basan en el parentesco o en el empleo ocasional (ver diagrama 2).

La duración máxima para considerar que un empleo es ocasional y, por consiguiente, la duración mínima para considerar que se trata de un empleo continuo se determina en función de las condiciones particulares de cada país.

Las condiciones de empleo, se refieren a la existencia o inexistencia de contrato de trabajo; cuando las relaciones de empleo se someten a la legislación corriente, los trabajadores normados por tales contratos deben considerarse como regulares, y por tanto, no se deben considerar como informales. Los empleados continuos se pueden ubicar en determinados tipos de actividades del sector informal como: la producción manufacturera, los servicios de reparación y otras actividades propias del país en cuestión.

Diagrama 2. La unida de producción informal.



III.4. Algunas fuentes de información sobre el comercio ambulante en la Ciudad de México.

Uno de los puntos básicos en el estudio del comercio ambulante son los métodos de acopio estadístico utilizados para recoger la evidencia empírica. Sobre el vendedor ambulante se puede obtener información sociodemográfica y económica, así como el tipo de producto ofrecido; en ambos casos mediante registros administrativos, o el levantamiento de conteos, encuestas o censos.

Para el caso de la transacción, debido al hecho de que para ejercer su actividad comercial no es necesario registrarse ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, los vendedores ambulantes no anotan sus principales transacciones

comerciales en libros contables para ejercicios fiscales; por tanto, es poco factible que este disponible este tipo de información estadística.

En la Ciudad de México se tienen primordialmente tres fuentes de información estadística sobre el comercio ambulante; las que registran las actividades económicas de la población trabajadora en sus hogares, como censos de población y encuestas en hogares; las que captan la información en los centros de trabajo, como las encuestas en establecimientos, o los censos económicos; y los registros administrativos.

Los registros administrativos se conforman principalmente por patrones de vendedores ambulantes, conteniendo información sobre el tipo de giro, o producto de venta, y características sociodemográficas de los vendedores ambulantes.

Sin embargo, la información disponible solo contempla el volumen de vendedores ambulantes³.

Además, se debe de considerar que una parte de los vendedores ambulantes no se registra, por lo que, aunque de facto estén contemplados, no aparecen numéricamente en los registros delegacionales.

Los censos de población, que se realizan cada diez años, proporcionan por su cobertura geográfica el universo poblacional del país, volumen y estructura. Por su amplitud geográfica es la fuente más importante para conocer las principales características económicas que realiza la población.

Sin embargo, el periodo de levantamiento entre un censo y otro, acota la observación de sobre el comercio ambulante. Adicionalmente, por su amplitud

³ Los datos se pueden consultar en la página web del Departamento del Distrito Federal <http://www.ddf.gob.mx/secretarias/sedeco/agenda98/main.html>

temática no es posible profundizar algunos temas específicos sobre la actividad económicas ambulante

En el caso de los censos de económicos, se levantan en establecimientos para captar las actividades que realizan las unidades económicas de producción cada cinco años; y al igual que el censo poblacional, por su amplitud temática, sus objetivos y periodos de referencia utilizados para registrar la información levantada, no registra algunas microunidades comerciales ambulantes, teniéndolas que ubicar por otros métodos.

Las encuestas, generalmente, se llevan a cabo en los hogares de las familias, y en los establecimientos donde los trabajadores realizan su actividad económica. Las encuestas en hogares captan las principales características sociodemográficas y económicas de la población; entre ellas se ubican: la Encuesta Nacional de Empleo, y la Encuesta de Ingresos y Gastos de los Hogares.

Las encuestas en establecimientos captan, básicamente, información de las actividades económicas del centro de trabajo en su lugar de ubicación, como la encuesta industrial mensual; precisamente por este aspecto es difícil utilizarlas para detectar a las unidades de producción informal, dado que estas se definen independientemente de la cantidad de activos fijos utilizados, y en algunos casos pueden ser las propias personas las unidades productivas.

La Encuesta Nacional de Micronegocios es la fuente de información estadística más apropiada para el estudio del sector informal y por ende del comercio informal, contiene todos los elementos para hacer operativa su definición estadística. Pero aunque tiene cobertura nacional, no es representativa a nivel estatal, teniendo una periodicidad bianual.

La Encuesta Nacional de Empleo Urbano, que incluye a la Ciudad de México y a su área metropolitana en su cobertura geográfica, puede ser una fuente a utilizarse para determinar estadísticamente algunos de los principales elementos del comercio ambulante; sin embargo, sus datos se ven impactados por su composición geográfica al incluir a toda el área metropolitana de la Ciudad de México. Como desde 1996 se levanta bianualmente la Encuesta Nacional de Empleo por entidad federativa, puede ser útil para este fin.

Es necesario puntualizar que tanto la Encuesta Nacional de Empleo Urbano como la Encuesta Nacional de Empleo presentan tabulados estadísticos para el grupo ocupacional de los vendedores ambulantes en unidades de volumen de personas ocupadas. Esta información no muestra de manera directa cual es la interrelación de los vendedores ambulantes en la economía de la Ciudad de México.

Por lo que es necesario diseñar procedimientos utilizando el enfoque del sector informal para ubicar estadísticamente la interrelación del comercio ambulante en la estructura de la Ciudad de México, así como su alcance explicativo en un marco macroeconómico que permita cuantificar su nivel de actividad económica.

El método recomendado para el acopio de datos en las unidades de producción informal, parten del levantamiento de encuestas mixtas en hogares y establecimientos, es posible plantear, a partir del esquema de levantamiento de la Encuesta Nacional de Micronegocios, la elaboración de un procedimiento que permita determinar el volumen ocupacional de los vendedores ambulantes y sus ingresos, así como la manera en que se vinculan con la estructura económica de la Ciudad de México.

Los criterios proxí con los cuales se pueden hacer operativa la definición de comercio informal contenidos en la Encuesta Nacional de Empleo, son las categorías ocupacionales de los trabajadores por cuenta propia y empleadores,

que no cuentan con nombre y/o registro para operar; como aproximación a la identificación de la empresa no constituida en sociedad por cuenta propia y de la empresa de empleadores informales no constituida en sociedad.

La ausencia de registro como posible indicativo de la falta de registros contables que permitan distinguir las operaciones económicas de la empresa y el trabajador por su cuenta o el empleador.

Complementándolas con el número de personas que laboran en este tipo de empresas que cumplan con la falta de estabilidad laboral; es decir, trabajar con condiciones de trabajo ausentes de contratos laborales reglamentados y sin seguridad social.

Utilizando a la rama de actividad económica para localizar a las unidades de producción dedicadas a la actividad comercial informal, a través de la Clasificación de Actividades Económicas de la Encuesta Nacional de Empleo Urbano.

Sin embargo, la Encuesta Nacional de Empleo capta la realización de actividades económicas de la población en edad de trabajar, y no transacciones entre unidades de producción.

Por lo cual, se debe equiparar algunas categorías de la encuesta nacional de empleo con las unidades de producción, y de ahí reconstruir la unidad de producción informal, a través de la **determinación de la población que se emplea en unidades de producción informal.**

Con ello se puede obtener información para las modalidades que presentan el comercio en vía pública expresada en número de personas ocupadas, posición que guarda con los medios de producción, esto es si es trabajador, empleador o

trabajador por su cuenta; ingreso percibido, de manera aproximada dado que la persona que informa de las actividades económicas del trabajador no es necesariamente él, sino cualquier miembro familiar mayor de 15 años.

III.5. La población ocupada en el comercio informal.

En un marco macroeconómico el estudio del comercio ambulante, se puede abordar considerando a la unidad económica comercial informal, o desde la perspectiva laboral, que cubre a las actividades que realiza la población ocupada en actividades comerciales informales.

Como no se tiene información suficiente para estudiar, dado que no se cuenta con insumos estadísticos sobre las transacciones, a la actividad comercial ambulante, a través de la empresa comercial informal; pero se cuenta con información sobre la población ocupada en actividades comerciales, es factible reconstruir parte de la unidad económica comercial informal, equiparando conceptos con algunas restricciones, como empleador y trabajador por cuenta propia con empresa, para determinar algunas de las transacciones principales entre la actividad comercial informal y el resto de la economía.

En la determinación de la población ocupada en el sector informal, no se enfoca el status del trabajador en sí mismo; si no que necesariamente, se liga a una unidad de producción perteneciente al sector informal, aún cuando la unidad sea el propio trabajador; por que la unidad de producción se define con independencia del lugar de trabajo, la utilización de activos fijos, o la duración de la actividad.

Esto implica que la ocupación informal no depende de las características del empleo mismo; si no de la unidad de producción; esto significa que para clasificar

en formal o informal al empleo se tiene necesariamente que haber clasificado inicialmente a la unidad económica.

Esto implica, en el ámbito laboral, que no necesariamente:

"se considerara informal a un individuo tan solo por las condiciones bajo las cuales labora ... ni tampoco tiene que ser un individuo carente de local en la realización de sus actividades ...; más aun, no por el hecho de carecer de seguridad se es un informal" (Negrete: 1997, 1).

Al inscribir la clasificación del empleo informal a los determinantes de la unidad económica informal; ciertamente se restringe el espacio de definición operativa de ocupación informal, pues las cualidades de la ocupación ya no son las principales determinantes de definición; sin embargo, se precisa al empleo informal y no se tiene que recurrir a la asignación de atributos de informalidad para definirlo.

Cuándo considerar comercial o extracomercial el uso de trabajo no remunerado, es decir, cuando se considerará empleo y cuando no, es:

"en ultima instancia es la unidad económica, su orientación, la que decide el status del empleo" (Negrete. 1997, 3).

así, lo que el da el carácter de informal a una actividad es:

"el hecho de que la unidad económica carece de una personalidad jurídica o status legal propio, independientemente de la del dueño o líder de la actividad" (Negrete: 1997, 3).

En cuanto a las ocupaciones profesionales y técnicas la mayor parte de ellas ya se encuentran excluidas de la definición pues:

"las unidades que la llevan a cabo están constituidas desde el punto de vista jurídico como sociedades o llevan una contabilidad separada, lo cual permite clasificarlas como cuasisociedades" (OIT, 1993, capítulo 3, párrafo 3.4 1).

Sin embargo, se debe considerar que:

"en los últimos años ... un número cada vez mayor de trabajadores calificados del sector formal también actúan en el sector informal, como actividad subsidiaria, para complementar sus ingresos" (OIT: 1993, capítulo 1, párrafo 1.1.1).

Dado que la unidad de producción informal define el status del empleo, se puede estudiar, ya sea a través de la oferta o de la demanda de trabajo, en este caso se hará por el lado de la oferta, a la población ocupada en el sector informal, y por consecuencia, en la actividad comercial informal.

Para vincular a la población ocupada con la unidad de producción informal, desde la perspectiva del empleo; y clasificarla como informal, se parte de seis elementos:

- 1) Las empresas informales no son entidades jurídicas independientes de sus propietarios, de ahí que no se distinguen las actividades económicas de la empresa de las de su propietario
- 2) Generalmente el propietario de una empresa familiar no constituida en sociedad tiene una doble función en la actividad productiva: como empresario y como trabajador, (OIT: 1993, capítulo 2, párrafo 63)
- 3) A la población que labora en empresas informales se les considera, independientemente de su categoría en el empleo y ocupación, como trabajadores del sector informal.
- 4) Las empresas informales pertenecen y son administradas por trabajadores por cuenta propia o empleadores informales.
- 5) Las empresas informales emplean a trabajadores familiares no remunerados, ocasionales y continuos.
- 6) La unidad de producción informal puede ser una empresa por cuenta propia o una empresa de empleadores informales

Permitiendo identificar en el ámbito laboral a la empresa con su propietario, ya que sus actividades económicas son indistinguibles; dado que la unidad de producción puede ser una empresa por cuenta propia o una empresa de empleadores, y ambos tipos de empresas pertenecen y son administradas por trabajadores por cuenta propia y empleadores informales.

La unidad de producción se puede equiparar con los trabajadores por cuenta propia o los empleadores informales; que en ambos casos emplean a trabajadores familiares no remunerados, ocasionales y continuos, respectivamente; también, el propietario puede laborar individualmente o asociado.

Finalmente, se puede considerar a todas las personas que trabajan con trabajadores por cuenta propia o con empleadores como trabajadores en empresas por cuenta propia y en empresas de empleadores.

Lo anterior permite desglosar a la unidad de producción informal, en el ámbito laboral, en trabajadores por cuenta propia o empleadores informales, que

emplean a trabajadores no remunerados, ocasionales y continuos. Es así, como se equipara a la empresa informal con su propietario, el propietario puede o no emplear a trabajadores con las características que define a la unidad de producción informal (*ver diagrama 3*).

Resumiendo, la equiparación de categorías entre los dos grupos de empresas de hogares es:

1- las empresas por cuenta propia; que son unidades que pertenecen y las explotan trabajadores por cuenta propia , ya sea individualmente o asociadas con miembros de su propio hogar o de otros hogares, y que no emplean asalariados de manera continua , pero que pueden emplear trabajadores familiares no remunerados o trabajadores ocasionales para atender necesidades temporales (empleados ocasionales); y

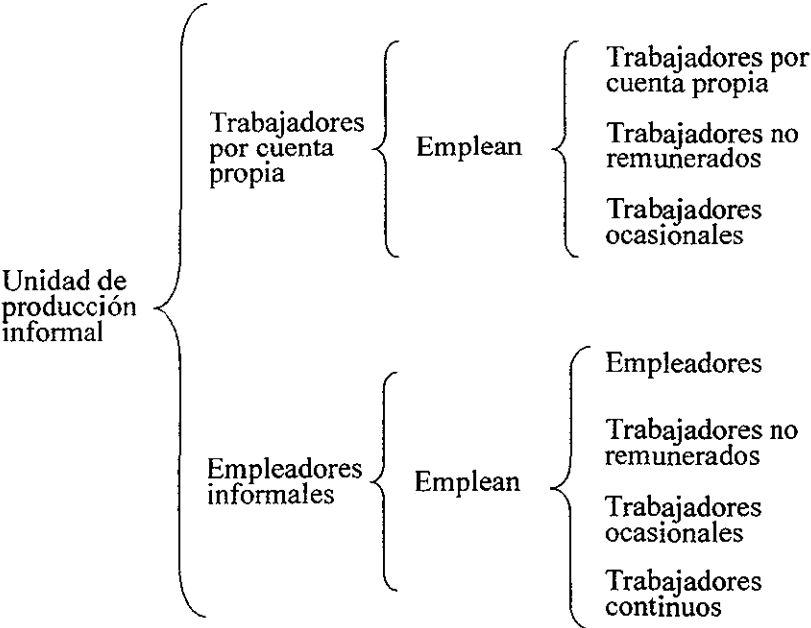
2. las empresas de empleadores, que son las unidades que pertenecen a personas que las explotan en calidad de empleadores , ya sea individualmente o asociados con miembros de su propio hogar o de otros hogares, y que emplean uno o más asalariados de manera continua (además de trabajadores familiares no remunerados y asalariados ocasionales).

Como se anotó, los criterios estadísticos a considera para definir a las empresas de empleadores informales son: el tamaño de las unidades medido en función del empleo y las condiciones laborales, expresadas en función de la protección social y jurídica de los trabajadores.

El tamaño de las empresas en función del empleo puede medirse de diversas formas; sin embargo, en la práctica puede resultar más fácil obtener información del número total de personas ocupadas en la empresa. No obstante, el problema es determinar el número límite de trabajadores que deben considerarse para identificar a las pequeñas empresas de empleadores.

Las condiciones en que las unidades contratan mano de obra, desde el punto de vista de la protección social y jurídica de los trabajadores, para fines prácticos, se pueden definir con arreglo a la existencia o no de contratos de trabajo que obliguen al empleador a pagar los gravámenes y las contribuciones de la seguridad social de las personas que emplea.

Diagrama 3. Reconstrucción de la unidad de producción informal.



III.6. Criterios utilizados para clasificar a la población ocupada en el comercio ambulante en vía pública.

El procedimiento para clasificar a la población ocupada en el comercio ambulante en vía pública se fundamenta en la estructura de la Base de Datos de la Encuesta Estatal de Empleo para el Distrito Federal y en su Cuestionario Básico, para clasificar a la rama de actividad se utilizó la Clasificación de Actividades Económicas de la Encuesta Nacional de Empleo Urbano utilizando el enfoque del comercio informal.

Primero se localiza a las ramas de actividad en donde opera la unidad comercial informal, para ello se reclasifica las actividades productivas en tres; después se

identifica a las unidades de producción informales, utilizando la categoría en el empleo, agrupando a los trabajadores en cinco conjuntos.

Posteriormente, para definir a las empresas comerciales informales, se utiliza el tamaño de los establecimientos, medido por el número de personas ocupadas en ellas, el tipo de contrato bajo el cual se emplean los trabajadores asalariados, la condición de nombre y/o registro de las empresas y su clasificación de acuerdo a si trabajan para un empleador o un trabajador por cuenta propia.

Se reagrupa a las empresas que operan en el comercio informal en: empresas por cuenta propia, que emplean, trabajadores por su cuenta, trabajadores sin pago, trabajadores ocasionales, y trabajadores continuos; en empresas de empleadores informales, que emplean, empleadores, trabajadores sin pago, trabajadores asalariados que abarca a trabajadores ocasionales, trabajadores continuos, que laboran en empresas de hasta 5 trabajadores en actividades comerciales, posteriormente los trabajadores ocasionales y continuos se agrupan como trabajadores asalariados.

Partiendo de la lógica de que primero hay que localizar a las unidades de producción informal en la actividad productiva, se agrupa a las ramas de actividad económica en 3 grandes conjuntos mutuamente excluyentes entre sí y complementarios: actividades comerciales, actividades no comerciales y ramas de actividad insuficientemente especificadas.

Para delimitar el universo de operación de las unidades comerciales informales, el primer paso es excluir a los ocupados en actividades no comerciales de la medición del comercio informal, seleccionando de la Gran División 6, Comercio, Restaurantes y Hoteles al Subgrupo. 6201 Comercio al por mayor; 6211 Comercio al por menor; Subgrupo 6212 Comercio informal; y Subgrupo 6302 Preparación de Alimentos y su Venta en la Vía Pública o Puestos Improvisados.

Después, se procede a agrupar las ramas de actividad donde operan las empresas comerciales informales en tres: actividades comerciales, otras actividades comerciales, y actividades insuficientemente especificadas, que comprende a todas aquellas ramas de actividad en las cuales no se cuenta con los criterios suficiente para clasificarla en el rubro formal o informal.

El empleo en las actividades comerciales se clasifica en ocupados en empresas por cuenta propia, que emplean, trabajadores por su cuenta, trabajadores sin pago, trabajadores ocasionales, trabajadores continuos; y ocupados empresas de empleadores, que emplean, empleadores, trabajadores sin pago, trabajadores ocasionales, trabajadores continuos.

Delimitadas las ramas de actividad donde operan la empresa comercial informal, se procede a su identificación mediante el tipo de trabajadores que emplean; para ello se forman cuatro grupos de trabajadores: trabajadores por su cuenta, empleadores, trabajadores asalariados y trabajadores sin pago.

En primer término se define a los trabajadores ocupados en empresas por cuenta propia informal, que agrupa a trabajadores por su cuenta, trabajadores ocasionales, trabajadores sin pago, trabajadores continuos; como equivalente de las empresas por cuenta propia. Los ocupados como patrones, trabajadores asalariados continuos, trabajadores sin pago, y trabajadores asalariados ocasionales, que laboran para empleadores como equivalente de las empresas de empleadores informales.

Los trabajadores continuos, son todas las personas que trabajan para un patrón, empresa, negocio, institución o dependencia, regidos por un contrato escrito por tiempo indefinido, por tiempo mayor de dos meses, o bien por un contrato verbal o de palabra.

Los trabajadores sin pago que son las personas que participan en actividades económicas que sirven de apoyo o al sustento de sus familias, sin percibir a cambio remuneración monetaria o bienes susceptibles de intercambiarse en el mercado.

Los trabajadores ocasionales son las personas que trabajan para un patrón, empresa, negocio, institución o dependencia, regidos por un contrato escrito por un periodo de hasta dos meses.

Posteriormente se procede a aplicar los criterios para definir a las empresas de empleadores comerciales informales: el tamaño de las empresas, hasta 5 personas ocupadas; el tipo de contrato, utilizado de acuerdo al tipo de trabajador empleado en la empresa comercial informal; el tipo de prestaciones, que junto con el tipo de trabajo complementa las condiciones laborales de los trabajadores.

El tipo de registro de la empresa, se ocupa para delimitar el universo de las empresas del sector de los hogares, identificando aquellas empresas en donde no estuvieran separadas las actividades económicas de la empresa y su propietario.

Después, utilizando un subconjunto de la clasificación anterior se procede a clasificar el tipo de la empresa en la cual se emplea la población ocupada en el sector informal, empresas por cuenta propia y empresas de empleadores.

El resto de los ocupados, se clasificaron de acuerdo con el tipo de empresas en donde laboran, el tamaño de la empresa, el tipo de contrato y el tipo de prestaciones sociales. A continuación se detalla el tratamiento que se le dio a cada grupo de ocupados.

Los trabajadores por cuenta propia que no cuentan con razón social o registro alguno, se clasifican en el comercio informal dentro del grupo de los ocupados en empresas comerciales informales por cuenta propia.

Los patrones que laboran en empresas sin nombre o sin registro con hasta cinco trabajadores en actividades comerciales, se ubican en el comercio informal como parte de los ocupados en empresas de empleadores comerciales informales.

Los patrones que laboran en cualquier tipo de empresas con nombre o registro, con cinco o menos trabajadores en actividades comerciales, se clasifican en el comercio informal en los ocupados en empresas de empleadores comerciales informales.

En el caso de los trabajadores sin pago, con base en el tipo de empresa, se dividen en dos clases: los trabajadores que laboran en empresas por cuenta propia y los trabajadores que laboran en empresas de empleadores.

Los primeros se incluyeron en el grupo de los ocupados en empresas por cuenta propia y los segundos, siguiendo los criterios del tamaño de la empresa y el tipo de empresa para la cual laboran, se clasifican en ocupados en empresas de empleadores comerciales informales.

Los trabajadores asalariados, atendiendo a los criterios del tamaño de la empresa, tipo de empresa, tipo de contrato y tipo de prestaciones sociales, se clasificaron en: trabajadores asalariados en empresas comerciales informales por cuenta propia, trabajadores asalariados en empresas de empleadores comerciales informales.

Los trabajadores asalariados en empresas comerciales por cuenta propia, laboran para trabajadores por cuenta propia con un contrato de trabajo de dos y hasta seis meses, o con un contrato verbal y no tienen prestaciones sociales.

Los trabajadores asalariados en empresas de empleadores comerciales informales, laboran para un patrón en empresas de menos de seis trabajadores, en actividades comerciales, con un contrato de trabajo por dos o hasta seis meses, o con un contrato verbal y no tienen prestaciones sociales.

En cuanto al lugar en que trabajo se tiene a la vía pública, y otros lugares diferentes de la vía pública, variable clave para identificar a las actividades comerciales ambulantes que se realizan en lugares de uso público distintos de los mercados (ver anexo I).

Para fines de Calculo de los ingresos se agrupó a los trabajadores en población remunerada:

- 1 Trabajadores por cuenta propia.
- 2 Empleadores.
- 3 Trabajadores asalariados.

Como los ingresos calculados son mensuales, se supone que son el promedio mensual y se anualizan para hacerlos comparables con el Producto Interno Bruto. Este sencillo ejercicio permitirá posteriormente explorar la Encuesta Nacional de Empleo Urbano y con los ajustes necesarios contar con las observaciones necesarias para fines de cálculo en un modelo econométrico.

III.7. Consideraciones.

Debido a la complejidad de los fenómenos económicos reales para fines de estudio se representan a través de modelos. Un Modelo es una representación simplificada de un fenómeno real (Kutsoyanis A: 1979, 21) (Intrilligator Michael: 1978, 29)

Esto es, un conjunto mínimo de elementos que representa a toda una situación real; por ejemplo, de las numerosas variables que influyen en la decisión del consumidor para adquirir un producto, el precio del producto en cuestión, los precios de otros productos, el ingreso y los gustos del consumidor, han sido considerados los determinantes más importantes para explicar este proceso (Kutsoyanis A: 1979, 60).

Entre los tipos de modelos más importantes se encuentran los verbales/lógicos, los físicos, los geométricos y los algebraicos, que implican formas alternativas de representación de un modelo (Intrilligator Michael: 1978, 31).

El modelo verbal/lógico emplea analogías verbales para representar un fenómeno real, el resultado se le denomina paradigma; un ejemplo, es el paradigma de la "mano invisible"; Adan Smith consideró, en una economía de libre mercado, que cada agente económico al actuar por interés personal buscando maximizar su bienestar promueve el interés público, comportándose el sistema económico como si existiese una "mano invisible" que dirige todas las acciones individuales hacia el "bienestar general" de la sociedad.

En el modelo físico, se toma las principales variables que se considera influyen en el comportamiento de un sistema del mundo real y se diseñan condiciones controladas a escala, que representa al mundo real, pudiendo manipularlo, como la simulación en túneles de viento.

En el modelo geométrico las relaciones e interrelaciones que se establecen en el mundo real se representan gráficamente; como es el caso de la determinación del precio de mercado a través del cruce de la oferta y la demanda.

El modelo algebraico representa al sistema del mundo real mediante un sistema de ecuaciones; una ecuación es una igualdad en donde no se conoce el valor de uno de sus elementos; estos modelos a diferencia de los geométricos, que sólo pueden representar hasta tres dimensiones, tiene un nivel más alto de generalización, ya que pueden incluir más de tres dimensiones.

Las ecuaciones de un modelo algebraico de un fenómeno económico pueden ser de comportamiento, como la función consumo, una condición de equilibrio, o de algún otro tipo, pero cada ecuación debe de tener un significado y un papel separados del modelo. Esto significa, que las ecuaciones que forman el modelo han de expresar la estructura del ámbito considerado, tanto las relaciones técnicas e institucionales como los modos de comportamiento del fenómeno económico en cuestión.

Los modelos algebraicos determinan valores para variables endógenas a partir de variables exógenas, cuyo valor esta determinado fuera del modelo. Al introducir variables aleatorias en un modelo algebraico se tiene un modelo econométrico. Esto es, se representa un sistema económico a través de un conjunto de relaciones estocásticas entre variables.

Un modelo econométrico generalmente se construye para realizar análisis de la estructura de un fenómeno real, predicción de ciertos valores de sus componentes; o la evaluación de políticas instrumentadas para incidir en un proceso del mundo real; esto significa que mediante un modelo econométrico se puede explicar la estructura, predecir el comportamiento, y controlar a los algunos elementos de una situación real.

Los componentes fundamentales de cualquier estudio econométrico son la teoría relevante y los hechos. El modelo econométrico resume la teoría relevante para el sistema considerado al hacer mediciones prácticas y pruebas. Los hechos designan a eventos del mundo real que están relacionados con el fenómeno a investigar, y se expresan mediante la forma de datos, que se representan como observaciones.

Por lo general los datos se deben de adecuar para utilizarse en un modelo a través de técnicas estadísticas; los datos así obtenidos se llaman datos selectos y se utilizan para estimar los valores de los parámetros de un modelo econométrico, para proporcionar una manera de medir y probar las relaciones que sugiere la teoría (Intrilligator Michael: 1978, 15-18).

Como un modelo econométrico sintetiza la teoría económica relevante de un fenómeno bajo estudio, es necesario inscribir sus resultados en un marco de referencia que permita la determinar la validación y alcance de sus resultados a otros campos, para la formulación de medidas de políticas aplicables al ámbito social.

Esto se hace evidente al revisar parte de las conclusiones emanadas del estudio sobre el sector informal llevado a cabo por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social en 1970, que con el transcurrir del tiempo incidieron en las acciones de política realizadas para administrar el desarrollo comercial de las actividades informales; esto es, la problemática de evaluar el impacto de las medidas adoptadas por que:

"al restringirse el análisis al sector informal o marginal urbano y carecer de [un] modelo global, es imposible la medición de las consecuencias sociales resultado... de otras alternativas ocupacionales... y de los efectos indirectos derivados del aumento de los niveles de ingreso de estos trabajadores" (STPS 1975. 19).

En este sentido, se presentó los diversos elementos considerados en el planteamiento de un modelo econométrico, así como su consistencia en un marco normativo y de política.

También, se identificó los principales elementos que concurren en la realización de la actividad comercial ambulante en la vía pública, con la finalidad de ubicar los principales elementos de un modelo econométrico; segundo, se describieron para determinar cuales son susceptibles de medición, y su transformación mediante técnicas estadísticas en datos selectos utilizables en un modelo econométrico y de esta manera mostrar su conexión con la estructura económica de la Ciudad de México.

La teoría muestra que gran parte de los patrones de comportamiento comercial ambulante se ve ampliamente explicado por la costumbre y la tradición de esta forma de comercio.

Respecto a los datos obtenidos, la Encuesta Estatal de Empleo para el Distrito Federal presenta cuadros estadísticos donde es posible obtener directamente el grupo ocupacional de los vendedores, como no esta en forma separada de otras ocupaciones comerciales, fue necesario utilizar el enfoque del comercio informal, además de que permitió plantear una probable forma de interrelación del comercio ambulante y la estructura económica de la Ciudad de México; los datos resultantes en ambos casos son consistentes.

Respecto a la forma en como se vincula con la economía, el enfoque del sector informal ha permitido agrupar la actividad comercial ambulante en grupo de actividades económicas con operación económica similares, esto es, actividades

en las cuales es difícil distinguir entre las operaciones económicas de los propietarios y sus empresas⁴ (ver cuadro uno y anexo I).

Al comentar las fases de desarrollo de la actividad económica de mercados como el Baratillo, la vinculación de la historia con la teoría nos ha permitido comparar ambos tipos de mercados, el formal e informal, (ver cuadro 1) y la forma en como se interrelacionan (ver cuadro 1 y 2).

Es necesario señalar que más del 40% de la población ocupada en actividades comerciales informales realiza sus actividades en la vía pública, **que corresponde al comercio ambulante** (ver cuadro 2), esto muestra que este tipo de comercio no es ni la mitad de las actividades comerciales que operan bajo este tipo de condiciones; además, permiten tener una idea de que hay otras actividades comerciales informales en las cuales sería necesario que el gobierno dirigiera su atención.

Por volumen ocupacional, el **comercio ambulante en la vía pública** emplea a la quinta parte de la población ocupada en actividades comerciales en la Ciudad de México (comparar datos cuadro 1 y 2). De la población ocupada en el comercio ambulante en la vía pública, la población remunerada, porcentualmente, ha cambiado de representar el 59% a 85% de 1996 a 1998.

⁴ En un interesante artículo, Lucy Amador y Enrique Quintana se preguntan acerca del abasto del comercio ambulante, respondiéndose, parte es importada, de maquiladores, fabricantes nacionales y de comerciantes establecidos, aunque se plantea lo anterior no se muestran los vínculos de este tipo de comercio en la estructura comercial (Amador y Quintana; 1992, 4,5)

Esto indica que aunque era mayor el volumen ocupacional en 1996 era menor la población ocupada que percibía ingresos en estas actividades, probablemente por que como respuesta a la crisis devaluatoria de 1995, se tuvieron que incorporar gran parte de los miembros de las familia de vendedores ambulantes como trabajadores sin pago (ver cuadro 3 y comparar con cuadro 1).

Los ingresos por trabajo de los vendedores ambulantes representan del Producto Interno Bruto del Distrito Federal, el 1.4% para 1998 (ver y comparar cuadros 5 y 6).

Al Respecto el Departamento del Distrito Federal también pone a disposición del público información sobre el volumen ocupacional de vendedores ambulantes (ver cuadro 6), esta cifra es diferente a la obtenida en este ejercicio, esto probablemente se deba a que no incluye el número de tianguistas, aunque se presenta por separado el número de tianguis (ver cuadro 7), y a que muchos vendedores ambulantes no se encuentran inscritos en los padrones delegacionales, como es el caso de los llamados 'toreros' y los de asentamiento reciente.

Debido a que se disponen datos de los niveles de tributación; remuneraciones totales, tanto comerciales como totales; gastos públicos por objeto de gasto, inversión por sector de origen; además, habiendo determinado las principales componentes del marco regulatorio, histórico y cultural, de la actividad comercial ambulante se pueden utilizar como variables en un modelo que permita definir de manera confiable si el impacto de la actividad comercial en vía pública en la estructura económica de la Ciudad de México es evaluable.

IV. Conclusiones y recomendaciones.

Los últimos gobiernos de la Ciudad de México, han venido aplicando políticas dirigidas a la administración del comercio ambulante similares a las puestas en marcha desde la época postcolonial, donde no se ha contemplado el factor histórico como un elemento importante de este fenómeno, obteniendo resultados no solamente muy por debajo de las expectativas sino que en ocasiones pasmosamente contraproducentes.

Sin embargo, a diferencia del pasado, actualmente se cuenta con un mayor volumen de información cualitativa, cuantitativa, e instrumentos de política específicos para atender éste fenómeno. En este sentido, un modelo econométrico es un insumo básico que proporciona orientaciones cuantitativas a las acciones de política económica.

Partiendo de la premisa de que un modelo econométrico es un instrumento de particular importancia para estimar numéricamente las principales relaciones económicas de un fenómeno económico, y que economía es el estudio de los factores de la conducta humana que motivan al hombre a producir y reproducir sus condiciones de existencia, como un factor que permite analizar, formular, implementar, dar seguimiento y evaluar políticas económicas encaminadas a incidir en situaciones sociales.

En la presente tesis se marcó como objetivo principal, mostrar la importancia que representa la consideración de los procesos históricos, en el diseño de un modelo econométrico enfocado a la implementación de políticas administrativas y de seguimiento de los vendedores ambulantes de la Ciudad de México, considerando que desde su origen, hace más de setecientos años, éste importante grupo social ha experimentado patrones de conducta económica recurrentes que deben ser tomados en cuenta, debido a su repercusión actual en los sectores tanto formales como informales de la economía.

El enfoque econométrico utiliza la teoría relevante y los hechos de un fenómeno económico; por tanto, se identificó los principales elementos que concurren en la realización de la actividad comercial ambulante y los factores explicativos de la conducta económica mostrada en su ejercicio; así como, su cuantificación, en términos de empleo e ingreso, en la economía de la Ciudad de México.

Por lo cual, el estudio se basó en ubicar a la historia del comercio ambulante, como eje central para explicar las principales relaciones económicas que establece en la actual estructura económica de la Ciudad de México, así como sus principales características económicas y estadísticas.

Después, se mostró cuales de estos datos eran susceptibles de medición bajo el enfoque del sector informal, y su transformación mediante técnicas estadísticas en datos selectos utilizables en un modelo econométrico.

Para ello, además de contar con la experiencia de la observación directa y metodológica del fenómeno de estudio, se llevó a cabo una revisión de la información estadística sobre el tema, ya que no se levantó una encuesta, realizándose, a manera de muestra, una estimación del volumen ocupacional y de los ingresos por trabajo en el ejercicio del comercio ambulante, utilizando las Bases de datos de la Encuesta Estatal de Empleo del Distrito Federal de 1996 y 1998.

Los elementos básicos del análisis fueron la oferta y la demanda del comercio informal, en este caso representada por los vendedores ambulantes y los consumidores de bienes adquiridos mediante el comercio ambulante; así como el tipo de bienes sujetos de intercambio ambulante, el espacio físico en donde se da el ejercicio la compraventa ambulante, y la forma histórica de mercado en la cual ocurre.

Para asociar estos elementos se utilizó a las relaciones institucionales que se establecen entre el comercio ambulante y las autoridades administrativas del gobierno, esto es la manera en como se ha administrado este tipo de actividad comercial.

Las motivaciones para ejercer el comercio ambulante, o expectativas económicas, la no distinción entre las actividades económicas del vendedor ambulante y la unidad económica en la cual labora, aunque ésta sólo la constituye el mismo, así como la identificación del sujeto propietario con su unidad económica, se usaron primordialmente como axiomas para observar el proceso histórico del comercio ambulante y su cuantificación en el marco del sector informal.

La forma en que se lleva a cabo la transacción económica en el comercio ambulante, sea compraventa o trueque, la normatividad que regula ésta actividad y las tradiciones propias de este sector, fueron las principales reglas de inferencia utilizadas en el estudio. Estos componentes permitieron estructurar una definición de comercio ambulante de acuerdo al lugar en que ejercen su actividad: la calle.

Entre los principales resultados que se encontraron en el análisis histórico, destaca un patrón de comportamiento repetitivo de los vendedores ambulantes, tanto en la ubicación de sus lugares de venta, formas de ejercer el intercambio comercial y de expender su mercancía, como en la conformación de la conducta del consumidor adquiriente de bienes y servicios mediante la practica del comercio ambulante.

Otro aspecto importante, es que después de la conquista, éste tipo de actividades realizadas por los vendedores ambulantes no ha estado suficientemente contempladas en la administración de las actividades comerciales; tanto que hasta 1735, no se tenía noticia de que se cobrase a los buhoneros, canastilleros y demás vendedores que vendían por calles y plazas; y fue hasta 1889, que se observó una mayor integración a la estructura administrativa de la Ciudad de

México, al redactarse el Código de Comercio y reglamentos para este tipo de actividades, culminado con el Reglamento de Mercados en la década de 1950 para normar el comercio ambulante.

Estos elementos permitieron explicar como aunque se sancionaba parte del ejercicio de las actividades comerciales, la reglamentación administrativa no era suficientemente clara respecto a las actividades comerciales ambulantes.

Permitiendo comprender la separación entre la normatividad para la actividad comercial establecida y el comercio ambulante, y puntualizar que éste tipo de actividad comercial ambulante no funciona al margen de la reglamentación administrativa en vigor, sino que existe una separación entre su regulación y administración.

Lo anterior figura como punto importante, que permitió establecer como de manera análoga a la época prehispánica, los vendedores ambulantes se han organizado y conducido de manera prácticamente autónoma hasta la actualidad, en relación con la estructura administrativa en cuestión, en la historia de la Ciudad de México.

Estos patrones de comportamiento encontrados explican algunos de los elementos actuales en el proceso de compraventa ambulante, como la consistente venta ambulante en determinados lugares de la Ciudad de México.

Respecto a los aspectos de tipo estadístico, el enfoque del sector informal fue un factor importante para determinar como se interrelaciona el comercio ambulante con la estructura económica, así como sus niveles de empleo e ingreso en la economía de la Ciudad de México; además de vincular la historia como factor explicativo en la variación de los niveles de ingreso en el comercio ambulante.

Como un modelo econométrico debe de contener las principales variables explicativas de un fenómeno, este estudio ha permitido sugerir la importancia de considerar que el proceso de desarrollo histórico de los fenómenos económicos

afecta su comportamiento presente y por consecuencia los métodos para su evaluación y administración económica.

En suma, el objetivo propuesto en la tesis se logró alcanzar, ya que muestra que la historia, por el enorme caudal de información de carácter socioeconómico que contiene, debe figurar como uno de los principales factores a considerar, como variable en un modelo econométrico, dirigido a la evaluación e implementación de políticas orientadas a la administración armónica del fenómeno del comercio ambulante en la Ciudad de México.

Así mismo, el presente estudio, deja abierta la interrogante sobre si el análisis de la historia desde una perspectiva económica puede permitir alcanzar la función óptima de cualesquier modelo econométrico que se desee emplear como instrumento para una aplicación razonada de estrategias económicas.

Por todo lo anterior, esta tesis prevé la conveniencia de que se impartan programas académicos que incluyan como parte de la curricula de la carrera de economía, el estudio y la aplicación de la historia como factor econométrico.

Anexo I. Procedimiento para clasificar a la población ocupada en el comercio ambulante en la vía pública.

El procedimiento para clasificar a la población ocupada en el comercio ambulante en la vía pública considera un total de ocho variables, de acuerdo al Cuestionario Básico de la Encuesta Nacional de Empleo:

1. Rama de actividad (Pregunta 4a; Variable X_1).
2. Posición en el trabajo (Pregunta 3a; Variable X_2).
3. Tamaño de la empresa (Pregunta 3b y 3d; Variable X_3).
4. Tipo de contrato (Pregunta 3e; Variable X_4).
5. Tipo de prestaciones (Pregunta 7d; Variable X_5).
6. Nombre o registro de la empresa (Pregunta 5; Variable X_6).
7. Clase de persona para la que trabajó (Pregunta 5a; Variable X_7).
8. Lugar donde trabajó (Pregunta 5c1; Variable X_8).

Cada variable se subdivide para facilitar el procedimiento de clasificación de la población ocupada en la actividad comercial informal y se les asigna un número consecutivo:

Rama de actividad.

1. Actividades comerciales
2. Actividades no comerciales
3. No especificado de rama de actividad

Posición en el trabajo.

4. Empleadores
5. Trabajadores asalariados
6. Trabajadores por cuenta propia
7. Trabajadores sin pago
8. Otros trabajadores

Tamaño de la empresa.

9. Empresas de 1 a 5 trabajadores
10. Empresas de 6 trabajadores y más
11. No especificado de tamaño de la empresa

Tipo de contrato.

12. Contrato indefinido
13. Contrato de hasta 2 meses
14. Contrato de más de 2 hasta 6 meses
15. Contrato por más de 6 meses
16. Con contrato sin especificar tiempo
17. Contrato verbal o de palabra
18. Otro tipo de contrato
19. No especificado de tipo de contrato

Tipo de prestaciones sociales.

20. Con prestaciones sociales
21. Sin prestaciones sociales
22. No especificado de prestaciones sociales

Nombre y/o registro de la empresa.

23. Empresa con nombre y/o registro
24. Cualquier tipo de pequeña empresa con nombre y/o registro
25. Patrón o trabajador por cuenta propia cuyo negocio no cuenta con nombre y/o registro
26. Trabajador asalariado o sin pago que labora en un negocio que no cuenta con nombre y/o registro
27. No especificado de nombre genérico de la empresa

Persona para la que trabajó.

- 28. Trabajador por cuenta propia
- 29. Patrón o empleador
- 30. No especificado de persona para la que trabajó

Lugar donde trabajó.

- 31. Vía pública
- 32. Otro tipo de Lugar

Anexo II Información estadística sobre el comercio ambulante en la vía pública en la Ciudad de México

Cuadro 1: Distrito Federal, población ocupada en la gran división comercio¹ por forma de emplearse, 1996, y 1998.

Comercio	1996	1998
Total	791 555	793 033
Informal	390 142	399 218
Formal	401 413	393 815

Nota: excluye iniciadores

¹ Excluye a Restaurantes, bares y otros establecimientos con servicios de preparación de alimentos y bebidas
Moteles
Otros establecimientos de hospedaje

Fuente: Elaboración propia a partir de las bases de datos de las encuestas nacionales de empleo 1996 y 1998

Cuadro 2: Distrito Federal, población ocupada en el comercio informal por lugar de trabajo, 1996 y 1998

Comercio	1996	1998
Total	390 142	399 218
Vía pública	190 744	160 594
Otros lugares	199 398	238 624

Nota: excluye iniciadores

Fuente: Elaboración propia a partir de las bases de datos de las encuestas nacionales de empleo 1996 y 1998

Cuadro 3: Distrito Federal, población ocupada en el comercio en vía pública remunerada, 1996 y 1998.

Población	1996	1998
Remunerada	113 336	137 547

Nota: excluye iniciadores

Fuente: Elaboración propia a partir de las bases de datos de las encuestas nacionales de empleo 1996 y 1998

Cuadro 4. Distrito federal, ingresos por trabajo de la población ocupada en el comercio en vía pública, 1996, 1998.

(miles de pesos corrientes)

Comercio en vía pública	1996	1998
Total	1 681 479	10 953 217

Nota: excluye iniciadores
ingresos anualizados

Fuente: Elaboración propia a partir de las bases de datos de las encuestas nacionales de empleo 1996 y 1998.

Cuadro 5: Distrito federal, producto interno bruto, 1996 y 1998.

(miles de pesos corrientes)

Producto Interno Bruto	1996	1998 ^P
Total	654 598 816	800 357 736

^P Preliminar

Fuente: INEGI Sistema de Cuentas Nacionales de México (disco compacto), México, 1994.
Sistema de Cuentas Nacionales de México, Producto Interno Bruto por Entidad Federativa, 1993-1998, México, 2000
en <http://www.inegi.gob.mx/entidades/espanol/dfd.html>
20 de septiembre de 2000

Cuadro 6 Distrito Federal, vendedores ambulantes, 1993, 1994, 1996, 1997, y 1998.

Total	1993	1995	1997	1998
Distrito Federal	80 415	98 379	92 155	92 155

Fuente. Secretaría de Gobierno del Departamento del Distrito Federal
 Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución (1998)
 Cuadernos Estadísticos Delegacionales, 1995
<http://www.ddf.gob.mx/secretarias/sedeco/agenda98/main.html>
 29 de Agosto de 2000

Cuadro 7 Distrito Federal, tianguis, 1993, 1994, 1996, 1997, y 1998.

Total	1993	1994	1996	1997	1998
Distrito Federal	884	1 068	1 051	1 051	1 051

Fuente. Secretaría de Gobierno del Departamento del Distrito Federal
 Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución (1998)
 Cuadernos Estadísticos Delegacionales, 1995.
<http://www.ddf.gob.mx/secretarias/sedeco/agenda98/main.html>
 29 de Agosto de 2000
 29 de Agosto de 2000

Bibliografía.

- Amador Lucy; Enrique Quintana y Gabriela Aguilar (1992). *El nuevo milagro mexicano. La economía informal*, en Este País, tendencias y opiniones, núm. 20 noviembre.
- Acosta Saignes; Miguel (1945). *Los Pochteca; ubicación social de los mercaderes en la clase social tenochca*; en Acta Antropológica, núm. 1 Vol. I, tomo I. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, s. e. 1945 54 p.
- Acosta Saignes, Miguel (1975) *Los Pochteca; ubicación social de los mercaderes en la clase social tenochca*; en El comercio en el México prehispánica. México: Instituto Mexicano de Comercio Exterior. Serie: Historia del Comercio Exterior en México. Dirigida por Enrique Florescano.
- Acuerdo que Fija las Bases para el Funcionamiento de los Mercados sobre Ruedas (AFBFMR)**; en el Diario Oficial del 5 de septiembre de 1978
- Acuerdo para prohibir el ejercicio del comercio en vía pública. (APECVP)** México: Gaceta Oficial del Departamento del Distrito Federal de Octubre de 1967.
- Asamblea de Representantes del Distrito Federal (ARDF) (1993). **Bando para la Ordenación y Regulación del Comercio en la Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México**. México: Gaceta Oficial del Departamento del Distrito Federal, 12 de julio de 1993.

- Asociación de Comerciantes del Centro de la Ciudad de México (ACCCM) (1997). Ponencia sobre Propuestas para el **Tránsito del Comercio en Vía Pública a la Economía Formal**. México: Asamblea de Representantes del Distrito Federal, I Legislatura; Foro sobre el Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal. Del 25 al 27 de Febrero del 1997.
- Barbosa, Manlio (1981). **Plan de ordenamiento espacial de la actividad comercial para la Ciudad de Puebla**. Centro Regional Puebla. Puebla, México: INAH-SEP.
- Bando para la Ordenación y Regulación del Comercio en Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México, en la Gaceta Oficial del Departamento del Distrito Federal, tomo II, núm. 215, 12 de julio de 1993.
- Bryan, R., Roberts. *Employment, Structure, Life Cycle, and Life Chances: Formal and Informal Sector in Guadalajara*, in Portes, Alejandro, Castells, Manuel y Benton, Lauren A. (1989) *The informal economy: studies in advanced and less developed countries*. Edited by... Manuel Castells [and] Lauren A. Benton. Baltimore, Md: Johns Hopkins University.
- Cámara Nacional de Comercio Ciudad de México (1989). *Economía informal*. Distrito Federal, México: CANACO-Ciudad de México. 3a. Edición.
- Cámara Nacional de Comercio Ciudad de México (1969). **CANACO Ciudad de México; XCV aniversario**. México: Cámara Nacional de Comercio.
- Cámara Nacional de Comercio Ciudad de México (1988). *Economía Informal. El comercio ambulante en la Ciudad de México*. México: Cámara Nacional de Comercio, 2ª edición. 63 p.
- Cámara Nacional de Comercio Ciudad de México (1989). *Economía informal. ¿Quién provee a los ambulantes?*. Distrito Federal, México: CANACO-Ciudad de México, noviembre.

- Cámara Nacional de Comercio Ciudad de México (CANACOCM) (1982a). **La arquitectura del comercio en la Ciudad México. Disposición e historia.** México: Cámara Nacional de Comercio. Edición al cuidado del lic. Alberto Barranco Echeverría.
- Cámara Nacional de Comercio Ciudad de México (1990). Economía informal. **Mesas redondas sobre Comercio ambulante en la Ciudad de México.** Distrito Federal, México: CANACO-Ciudad de México, 4a. Edición.
- Cantillon, Richard (1950). **Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general.** México: Fondo de Cultura Económica, 234 p.
- Cárdenas, Solórzano; Cuauhtémoc (1997). **Una Ciudad para Todos. Otra Forma de Gobierno.** México: Partido de la Revolución Democrática, febrero.
- Caridad, Carrillo Rafael Martín (1990). **Lineamientos generales para un marco jurídico del comercio ambulante en el distrito federal.** México: ITAM, tesis de licenciado en derecho.
- Mezzera, Jaime; y Daniel Martínez (1995). **Sector Informal Urbano: una Aproximación a su Aporte al Producto.** Ginebra, OIT.
- Castiglia, Miguel Angel; Martínez, Daniel y Mezzera, Jaime (1993). **Crédito informal: acceso al sistema financiero.** Santiago de Chile, Organización Internacional del Trabajo.
- Charmes, Jacques. *Una revisión crítica de los conceptos, definiciones y estudios del sector informal;* en Tokman, E., Víctor (Comp.) (1995). **El Sector Informal en América Latina, Dos Décadas de Análisis.** México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, pp. 289-311.
- Código de Comercio (CC) y Leyes Complementarias (1994).** México: Anaya Editores.

Código Financiero del Distrito Federal (CFDF); en la Gaceta Oficial del Distrito Federal del 24 de abril de 1994

Código Financiero del Distrito Federal; en la Gaceta Oficial del Distrito Federal de 31 de diciembre de 1995

Contreras, Victoria (1988). **Sobrevivir en la calle. El comercio ambulante en Santiago.** Santiago de Chile: Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe.

Cortés, Hernán (1981). **Historia de Nueva España, escrita por su esclarecido conquistador, Hernán Cortes, aumentada con otros documentos, y notas, por el ilustrísimo Don Francisco Antonio Lorenzana.** Con las Licencias necesarias En México en la Imprenta del Superior Gobierno 1770. Edición facsímil en cuatro tomos, con prólogos, notas bibliográficas e índices. México: Secretaría de Hacienda y Crédito Público-Miguel Ángel Porrúa.

Cortes, Fernando (1991). *De Marginal a Informal: el Desarrollo de la Discusión en América Latina*, en Schatan, J.; Orsatti, A. *El Sector Informal en América Latina.* México, CIDE-Fundación Fiedrich Nauman.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM). Texto vigente de 1995 con comentarios de Emilio O. Rabasa, Gloria Caballero y Sergio García Ramírez. México: Miguel Angel Porrúa, librero-editor- Cámara de Diputados de Honorable Congreso de la Unión; décima edición, octubre de 1995.

Dávila, Enrique R. (1989). **Ingresos y Prestaciones del Sector Informal.** México, ITAM-Fundación Friedrich Ebert.

Departamento del Distrito Federal, Coordinación General de Abasto y Distribución. (DDF) (1992) **Programa de Mejoramiento del Comercio Popular. Carpeta Ejecutiva.** México: Departamento del Distrito Federal, julio.

- Departamento del Distrito Federal; Asamblea de Representantes del Distrito Federal (DDF-ARDF) (1997b) **Foro Sobre Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal**. México: Departamento del Distrito Federal-Asamblea de Representantes del Distrito Federal, I legislatura, enero.
- Departamento del Distrito Federal (1997) **Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública**. México: Departamento del Distrito Federal, enero.
- Departamento del Distrito Federal. Secretaría de Desarrollo Económico. Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución (1997a). **Foro sobre el Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal: 1997**. México: Memoria del Foro sobre el Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal: 25-28 de febrero de 1997.
- Departamento del Distrito Federal (1998) **Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública**. México: Departamento del Distrito Federal, enero.
- Díaz del Castillo, Bernal (1955). **Historia Verdadera de la Conquista de la Nueva España**. México: Editorial Porrúa, 2 Vols. tomo I pp. 277-279.
- Díez-Gutiérrez Jorge (1981). **Crónica del Comercio Prehispánico**. México: Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México.
- Escobedo, Yabar; Norma Estela (1990). **El comercio de subsistencia en México y Perú. Período 1976-1998**. Tesis de doctorado. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
- Frente Único de Comerciante y Colonos Organizados en el Distrito Federal (FUCCODF) (1997) Ponencia sobre **El Comercio en la Vía Pública en el Distrito Federal**. México: Asamblea de Representantes del Distrito Federal, I Legislatura; Foro sobre el Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal. Del 25 al 27 de febrero del 1997.

- Gamboa, Buen de Jorge (1994). **Ciudad de México, una visión.** México, Fondo de Cultura Económica, colección Una visión de la modernización de México, José Carreño Carlon, José Gamas Torruco, José Francisco Ruiz Massieu (coord).
- Garibay K., Angel Maria (1961). **Vida económica de Tenochtitlan. Los pochtecas.** México: Universidad Nacional Autónoma de México. Seminario de cultura náhuatl.
- Gobierno del Distrito Federal (1998). **Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública.** México: Departamento del Distrito Federal, febrero.
- Gutiérrez, Gutiérrez; Felipe (coord.) (1996). **Comercio Informal en la Vía Pública de la Ciudad de México (Ambulantaje). Un acercamiento y visión a futuro.** México, Colegio de Arquitectos de la Ciudad de México, A. C.—Sociedad de Arquitectos Mexicanos, A.C.
- Huerta, Miguel Ángel (1997) **Del Comercio en Vía Pública a la Economía Formal.** México: Asamblea de Representantes del Distrito Federal, I Legislatura; Foro sobre el Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal. Del 25 al 27 de Febrero del 1997.
- Intriligator, Michael D. (1978). **Modelos Econométricos, técnicas y aplicaciones.** Traducción de Rafael Núñez Zúñiga (1990). México: Fondo de Cultura Económica.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1990a). **Medición del Sector informal en México.** México, INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1990b). **Encuesta Nacional de Economía Informal.** México, INEGI.

- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1994).
Clasificación de Actividades Económicas de la Encuesta Nacional de Empleo Urbano, 1994 (CAE-ENEU 1994) México: INEGI 1994.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1994a).
Clasificación Mexicana de Ocupaciones. México: INEGI 1994, vol. I.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática-Secretaría del Trabajo y Previsión Social (1997).
Encuesta Nacional de Micronegocios, 1996. México, INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1995).
Encuesta Nacional de Empleo Urbano. Documento Metodológico. México, INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1995a).
Manual del Entrevistador. ENEU. México: INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática-Secretaría del Trabajo y Previsión Social (1997).
Encuesta Estatal de Empleo para el Distrito Federal, 1996. México, INEGI-STPS.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática-Secretaría del Trabajo y Previsión Social (1999).
Encuesta Estatal de Empleo para el Distrito Federal, 1998. México, INEGI-STPS.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1997).
4º Taller Internacional sobre Empleo y la Economía Informal. Lecturas. México, Aguascalientes, 18 al 29 de Agosto.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1997a).
Base de datos de la Encuesta Nacional de Empleo, 1996. México, Aguascalientes: INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1999b).
Base de datos de la Encuesta Nacional de Empleo, 1998. México, Aguascalientes: INEGI.

- Jusidman, Clara (1993). **El Sector Informal en México**. México, Secretaría del Trabajo y Previsión Social, Cuadernos del Trabajo núm. 2.
- Jusidman, Clara (coord.) (1995). **Tendencias de la Estructura Económica y el Sector Informal en México (1988-1993)**. México, Secretaría del Trabajo y Previsión Social, Cuadernos del Trabajo núm. 10.
- Jusidman, Clara; Marcela Eternod (1994). **La participación de la población en la actividad económica en México**. México, INEGI-IIS-UNAM.
- Klein, Emilio; y Victor Tokman (1988) E. *El sector informal: una forma de utilizar el trabajo como consecuencia de la manera de producir y no viceversa. A propósito del artículo de Cortes y Benton*; en Estudios Sociológicos, vol. VI, núm. 16, México 1988, pp. 205-212.
- Koutsoyiannis, A. (1979). **Microeconomía Moderna**. Traducción de Leandro Wolfson y Elsa Kraisman (1985), Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.
- Kosik, Karel (1988). **Dialéctica de lo concreto**. México: Grijalbo.
- León-Portilla, Miguel (1975) *La institución cultural del comercio prehispánico*; en El comercio en el México prehispánico. México: Instituto Mexicano de Comercio Exterior. Serie: Historia del Comercio Exterior en México. Dirigida por Enrique Florescano.
- León-Portilla, Miguel (1985). **Tonalamatl de los pochteca: código mesoamericano**. "Fejervary-Mayer". México: Celanese Mexicana.
- León-Portilla, Miguel (1987). **Toltecayotl. Aspectos de la cultura náhuatl**. México: Fondo de Cultura Económica; pp. 309-342.
- Ley General de Salud** (1996). México: Editorial Porrúa, 13ª Edición.

- Ley de Salud para el Distrito Federal** (1996). México: Editorial Porrúa, 13ª Edición.
- Lubell, Harold (1991). **The informal sector in the 1980s and 1990s**. París, Development Centre Studies. Organization for Economic Cooperation and Development.
- Márquez Padilla, Carlos (1988). **La Cooperación Informal Urbana en México: un Enfoque Regional. México**, Fundación Friedrich Ebert. (Docto. de Trabajo).
- Marx, Carlos; Federico Engels (1974). **Fuerbach. Oposición entre las Concepciones Materialista e Idealista**. Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas, Moscú: MIR, 1974. Traducción al español Editorial Progreso.
- Méndez, Alemán; Julio (1997) Ponencia sobre la Evolución y **Situación Actual del Comercio en la Vía Pública en el Distrito Federal; un caso concreto**. México: Asamblea de Representantes del Distrito Federal, I Legislatura; Foro sobre el Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal. Del 25 al 27 de febrero del 1997.
- Mendoza García, Jorge Alberto (1994). **The characteristics and behavior of street vendors: a case study in Mexico city**. México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Tesis doctoral.
- Mezger Jaime (1992). *Subordinación y Complementariedad: el Sector Informal en América Latina*, en Crítica y Comunicación, núm. 9. Perú, Lima: Oficina Regional de la Organización Internacional del Trabajo para América Latina y el Caribe.
- Negrete, P., Rodrigo (1997). **Una norma internacional, un mapa conceptual del empleo y una perspectiva para el análisis de género**. Ponencia presentada en el Taller Sectorial Sobre Estadísticas e Indicadores de Trabajo con Enfoque de Género; SEGOB-PRONAM-INEGI; Jueves 27 de Noviembre; México, COLMEX.

- Organización Internacional del Trabajo. XV Conferencia Internacional de Estadísticas del Trabajo (1993). **Estadísticas del Empleo en el Sector Informal: Tercer Punto del Orden del Día: Informe III.** Ginebra, OIT.
- Organización Internacional del Trabajo (1998). **Clasificación Internacional Uniforme de las Ocupaciones.** Ginebra, OIT.
- Paulsen, Andreas (1957). **Teoría General de la Economía.** Traducción de Manuel Sánchez Sarto. México: Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana (UTHEA), IV tomos, primera edición al español.
- Peattle, Lisa (1995). VII, *Un buen Circulante y como creció: el sector informal*, en Tokman, E., Víctor (Comp.) (1995). *El Sector Informal en América Latina, Dos Décadas de Análisis.* México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, pp. 289-311.
- Poder Ejecutivo Federal (1995). **Programa para el Desarrollo del Distrito Federal, 1995-2000.** México: Poder Ejecutivo Federal; septiembre, pp. 35-44.
- Pomar, Jiménez; Julio (1996). **Los pochteca: el comercio en América Latina, desde los aztecas hasta la independencia.** México: Edamex.
- Portes Alejandro (1989). *La informalidad como parte integral de la economía moderna y no como indicador de atraso: respuesta a Klein y Tokman;* en Estudios Sociológicos, vol. VII, núm. 20, México 1989, pp. 369-374.
- Portes, Alejandro, Castells, Manuel y Benton, Lauren A. (1989) **The informal economy: studies in advanced and less developed countries.** Edited by... Manuel Castells [and] Lauren A. Benton. Baltimore, Md: Johns Hopkins University.

Portes, Alejandro y Richard Schauffer (1989). **De la mano de obra excedente a la empresa dinámica: perspectivas de competencia del sector informal latinoamericano;** en Estudios Sociológicos de el Colegio de México, México, vol. XI, núm. 33, Septiembre-Diciembre.

Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe (1982). **La Planeación del Empleo,** Santiago, Chile, PREALC.

Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe (1987). **El Sector Informal : Quince Años Después.** Santiago de Chile, PREALC-OIT, (documentos de trabajo; 316).

Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe (1990). **Mas Allá de la Regulación: el Sector Informal en América Latina.** Chile, PREALC.

Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe (1990a). **Empleo en América Latina y la Heterogeneidad del Sector Informal.** Chile, OIT.

Raczynski, Dagmar (1977). **El Sector Informal Urbano: Interrogantes y Controversias.** Santiago de Chile, PREALC.

Reglamento de Mercados; en el "Diario Oficial" de 1º de Junio de 1951.

Reglamentos sobre Policía y Tránsito (1996). México: Editorial Porrúa, 30ª edición.

Rendon, Gang Teresa (1990). **Sobre el llamado sector informal. Propuesta de redefinición y forma de medición de sus componentes.** Facultad de Economía Departamento de Economía Política (mimeografiado).

Rendon, Teresa y Carlos Salas.(1991). **El Sector Informal Urbano. Revisión Conceptual y Formas de Medición.** México Secretaría del Trabajo y Previsión Social, Subsecretaría "B". Dirección General de Empleo, (mimeografiado).

- Rodríguez, Martínez, Zenaido Jaime (1973). **La función económica de los mercados sobre ruedas.** México: Escuela Superior de la Economía,- Instituto Politécnico Nacional, tesis de licenciatura en economía, pp. 41-45.
- Romero; Héctor Manuel (1990). **Del tianguis a la modernización de COABASTO.** México: COABASTO-DDF.
- Sahagun, Bernardino Fray de (1955). **Historia General de las Cosas de la Nueva España.** Preparación, anotaciones y apéndices por Ángel María Garibay K. México: Editorial Porrúa, 1ª edición, III tomos.
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (1960). **Semblanza Histórica de México.** México: SHCP, 20 de Noviembre 1960.
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (1975). **Bases para una Política de Empleo hacia el Sector Informal o Marginal Urbano en México.** México, STPS.
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (1976). *“Una Propuesta para Producir Estadísticas sobre el Sector Informal o Marginal Urbano”*, en. Cuadernos del Empleo no. 1, México, STPS.
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (1977). Dirección General del Empleo y Formación Personal. **Algunas Interpretaciones sobre el Sector Marginal o Informal Urbano.** México, Secretaria del Trabajo y Previsión Social, Dirección General del Empleo y Formación Profesional, Programa de Planificación y Promoción del Empleo.
- Secretaría de Programación y Presupuesto (1979). **La Ocupación Informal en Áreas Urbanas 1976: Encuesta Complementaria a la Encuesta Continua sobre Ocupación.** México, SPP-STPS-PNUD/OIT.
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Subsecretaría “B”. Dirección General de Empleo (1984). **Metodología para la Planeación Estatal del Empleo.** México: STPS, pp. 281-283.

- Siméon Rémi (1981) **Diccionario de la Lengua Náhuatl**. México: Siglo XXI, 2ª Edición, traducción Olivia de Coll.
- Solis Pérez, Marlene Celia (1997). **Comercio en la vía pública y conflicto urbano: el caso del Centro Histórico de la ciudad de México**. México: Tesis de Maestría en Desarrollo Urbano. Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano, El Colegio de México.
- Tangelson, Oscar (1978). **El Sector Marginal Urbano en México: una Investigación en el Desarrollo**. México, STPS.
- Tokman, Víctor E. (1987). **El sector informal hoy: el imperativo de actuar**. Santiago, Chile, Oficina Internacional del Trabajo.
- Tokman, Víctor E. (1995). **El sector informal en América Latina: dos décadas de análisis**. México: Dirección General de Publicaciones, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, c1991.
- Torres, Becerra; Benjamín (1997) Ponencia sobre la **Evolución y Situación Actual del Comercio en Vía Pública**. México: Asamblea de Representantes del Distrito Federal, I Legislatura; Foro sobre el Comercio en Vía Pública en el Distrito Federal. 21 de Febrero de 1997.
- Turnham, David, Salom, Bernard y Schwarz, Antoine (1990). **The informal sector revisited**. Edited by, Bernard Salom, [and] Antoine Schwarz. Paris, Development Centre. Organization for Economic Cooperation and Development.
- Valenzuela, Cervantes Josefina (1993). **El comercio en vía publica en el centro de la Ciudad de México**. Distrito federal, México: Economía Metropolitana Fundación cambio XXI, Vol I núm. 2, abril de 1993.
- Yuste, Carmen (1991). **Comerciantes mexicanos en el siglo xviii**. Distrito Federal, México: UNAM; pp. 12, 112, 113, 142.

- Zabludowsky, Kupper; Jaime Enrique (1979). **Comercio interior una aproximación teórica**. México: ITAM, s.e., tesis de licenciatura en economía.
- Yunusa, Mohammed Bello (1988). "*Reconnaissance Study of Socio-Economic Base of Street Trading in Samaru*", en *Socio Economic Planning Sciences*. Vol. 22, no. 2, pp. 103-108.
- Zenteno, Rene. (1993). **El uso del concepto de informalidad en el estudio de las condiciones de empleo urbano**. Un ejercicio para la frontera norte y principales áreas metropolitanas de México". México: El Colegio de la frontera Norte, núm. 9.