

344



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

SEMINARIO DE SOCIOLOGIA GENERAL Y JURIDICA

ESTUDIO SOCIO JURIDICO DEL COMERCIO
INFORMAL EN LA VIA PUBLICA.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN DERECHO

P R E S E N T A :

HERNANDEZ BELMONT MARTHA

ASESOR: LIC. JOSE ANTONIO ALMAZAN ALANIZ



CIUDAD UNIVERSITARIA

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

2007



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.

Paginación Discontinua



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE DERECHO
SEMINARIO DE SOCIOLOGIA
GENERAL Y JURIDICA

No. 1/51/01

ING. LEOPOLDO SILVA GUTIERREZ
DIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACION
ESCOLAR DE LA U.N.A.M.
P R E S E N T E .

La pasante de la licenciatura en Derecho **HERNANDEZ BELMONT MARTHA**, solicitó inscripción en este H. Seminario a mi cargo y registró el Tema intitulado:

"ESTUDIO SOCIO-JURIDICO DEL COMERCIO INFORMAL EN LA VIA PUBLICA", asignándose como asesor de la tesis al LIC. JOSE ANTONIO ALMAZAN ALANIZ.

Al haber llegado a su fin dicho trabajo, después, de revisarlo su asesor; lo envió con la respectiva carta de terminación considerando que reúne los requisitos que establece el Reglamento de Exámenes Profesionales.

Apoyado en este y otro dictamen, firmado por el Profesor Revisor LIC. ARTURO HERNANDEZ BATA, en mi carácter de Director del Seminario, tengo a bien autorizar su IMPRESIÓN, para ser presentado ante el Jurado que para efecto de Examen Profesional se designe por esta Facultad de Derecho.

La interesada deberá iniciar el trámite para su titulación dentro de los seis meses siguientes contados de día a día a aquél en que le sea entregado el presente oficio, en el entendido de que transcurrido dicho lapso sin haberlo hecho, caducará la autorización que ahora se le concede para someter su tesis a examen profesional, misma autorización que no podrá otorgarse nuevamente sino en el caso de que el trabajo recepcional conserve su actualidad y siempre que la oportuna iniciación del trámite para la celebración del examen haya sido impedida por circunstancia grave, todo lo cual calificará la Secretaría General de la Facultad.

Le envió un cordial Saludo.

ATENTAMENTE.
"POR MI RAZA HABERA EL ESPIRITU"
Cd. Universitaria D.F., a 15 de agosto de 2001.

MTR. JORGE ISLAS LOPEZ
DIRECTOR DEL SEMINARIO.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

**MAESTRO JORGE ISLAS LOPEZ
DIRECTOR DEL SEMINARIO DE
SOCIOLOGIA GENERAL Y JURIDICA
DE LA FACULTAD DE DERECHO DE LA U.N.A.M.
P R E S E N T E .**

La alumna **MARTHA HERNANDEZ BELMONT**, con número de cuenta 8735013-7, ha elaborado bajo la asesoría del suscrito la investigación de Tesis Profesional intitulada **"ESTUDIO SOCIOJURIDICO DEL COMERCIO INFORMAL EN LA VIA PUBLICA"**, que ha elaborado para ser admitida a sustentar el correspondiente examen profesional de la Licenciatura en Derecho.

Estimo que el trabajo en cuestión reúne los requisitos que al respecto exige la normatividad universitaria, por lo que lo someto a su amable consideración para lo que Usted tenga a bien determinar, quedando a su disposición para cualquier comentario o aclaración al respecto.

Sin otro particular, me es grato enviarle un cordial saludo, reiterándole las seguridades de mi más amplia y distinguida consideración.

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"
Ciudad Universitaria, D.F. a 9 de julio del año 2001.

LIC. JOSE ANTONIO ALMAZAN ALANIZ.

Recibido: 15/07/2001

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

AGRADECIMIENTOS.

A mis padres y hermanos
por brindarme su apoyo incondicional.

A mis viejos y nuevos amigos.

A la Sra. Aurora Cervantes Lomeli
por su grandiosa colaboración.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

A mi asesor el Lic. José Antonio Almazan Alaniz
con infinito agradecimiento.

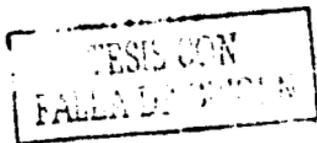
A la Universidad Nacional Autónoma de México
por darme la oportunidad de adquirir inigualables
conocimientos en sus instalaciones.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INDICE

Pág.

INTRODUCCION	-----	III
CAPITULO I. NOCIONES GENERALES.		
1.1 EL COMERCIO.		
a) Concepto.	-----	1.
b) El comerciante.	-----	3.
c) El acto de comercio.	-----	7.
1.2 ANTECEDENTES DEL COMERCIO EN MEXICO.	-----	8.
1.3 EL MERCADO.	-----	22.
a) Concepto.	-----	24.
b) Clases de mercado.	-----	24.
b.1 Mercados fijos.	-----	25.
b.2 Mercados semi-fijos.	-----	27.
c) El mercado como elemento central de la economía.	-----	28.
d) Elementos que conforman el mercado.	-----	30.
e) Las fuerzas que componen el mercado.	-----	31.
CAPITULO II. MARCO JURIDICO.		
2.1 CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.	-----	34.
2.2 REGLAMENTO DE MERCADOS 1951.	-----	37.
2.3 CODIGO DE COMERCIO.	-----	43.
2.4 LEYES COMPLEMENTARIAS.	-----	44.
CAPITULO III. EL COMERCIO INFORMAL Y SU ASPECTO SOCIOLOGICO.		
a) Concepto de Comercio Informal.	-----	53.
b) Características	-----	54.
c) Sujetos que intervienen.	-----	55.
d) Instituciones participantes.	-----	59.
e) Factores que influyen en el crecimiento del Comercio Informal.	-----	64.
f) La problemática social.	-----	69.



CAPITULO IV. TRASCENDENCIA SOCIAL Y SU PROBLEMÁTICA ACTUAL.

a) Consecuencias del Comercio Informal.	74.
b) Efectos del Comercio Informal.	78.
c) Concentración de ambulantes.	81.
d) Microcreditos.	85.

CONCLUSIONES	90.
---------------------	------------

BIBLIOGRAFIA	93.
---------------------	------------

LEGISLACION CONSULTADA	97.
-------------------------------	------------

HEMEROGRAFIA	99.
---------------------	------------

PAGINAS DE INTERNET	100.
----------------------------	-------------

TESIS CON
FALLA DE TITULO

INTRODUCCION

Uno de los problemas más serios que afronta la Ciudad de México es el del Comercio Informal (ambulante), la reordenación y la reubicación del mismo, entre otros.

Este fenómeno no es nuevo, pues ha existido desde hace mucho tiempo, pero en la actualidad su crecimiento ha aumentado considerablemente. Esto se debe a causas de diversa naturaleza como son: la migración de la provincia a la Ciudad de México, la explosión demográfica, las políticas gubernamentales, la crisis económica y sobre todo el desempleo.

Los ambulantes en el desempeño de su actividad, violan diversas disposiciones legales, ya que no cuentan en la mayoría de los casos con algún tipo de permiso, con lo que evaden al mismo tiempo el pago de impuestos, causándoles daño a los comerciantes establecidos, pues se quejan constantemente de que estos, les hacen una competencia desleal y por supuesto presionan a la autoridad para que sean desalojados.

Cabe mencionar que el comercio ambulante viola disposiciones legales y afecta intereses comunes, pero esta, no es tan grave como otras actividades que se dan día con día por las calles como por ejemplo; el robo, el secuestro, el narcotráfico, el homicidio, etc., es decir, causando un daño mayor, sino que evaden la Ley para satisfacer necesidades elementales, pues el comerciante trata de subsistir allegándose de recursos por medio de esta vía.

El desempeño de esta actividad, con el propósito de obtener recursos para la subsistencia, no justifica que se deje de cumplir con el orden establecido, el cual debe ser acatado por todos, porque las normas jurídicas son de observancia general y nadie está eximido de su cumplimiento.

El comercio ambulante no es exclusivo de una clase social, sino que la actividad es desempeñada por personas de distintos estratos sociales y es común encontrar, desde gente que no tiene ninguna preparación hasta profesionistas, jubilados, los que buscan una actividad en que ocuparse, pues el Estado no alcanza a cubrir la demanda de empleo.

Con nuestro estudio socio-jurídico del comercio informal en la vía pública, mostramos un panorama general del problema en cuestión, que va desde la aparición del comercio, pasando por las diversas etapas históricas en nuestra Ciudad, así como las distintas disposiciones legales que tratan

de regularlo, ya que como veremos no existe regulación exacta para aminorar este problema, que por supuesto causa graves daños para unos, claro esta, siendo para otros un medio de subsistencia.

No basta con los programas que el Gobierno Capitalino ha elaborado para su reubicación, puesto que es necesario terminar el problema atacándolo por diferentes frentes, ya sea económico, político y sobre todo social, porque como vemos a diario la propia sociedad es la que aclama un medio honesto de vivir, un techo para alojarse, un pedazo de pan que llevarse a la boca, cientos de necesidades que el individuo requiere para vivir.

CAPITULO I.

NOCIONES GENERALES.

ESTUDIO SOCIO-JURIDICO DEL COMERCIO INFORMAL EN LA VIA PUBLICA.

CAPITULO I. NOCIONES GENERALES.

1.1 EL COMERCIO.

El comercio es tan antiguo como la propia humanidad; su desarrollo ha ido desde un rudimentario trueque (cambio de un producto por otro, que aun se practica) hasta la venta de una muy amplia gama de productos por medios electrónicos (Internet).

La palabra Comercio deviene del latin, commercium = cum (con) y merk, mercis (mercancia), que significa "con mercancia".

Por otro lado la palabra comercio la podemos entender como el intercambio de bienes y productos que realiza el hombre para satisfacer sus necesidades, dando a cambio algo que puede satisfacer las necesidades del otro individuo, dando cierta cantidad de ganancia o utilidad.

Desde otros puntos de vista, también se le llama Comercio a la comunicación de unas gentes o pueblos con otros, a los lugares en que se concentran las tiendas, al almacén o establecimiento comercial, a la acción y efecto de comerciar.

El Comercio esta ubicado dentro de una de las ramas en que se divide la Economía Política, porque su esencia solo se ocupa de la circulación de las riquezas, pero como es una relación social, pone en movimiento al Derecho y por lo tanto el Comercio, es un fenómeno jurídico y económico simultáneamente.

1.1 a. CONCEPTO DE COMERCIO.

El Comercio ha sido desde las primeras sociedades humanas, una actividad determinante en la vida y evolución de estas, al grado de ser motivo de la creación de centros de población, de vías de comunicación y establecimientos comerciales.

En seguida se mencionan algunos autores que otorgan el concepto del Comercio: "El Comercio es el proceso a través del cual la sociedad se organiza para que bienes materiales y servicios fluyan de quienes los producen a quienes los consumen..." (1).

(1) Graf, Ma. Del Carmen. Desarrollo del pequeño y mediano Comercio, Comercio y Desarrollo. Enero - Marzo, 1980.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

"Comercio significa, toda actividad de intercambio de productos, de bienes, de servicios o de intermediación con propósito de lucro (lucro significa, ganancia o utilidad)" (2).

"El Comercio es un proceso de intercambio social y económico a través del cual se acercan compradores y vendedores para satisfacer sus necesidades..." (3).

De lo anterior podemos mencionar, que todos los aspectos que se toman en cuenta para dar un concepto son causa y efecto de las actividades comerciales, ya que se cuenta con aspectos físicos, sociales y jurídicos que son esenciales para la creación de la propia actividad comercial.

CLASIFICACION DEL COMERCIO.

Atendiendo las diferentes circunstancias en que se realiza el Comercio, se clasifica de la siguiente manera:

A) **COMERCIO INTERIOR:** El que se realiza entre personas físicas o jurídico colectivas, que residen dentro de un mismo país; dentro de este hay otras clasificaciones:

"a) Comercio al mayoreo: Es aquel en donde intervienen los productores e intermediarios de un bien, sin tener contacto con el consumidor final de un mismo bien

b) Comercio al detalle: Es aquel en donde el comerciante o fabricante, trata directamente con el consumidor o usuario del producto" (4)

B) **COMERCIO EXTERIOR:** Es el que se realiza con personas que viven en distinto país, quedando dentro de este el Comercio Internacional, que es el realizado entre los gobiernos de diferentes naciones.

C) **COMERCIO TERRESTRE:** Es una rama del Derecho Mercantil, y son aquellas operaciones que se hacen en el suelo de las naciones.

D) **COMERCIO MARITIMO:** Es otra rama especial que se encuentra dentro del Código de Comercio, y que son operaciones realizadas en altamar

E) **COMERCIO AL MAYOREO:** Es el que se realiza en gran escala, casi siempre entre fabricantes y distribuidores quienes después revenderán los productos a los consumidores

F) **COMERCIO AL MENUDEO:** Consiste en la venta de productos al consumidor pero a menor escala, en menor cantidad, pieza por pieza

(2) Díaz de Cossio, Roger. Objetivos y programas del sector comercio, Comercio y Desarrollo. Septiembre - Octubre. 1977. Pág. 22

(3) Mukdoon Juan - Servije, Daniel. El Comercio de alimentos en México, México 1984. Editorial Trillas. Pág. 59

(4) Ramírez Valenzuela, Alejandro. Introducción al Derecho Mercantil y Fiscal, México. Editorial Limusa. Pág. 22

- G) **COMERCIO POR CUENTA PROPIA:** Es el que realizan los comerciantes cuando son propietarios de los productos que venden, por haberlos adquirido para tal fin.
- H) **COMERCIO EN COMISION O POR CUENTA AJENA:** Es aquel que realizan los comisionistas o consignatario, que se dedican a vender productos que no son de su propiedad, si no que se los han encomendado en comisión o en consignación, por cuyas operaciones de venta reciben una comisión previamente establecida entre comisionistas y comitente (5).

El Comercio lo pueden ejercer las personas físicas y las personas jurídico colectivas siempre que tengan la capacidad legal para hacerlo.

Esta es una clasificación muy amplia, puesto que abarca casi toda la actividad sociojurídico – estatal, ya que así podemos darnos cuenta que cada sector esta sujeto a relaciones sociales, leyes, reglamentos, reglas morales y de costumbre que son necesarias para el desarrollo humano en sociedad.

1.1 b EL COMERCIANTE.

Generalmente se ha conocido al Comerciante, como el marchante o mercader, que en sus orígenes era el que compraba o vendía, convirtiéndose desde ese entonces en el intermediario entre aquellos que tenían satisfactores y deseaban cambiarlos, aquellos que necesitaban adquirir lo que se ofrecía a cambio, configurándose así los comerciantes, como la persona física o jurídico colectiva que realiza la actividad económica como intermediador entre quien produce los bienes y servicios, que satisfacen las necesidades y quien las consume con fines de lucro, (ganancia o utilidad) (6).

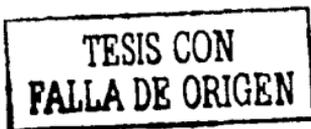
Los comerciantes individuales y las Sociedades Mercantiles que se dedican en forma constante y habitual a la celebración de estos actos reciben el nombre de Comerciantes.

El Código de Comercio reconoce como Comerciantes a las persona o instituciones que a continuación se mencionan: artículo 3°.

- I. Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de el su ocupación ordinaria o habitual.
- II. Las sociedades constituidas con arreglo a las Leyes Mercantiles (Sociedades Mercantiles).
- III. Las Sociedades Extranjeras o las Agencias y Sucursales de estas, que dentro del territorio Nacional realicen Actos de Comercio

(5) Ramírez Valenzuela, Alejandro. Ob. C.º. Pág. 23.

(6) Rodríguez Rodríguez, Joaquín. Derecho Mercantil, Editorial Porrúa. Tomo I, 8ª edición. México 1969. Pág. 4.



A continuación se mencionan algunos criterios de la palabra Comerciante:

CRITERIO MATERIAL DEL COMERCIANTE: Serán comerciantes aquellos que de un modo efectivo, se dediquen a realizar ciertas actividades catalogadas como mercantiles.

CRITERIO FORMAL DE COMERCIANTE: son comerciantes los que adoptan una determinada forma o se inscriben en ciertos registros especiales.

En el Derecho Mexicano se aplican los dos sistemas, el Comerciante individual aplica el criterio material y los comerciantes sociales el formal.

De acuerdo a lo anterior, se define que para manejar ambos criterios, es necesario saber la actividad del individuo que funge como Comerciante, puesto que, de acuerdo a la actividad que realice se podrá encasillar o clasificar en uno de los dos criterios.

CONCEPTO LEGAL DE COMERCIANTE.

Como se ha señalado, la fracción I del artículo 3° del Código de Comercio reputa en Derecho comerciantes a las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria. En esta hay dos elementos, el de la capacidad y el del ejercicio del comercio como ocupación ordinaria

"La doctrina tradicional da su punto de vista de la Ocupación Ordinaria; no es necesario para que esta exista que absorba por completo la actividad del individuo o que consagre a ella todo su patrimonio. Ni siquiera se exige para adquirir la calidad de Comerciante que la ocupación en el comercio sea la principal. Basta con ocuparse de él de manera accesoria, con tal que sea ordinaria; basta dedicar a especular mercantilmente una parte, cualquiera que sea del patrimonio, para que se cumpla el requisito de la ocupación ordinaria en el comercio, es suficiente en una palabra la reiteración de actos mercantiles aptos para conferir la calidad de comerciante" (7) Para comprender la fracción I del artículo 3° del Código de Comercio, se debe distinguir entre la capacidad para ser comerciante y la capacidad para actuar como comerciante.

CAPACIDAD PARA SER COMERCIANTE: La tiene como regla general, cualquier persona, sin que a ella se atribuyan las incompatibilidades y prohibiciones que la Ley establece, tomando en consideración la persona misma del presunto comerciante, ni las restricciones que las leyes especiales imponen para determinadas ramas de la actividad mercantil Banca, Seguros, Industria Eléctrica, Fianzas, Explotación Forestal, etc)

(7) Mantilla Molina, Roberto Derecho Mercantil, Editorial Porrúa México 1993. Pág. 97.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPACIDAD PARA ACTUAR COMO COMERCIANTE: Es decir la aptitud que tiene el individuo de realizar la actividad de comerciante, para ello se debe de tener Capacidad Jurídica, es decir, (ser mayor de edad y que no este impedido física y mentalmente) que sea capaz de ejercer determinada actividad comercial, para ello es necesario distinguir, tal situación del mayor de edad que no ha sido declarado en estado de interdicción, que tiene sus capacidades plenas (artículo 5° Código de Comercio)

Dentro de tal situación se presentan algunos inconvenientes para ejercer con plenitud el comercio como son: La incapacidad y algunas prohibiciones que la Ley establece para ejercer el comercio.

En cuanto a los Incapacitados, en el artículo 450 y el 635 del Código Civil para el Distrito Federal, se mencionan tales incapaces para ejercer el comercio como lo son: los menores de edad, los emancipados, los locos, idiotas e imbeciles, los sordomudos que no saben leer ni escribir, los ebrios consuetudinarios y los adictos a drogas y enervantes, por lo tanto no pueden realizar validamente actos jurídicos y por consiguiente, tienen prohibido ejercer el comercio por si mismos.

Sin embargo los Incapacitados serán comerciantes por medio de sus Representantes Legales

"De igual modo si un Comerciante es declarado en estado de interdicción, su tutor podrá continuar explotando la negociación de la que es titular el incapacitado, que no obstante su interdicción, conservara el carácter de Comerciante". (8)

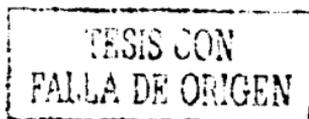
Existen algunas Incompatibilidades y Prohibiciones para ser comerciante como son

INCOMPATIBILIDADES: El Código de Comercio establece sólo un caso de incompatibilidad, la Correduría (artículo 12° fracción I) (que son auxiliares del comercio), la Ley del Notariado para el Distrito Federal (1979) declara que las funciones del notariado son incompatibles con ... el ejercicio de la profesión... de comerciante (artículo 17°). Los agentes aduanales no pueden ejercer el comercio por cuenta propia (artículo 143 al 149 Ley Aduanera)

PROHIBICIONES El Código de Comercio contiene dos prohibiciones; los quebrados que no hayan sido rehabilitados y los reos por delitos contra la propiedad (artículo 12° fracción II y III)

La Profesión Mercantil, por si misma impone a quienes la ejercen algunos deberes jurídicos y eventualmente les confiere derechos, o a lo menos, es tomada en consideración por las normas jurídicas

(8) Mantilla Molina, Roberto. Ob. Cit. Pág. 89.



Existen algunas obligaciones comunes que se aplican a todos los comerciantes, las cuales se mencionan en el artículo 16° del Código de Comercio y que son:

- a) Anuncio o aviso de la calidad mercantil.
- b) Inscripción de documentos en el Registro Público de Comercio.
- c) Llevar contabilidad de las operaciones efectuadas.
- d). Guardar la correspondencia relacionada con las operaciones del negocio.

Existen obligaciones especiales por ejemplo; los comerciantes dedicados a determinadas actividades que están sometidos a obligaciones especiales, como destilería, venta en abonos, comerciantes ambulantes, etc.

Conforme a las Leyes Fiscales, los Comerciantes que no llevan contabilidad, pueden agruparse en Cámaras de Pequeños Comerciantes (artículo 10° Cámara de Comercio y de la Industria), también a los comerciantes cuya actividad se circunscribe dentro del territorio de los Mercados Públicos Municipales y del Distrito Federal, o que tengan el carácter de Comerciantes Ambulantes, se inscribirán en las Unidades de Comerciantes de Mercados Públicos Municipales y Ambulantes

El Profesor Cervantes Ahumada, menciona que el pequeño comerciante que no tiene establecimiento, que generalmente es informal o ambulante y que compra para revender, en una palabra estricta es comerciante, pero aunque el Código de Comercio no lo excluye de las obligaciones propias de los comerciantes, la Costumbre Mercantil y las Leyes Fiscales, si lo consideran excluido

"Ante el silencio de nuestra Legislación Mercantil, respecto al Comerciante Ambulante, no es en estricto derecho comerciante, porque carece de una empresa mercantil en explotación" (9).

El profesor Mantilla Molina, define al Comerciante, " como hombre que se dedica a interponerse para satisfacer el cambio de satisfactores" (10).

Significa que el hombre (comerciante) es el intermediador entre los productos que se ponen a la venta y los consumidores, que son individuos que compran y venden los productos para satisfacción de sus necesidades.

(9) Cervantes Ahumada, Raúl. Derecho Mercantil, 1er. Curso, Editorial Porrúa. México 1975. Pág. 26.

(10) Mantilla Molina, Roberto. Ob. Cit. Pág 3.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1.1 c EL ACTO DE COMERCIO.

En cuanto al Acto de Comercio, la Legislación Mercantil enumera una serie de actividades comerciales que llevan el propósito de lucro y que forman en conjunto, lo que se llama Comercio.

Acto de Comercio es toda manifestación de voluntad susceptible de producir efectos jurídicos dentro del ámbito de la realidad reservada al Derecho Mercantil.

Aun cuando los legisladores han desistido del propósito de dar una definición de Acto de Comercio, probablemente por reputarla imposible, muchos mercantilistas se han propuesto reducir una lista de actos de comercio, que se ha pretendido también aplicar al Derecho Mexicano y esta lista esta contenida en el artículo 75 del Código de Comercio. Que de manera enunciativa más no limitativa señala el acto de comercio, que estableco diferentes actividades estrictamente vinculadas a la actividad mercantil.

Para el Profesor Cervantes Ahumada, "El Acto de Comercio, no es una categoría jurídica esencial, sino formal, derivada de las disposiciones legales" (11).

Para poder clasificar a los Actos de Comercio es necesario mencionar algunas clasificaciones, las cuales nos ayudan a identificarlos como actos mercantiles o civiles.

CLASIFICACION DEL ACTO DE COMERCIO CONFORME A LA DOCTRINA.

De acuerdo con el artículo 1º del Código de Comercio, las disposiciones de éste, son aplicables sólo a los actos mercantiles, se encuentran regulados por él mismo y las leyes especiales; sin embargo el Profesor Mantilla Molina, afirma que "hay actos que no son esencialmente civiles, ni mercantiles sino que revisten otro carácter los denomina Actos de Mercantilidad Condicionada".

Tales actos pueden subdividirse en dos grupos, si se piensa que la mercantilidad de un acto puede estar condicionada por alguno de sus propios elementos, o bien resultar de su conexión con otro acto, que por si mismo haya adquirido el carácter de Mercantil.

ACTOS PRINCIPALES DE COMERCIO. Atendiendo al sujeto que realiza el acto, en atención al fin o motivo y en atención a su objeto

ACTOS ACCESORIOS O CONEXOS. Son actos que existen en virtud de otros a los cuales proceden, es decir, de la realización de otros actos; estos son en consecuencia o en relación a estos. Por ejemplo, la prenda para garantizar un préstamo.

(11) Cervantes Ahumada, Raúl. Ob. Cit. Pág. 459.

Todo acto necesita como un negocio jurídico de:

- a) Sujeto que lo realiza.
- b) Voluntad que persigue la realización de un fin concreto.
- c) Objeto.

En atención a estos elementos esenciales, podemos clasificar los actos de comercio contenidos en el artículo 75 del Código de Comercio de la siguiente manera:

- a) En atención al sujeto que realiza el acto, fracción XXIII.
- b) En atención a su fin o motivo, fracciones I, II, IV a XI, y XIV.
- c) En atención a su objeto, fracciones III, XV, XIX.

De lo anterior podemos mencionar, que dar una definición exacta del Acto de Comercio, es difícil, ya que existe una muy amplia gama de actividades mercantiles; sin embargo, considero, atendiendo a la naturaleza de dichos actos, que el Acto de Comercio es toda manifestación de voluntad susceptible de producir efectos jurídicos dentro de el ámbito de la realidad reservado al Derecho Mercantil.

1.2 ANTECEDENTES DEL COMERCIO EN MEXICO.

Entre las primeras civilizaciones, al Comercio no se le conocía como tal, sino que ha medida que paso el tiempo, se le fue conociendo como un medio de cambio; entre los individuos que necesitaban productos para subsistir y que ellos mismos no podían elaborar, por ser insuficientes sus herramientas o productos para fabricarlos, por lo tanto es necesario el medio de cambio de satisfactores al cual se le llamo "Trueque".

No solo en nuestro país se conoció el trueque, los historiadores dicen que éste fue el medio de cambio, y que así se dio el fenómeno de comerciar hasta que se creo la moneda se le dio un nuevo nombre "COMERCIO".

En la antigüedad fueron los Persas, Hebreos, Hindúes, Arabes, Fenicios, Griegos y Romanos los que destacaron en la practica de actividades comerciales, según datos que existen de aquella época

Con sus guerras y conquistas territoriales los Persas impulsaron notablemente el Comercio en Asia, estableciendo vías de comunicación más seguras en los mercados que iban conquistando. Los Fenicios se caracterizaron por la instalación de fabricas y el acondicionamiento de puertos marítimos.

Fueron también éstos, los que reglamentaron la actividad comercial, mediante tratados que dieron lugar a la celebración de las operaciones a crédito tan usuales en nuestro tiempo

Al iniciarse el desarrollo de la actividad comercial, se sintió la necesidad de un medio de cambio más efectivo como el dinero, principalmente el uso de

monedas de oro y plata, para que pudieran ser aceptados en diferentes países, que se dedicaban ya al Comercio.

Los Griegos fueron los que comenzaron a generalizar el uso de la moneda acuñada, para facilitar la realización de las transacciones comerciales. Los Romanos siempre se caracterizaron por sus conocimientos y organización del Derecho, alcanzando una Legislación destacada en la rama del Derecho Mercantil, siendo los precursores de los sistemas de promoción de ventas, mediante la instalación de ferias y mercados, cuyos sistemas han perdurado hasta nuestros días.

EL COMERCIO DE LA EPOCA PREHISPANICA.

Desde la fundación de Tenochtitlan en 1325, las características del Islote y el ingenio de los Mexicas fueron determinantes para que este grupo social se inclinara por la actividad comercial. Una vez instalados en su demarcación, los Mexicas enfrentaron varios problemas, la disminución de tierras para el desarrollo de la agricultura, la falta de comunicación con otros pueblos, la escasez de algunos alimentos, entre otros.

A modo de solución utilizaron un antiguo método; la fabricación de "Chinampas", pero los materiales para su construcción eran insuficientes, debido a la falta de madera para cercar sus cultivos. Contaban con una gran cantidad de productos lacustres, en menor medida productos agrícolas y de caza, también carecían de otros productos igualmente necesarios e importantes.

En consecuencia, trataban de subsistir con sus deficiencias o bien buscaban la manera de obtener de los demás individuos lo que les era menester.

Los Mexicas optaron por pescar todo tipo de peces, además de ranas y culebras, etc., a cazar patos, gallaretas, conejos y otras aves, después conociendo los días de mercado en los diferentes pueblos, cargaron sus productos y fueron a cambiarlos por piedra, madera y otros productos para el sustento diario.

Como puede verse, la variedad de productos explotables encausaron a los Mexicas, en un principio hacia una economía basada en la explotación del medio ambiente y el comercio. Con ello se dio el primer gran desarrollo de la ciudad de Tenochtitlan, hombres y mujeres iban con su carga a los mercados y regresaban con los materiales para construir, junto con otros productos básicos.

Así el crecimiento de la ciudad se fue logrando por medio de un gran desarrollo en la producción, seguido de un estrecho intercambio.

Tiempo después, con las tierras suficientes para la agricultura, los Mexicas pudieron especializarse en las distintas ramas de la producción, resultando de esto

la formación de por lo menos un Mercado propio dentro de Tenochtitlan, en donde la gente podría realizar el trueque de productos y obtener el abasto necesario para su cotidiano mantenimiento. Tanto Hernán Cortes como Bernal Díaz del Castillo, coinciden en que era "cosa de admirarse" el orden en que los indígenas ejercían el comercio en sus plazas o mercados. La principal plaza se encontraba en Tlatelolco, en donde a los mercaderes se les llamaba "Pochtecas", los cuales se hallaban muy bien organizados y gozaban de un gran prestigio social.

Los mercaderes reportaban grandes ventajas a la Nación Azteca, dado que a la par de hacer sus funciones comerciales llevaban a cabo actividades como: embajadores, espías y cartógrafos al viajar a reinos y zonas vecinas con las que comerciaban. La producción agrícola y artesanal se organizaba asignando distintas especialidades a cada uno de los calpullis o barrios. Así, se desarrolló una clase muy variada de artesanos que vendían sus productos en los mercados.

El historiador Fray Bernardino de Sahagún contó sesenta variedades de comerciantes de los cuales, tres cuartas partes vendían bienes de consumo y el resto vendía productos manufacturados. "Resulta interesante saber que no todos los habitantes de Tenochtitlan asistían al mercado, y las mercancías estaban destinadas a los diferentes rangos sociales de quienes las adquirían. Es decir, existía una clara diferenciación en el pueblo Mexicano..." (12)

El Trueque ocupaba un papel preponderante en todas las operaciones comerciales, fundamentalmente en las que realizaban con los demás pueblos, otra parte del comercio se efectuaba empleando en calidad de moneda, granos de cacao, telas, conchas y oro en polvo.

Ya desde entonces la mercancía y los comerciantes se agrupaban en distintas secciones en las plazas. Todos los que vendían verduras ocupaban cierto espacio, los artesanos otro y a sí sucesivamente. Dentro de los mercados indígenas, el elemento esencial era el Tianguis, cuya característica principal era su área abierta en comunicación con el cielo y estaba construido por elementos ligeros de usos múltiples y transportables, como guacales, petates, y otates (bastones), cuerdas, cestos y jarros.

"Para cada mercancía estaba destinado un lugar y la venta se realizaba por pieza y medida, había además dentro del mercado Tribunales especiales dedicados a resolver las controversias entre compradores y vendedores del tianguis mandándose a castigar a los delincuentes, pues el robo y otros delitos cometidos en el mercado eran castigados con mayor rigor que los cometidos en otros sitios" (13).

(12) Villaseñor Báez, Luis Francisco. La Arquitectura del Comercio en la Ciudad de México, CANACO. México 1982.

(13) Katz, Friedrich. Situación Social y Económica de los Aztecas durante los siglos XV y XVI, Editorial UNAM. México 1966. Pág. 62.

El oficio de los mercaderes era muy honrado, y ninguno de ellos era vicioso, tenían y guardaban mucho las doctrinas y consejos de los viejos.

Los mercaderes hacían un banquete en el cual daban de comer carne humana, esto era una fiesta llamada "Panquetzalitli". Para tal evento compraban esclavos que se llamaban "Tialtilin", que quiere decir lavados, porque los lavaban y los regalaban para que los engordasen, para que su carne fuese mas sabrosa cuando los hubiesen de matar y comer. Los esclavos eran vendidos en Azcapotzalco, era una feria donde toda la comunidad de comerciantes y mercaderes era invitada para comerciar con los esclavos y con otros productos.

Los Pochtecas o comerciantes se organizaban en caravanas para llevar a aquellos lugares, esclavos y productos de la industria de los mexicas a cambio de piedras, metales, pieles, telas, trabajos de plumas, productos agrícolas de otras culturas y regiones más fértiles.

Algunos comerciantes gozaban de grandes privilegios no solo por su riqueza, sino por los grandes servicios que prestaban con sus informaciones y espionajes, por lo que tenían que exponerse a grandes y numerosos peligros; la muerte de uno de ellos causada por otro pueblo, era considerada tan grave como la muerte de un Embajador, cuyas funciones muchas veces les eran confiadas.

Formaban un gremio con estricta ordenanza y tenían su propio Tribunal en Tlatelolco. Cuando se disponían a hacer una expedición nombraban a un "Pochtecallaloque" o jefe de los comerciantes que dirigían la marcha; sacrificaban codornices y las ofrecían a los dioses del fuego, de la tierra y de los caminantes, según costumbres de toda solemnidad en aquel pueblo, se sangraban las orejas y la lengua.

Después de recibir instrucciones de su gobierno partían, llevando como distintivo un bastón negro y un abanico, aveces se tenían que disfrazar como los habitantes de los lugares por donde pasaban, para no ser hostilizados (14).

Los grupos y mercaderes en su conjunto, entregaban tributo al Monarca de la Ciudad que consideraba su centro de operaciones, para pagar la protección militar y el acceso a la plaza del mercado.

Los Pochtecas que eran mercaderes y viajeros, especializados en lo que hoy se conoce como Comercio Exterior, ya que realizaban sus transacciones no solo fuera de el lugar de su residencia, sino fuera de las fronteras del Imperio Azteca.

Los comerciantes constituían una sociedad senada en el seno del conjunto Azteca, el cargo de comerciante pasaba de padres a hijos.

(14) Ezquivel Obregon, Teresa. Apuntes para la Historia del Derecho en México, Tom. I. México 1984. Editorial Pomua. Págs. 282, 283.

Los Pochtecas formaron corporaciones que se encontraban ubicadas en diez ciudades y aldeas que fueron: Texcoco, Azcapotzalco, Huitzilopochcol, Huexotla, Coautitlan, Coatlinchan, Chalco, Otumba, Tenochtitlan y Tlatelolco.

Los principales Mercados aztecas del valle de México eran los de la ciudad, - isla de Tenochtitlan - Tlatelolco, se reunían grandes multitudes en los mercados a diario y en especial cada cinco días, bajo la supervisión del Tlatoani (Rey) de la comunidad.

Como era lógico, cada región había desarrollado producciones primarias y artesanías de acuerdo con su flora y fauna derivadas de su clima, y de acuerdo con sus recursos minerales. Surgieron así especializaciones regionales, pues unos pueblos tenían muy bella alfarería, otros trabajaban las plumas de las aves que abundaban en la zona, otros eran conocidos por sus instrumentos de piedra y así indefinidamente.

Tal especialización de la producción condujo, a los mercados por ejemplo: El de Cholula era renombrado por su alfarería, objetos metálicos, textiles y arte plumario; el de Texcoco tuvo fama por su ropa, loza y jicaras; en Otumba se vendían aves; Acolman se había especializado en vender toda clase de perros, sobre todo comestibles.

"Los mercados de Azcapotzalco e Izucan, estaban dedicados a la venta de esclavos, pero esta especialización se debía más bien a razones históricas y a mandamientos de la autoridad" (15).

Los mercados generalmente estuvieron situados junto a templos alojados en construcciones de piedra con techos de palma. En las esquinas de los mercados había especies de Cortes Mercantiles y Judiciales; existiendo un jefe especial que cuidaba de todo, controlando las medidas, fijando los precios, evitando los abusos castigando los engaños y robos, ejerciendo funciones de verdadero juez. Sin duda alguna, por los tiempos cercanos a la Conquista, el comercio tenía una gran importancia en la vida económica, habiéndose convertido en una fuente de ingresos y en el medio mas viable para procurarse de las materias primas y objetos de lujo que eran necesarios, así como medio para el desarrollo de nuevas ideas y hábitos culturales.

EL COMERCIO EN LA EPOCA COLONIAL.

Un cambio radical se suscitó en la organización social de la Ciudad de México. La caída de los Mexicas en manos de los conquistadores ibéricos, dejó secuelas de desolación y destrucción; pero al mismo tiempo se suscitó la necesidad de crear un nuevo México, el Colonial que duró aproximadamente 350 años.

(15) Calderón Francisco, R. Historia Económica de la Nueva España. Editorial F.C.E. México 1988. Pág. 77..

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Las características del comercio en la Nueva España en la Epoca Colonial, se inicia con el descubrimiento del Nuevo Mundo, pues el intento que movió a los Reyes de España, así como a los descubridores fue el de lograr una vía de comunicación con los países de las especies de Oriente, por eso fue que Cristóbal Colon se lanzó a la aventura con la idea única de abrir una nueva ruta de comercio. Los privilegios otorgados a Cristóbal Colon, en las Capitulaciones de Santa Fe el 17 de Abril de 1492, por los Reyes Católicos, en los cuales Colon y el Tesoro Real podían llevar a España mercancías de tierras descubiertas, estableciendo aduanas en las puertas que se abrieron, para depositar las mercancías traídas de Europa y las que pretendían llevar de las tierras descubiertas, así como controlar el tráfico marítimo con los barcos en que se cargaron, estableciendo con ello las características del Comercio.

Esto es lo que se refiere al Comercio Internacional, pero mientras esto ocurría en las Costas, dentro de las Ciudades o Colonias Conquistadas por los Españoles, en Tenochtitlan surgieron varias dificultades y desastres, lo cual causó gran conmoción con los indígenas del pueblo conquistado.

Organizándose así una serie de conflictos, guerras, sometimientos y sobre todo la renuncia a determinadas costumbres que con la Conquista se fueron perdiendo.

Esto se vio reflejado en el vestir, en la forma de comer, de hablar, pero aun así perduraron las costumbres principales, cazar, cosechar y sobre todo comerciar.

Después de un tiempo se inicia la reestructuración social, religiosa, económica y legal del México colonial, dando paso a la nueva vida de los indígenas.

Los Españoles por su parte crearon ayuntamientos donde concentraron sus ejércitos y se crearon así las zonas permitidas para vivir en los lugares señalados por Cortés, quedando los naturales alejados de los Españoles para evitar conflictos.

No obstante, con las imposiciones de los Españoles, siguió el Comercio dando paso a que los intercambios de productos continuaran, aunque el orden que tenían los indígenas en sus mercados comenzó a perderse.

Los Jueces de los mercados que quedaron, se dedicaron al arreglo de disputas comerciales, al castigo de los delincuentes y a la recaudación de los derechos que los comerciantes indígenas pagaban por exhibir sus productos.

Cuando el control de los Mercados Urbanos pasó a manos de las Autoridades Españolas, es probable que los cargos indígenas llegaran a su fin, las comunidades más alejadas conservaron la costumbre anterior por más tiempo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La temporada de mercados se ajustó al calendario cristiano y cambió a intervalos semanales, esto porque "los religiosos pedían que el mercado se celebrara en días que no fuesen domingos, pues la euforia del mercado le quitaba la devoción a la misa" (16); porque estaban ubicados en las plazas parroquiales, cambiándolos de lugar, dando paso a que las plazas se ampliaran en lugares no destinados para comerciar.

Los mercados de Tlatelolco y Texcoco, que fueron importantes en los tiempos de la Conquista, desaparecieron como centros comerciales por la decadencia económica, acompañada por la pérdida de población y desuso de costumbres, como la venta de esclavos y la venta de perros para la crianza.

"En el Siglo XVI, se toman medidas para reunir a los vendedores en las plazas, pero estas no tuvieron éxito, y en al siglo XVII, se permitió a los indígenas vender libremente dentro y fuera de las plazas" (17).

Las comunidades que ofrecían bienes por los que había una demanda constante, mantuvieron sus mercados especializados, siendo el ejemplo mas notable el mercado de cerámica de Coautillan. Otros aumentaron en importancia como centros comerciales; a finales del Siglo XVII y en el XVIII, el mercado del viernes en Chalco Atenco se había convertido en un gran acontecimiento y a él acudían por tierra y por agua un gran número de personas.

Los mercados de la Ciudad de México quedaron totalmente subordinados a los Reglamentos Españoles en los Siglos XVII y XVIII, no así en los pueblos, la costumbre de pagar al Tiatoque por los privilegios que tenían los vendedores en el mercado continuo, en tanto que la autoridad siguió siendo representada por los caciques en los mercados.

Una vez que el Gobierno Virreinal se hizo cargo de la Administración de los Mercados este Tiatoque se siguió pagando pero se le conoció con el nombre de "Alcabala", que consistía en la entrega de un porcentaje sobre el precio de la cosa vendida que el vendedor debía entregar al fisco.

El escritor López Rosado, Diego, menciona en su obra tres clases de alcabalas :

- a) Fija: las que pagan los vecinos por las transacciones hechas en el pueblo de vecindad
 - b) De viento: la que se paga en los mercados.
 - c) De altamar: se pagaba en los puestos por el comercio de artículos extranjeros.
- (18).

(16) López Rosado, Diego. Curso de Historia Económica de México, Editorial UNAM. México 1981. Pág. 121.

(17) Gibson, Charles. Los Aztecas Bajo el Dominio Español 1519-1819, Editorial Siglo XXI. 11ª Ed. México 1991. Pág. 367.

(18) López Rosado. Ob. Cit. Pág. 122.

En 1528, se expidió un ordenamiento que prohibió a los Españoles comerciar con los indígenas en sus mercados y comprar a estos para revender; pero estas medidas fueron violadas constantemente, inclusive por las mismas autoridades encargadas de vigilar su cumplimiento.

"En 1551, se establecieron sistemas de aprendizaje como en los gremios españoles, así como un examen por medio del cual se podía obtener licencias virreinales para ejercer el Comercio Ambulante o para establecer talleres." (19).

La Historia de los Mercados Indígenas se fue uniendo gradualmente a la de los Españoles, su principal intención fue hacer un comercio aparte.

Los Indígenas eran eximidos de la Alcabala, mientras su tráfico fuera en artículos fabricados por ellos mismos y en esta medida, la separación del Comercio Indígena y el Comercio Español se mantuvo hasta el final de la Epoca Colonial.

Para el año de 1658, durante el Virreinato de Francisco Fernández de la Cueva Duque de Albuquerque, se comenzó a establecer en la Plaza Mayor, dentro del Mercado El Parian, un mercado con características muy similares; este era conocido con el nombre de "El Baratillo", considerado así:

"Se hizo, o le hizo la necesidad y la miseria de los pobres que venden en aquel puesto y lugar sus cortas alhajas menudas, baratijas para remediar su miseria, con la miseria de lo que dan por ellas por su despreciable calidad y baja estimación por viejo no se vende, ni expone a comprador en lugar más recomendable como tienda o cajón se lleva al Baratillo, donde suelen asistir compradores de la esfera y calidad que son las cosas que ahí se vendían y traficaban; esto es en suma el Baratillo..." (20)

"El Baratillo se considero como el principal lugar de Comerciantes Ambulantes de la Epoca Colonial, en donde se podían adquirir productos a precios mas bajos de los que regían en el mercado formal.

Seguramente a él asistieron los grupos de población más desprotegidos, lo que probablemente indujo a las autoridades de la época a pensar en la posibilidad de quitarlo definitivamente de la urbe; inconscientemente lo dirigieron a la ilegalidad, a subsistir y funcionar fuera de las Leyes establecidas por el Gobierno.

La Plaza Mayor constituyó el eje de la vida Colonial, tanto por lo que en ella ocurría como a sus alrededores. De sus vanos destinos, el de haber servido de Mercado en donde se realizaba una desorganizada y anárquica actividad comercial, fue la plaza principal hasta 1798

(19) Gibson Charles. Ob. Cit. Pág. 410.

(20) Archivo General de la Nación. Mercados, 3728. Expediente 2, Folio 4.

Hacia finales del Siglo XVIII, el Mercado del Parian principal centro de abasto de la Ciudad de México durante ese siglo, ubicado en el corazón de la urbe, era insuficiente para albergar al cada día mayor número de comerciantes; los Ambulantes se habían multiplicado, invadiendo toda la Plaza Mayor y las principales calles del Centro.

Esta situación traía una serie de problemas para el ayuntamiento, bloqueo de tránsito, insalubridad por las grandes cantidades de basura, aumento de la delincuencia, pero sobre todo impedía que el ayuntamiento acrecentara sus áreas pues los Ambulantes evadían fácilmente a los "Diputados de la Ciudad", quienes se encargaban del cobro de impuestos y rentas en los mercados.

Para resolver estos problemas, el Virrey Juan Vicente de Güemes Pacheco, Segundo Conde de Revillagigedo, ordenó que todos los Ambulantes de la Plaza Mayor fueran concentrados en un solo lugar para tener mayor control de la cobranza de los impuestos; así en 1792 con la inversión aproximada de cuarenta y cuatro mil pesos, se terminó de construir la Plaza de El Volador, en el espacio que ocupa actualmente la Suprema Corte de Justicia de la Nación. Con el tiempo éste se convirtió en el principal centro de abasto de la ciudad, privilegio que le correspondía al Parian.

El Mercado Cruz de Factor, fue el segundo en importancia, inaugurado el 27 de Junio de 1793, aglutinaba puestos de ropa vieja, fierros, herrajes, vidrio, talabartería y cuchillería, que estaban instalados en la Plaza Mayor muy cerca de El Parian. Con el tiempo este sitio fue conocido con el nombre de "El Baratillo Menor" para diferenciarlo del Baratillo Mayor, que se encontraba ubicado en el interior del mercado El Parian.

El Parian fue saqueado en 1828, saliendo de ahí sus comerciantes los cuales se dispersaron por Plateros y otras calles centrales, siendo demolido el edificio en 1843. Del antiguo esplendor comercial de la Plaza Mayor solo quedó en pie El Portal de Mercaderes considerado en el Siglo XVI como el Centro Comercial de México. (21).

EL COMERCIO EN EL MEXICO INDEPENDIENTE.

En los primeros años de la vida independiente, el Comercio de la Ciudad de México se desarrolló siempre en torno a la Plaza Mayor y siguiendo las rutas de acceso de mercancías.

(21) Valencia, Enrique. La Merced Estudio Ecológico y Social de una Zona de la Ciudad de México, INAH. 1ª Edición. México 1965. Pág. 66.

En este periodo, el principal problema al que se enfrentaba el Comercio Interior fue el de la Inestabilidad Política del País. La producción interna era muy limitada por lo que se tenían que importar mercancías, las cuales solo podían ser adquiridas por una pequeña parte de la población debido a sus elevados precios, y el sector que se dedicaba al comercio era muy pequeño en comparación con los jornaleros, agricultores y los obreros industriales.

Cerca de las dos terceras partes de la actividad comercial se desarrollaba en la Zona Central que incluía a la Ciudad de México, la cual era el importante asiento de dicha actividad.

"En 1854, existían doscientos mil habitantes y tenían sevecientos treinta y seis tiendas y tendajones que se encontraban por todos los rumbos de la Ciudad. La mayoría de ellos eran cubiertos y salvo los mercados estaban destinados a la habitación de sus propietarios, tenían acceso directo desde la calle, un mostrador a medio cuarto y una estantería en los fondos; la trastienda estaba formada por bodegas..." (22).

Con estos pequeños centros comerciales, que distribuían dentro de la Ciudad los productos de primera necesidad y que a ellas acudían las familias acomodadas de los pueblos ya que vendían los productos a un elevado costo, puesto que tenían que comprar y redoblar la ganancia.

Estas tiendas o tendajones, existieron mucho tiempo ya que se hacía cómodo comprar en ellas y sobre todo que se encontraba la mayoría de los productos requeridos. También existían para la clase baja los días de Tianguis o de Mercado, que se ponían a ofrecer sus legumbres, frutas, flores que entraban al Centro de la Ciudad a ofrecer sus productos a un bajo costo.

A mediados del Siglo XIX aparecieron los primeros Almacenes Departamentales, algunos de los cuales aun existen (Puerto de Liverpool), en 1891 se construye el primer edificio con estructura metálica y que excedió el promedio de tres pisos que tenían los de la Ciudad Colonial, al cual se le llamo "El Palacio de Hierro", también como tienda departamental se fundó en 1904 Sambornis.

Estas tiendas que pusieron el ejemplo de comercio originado, pronto fueron seguidas por muchas más, comerciaban básicamente con géneros de importación que vendían a las clases acomodadas de ese entonces de esta Ciudad. Para tal época, se había generalizado la actividad comercial de "La Merced", pues al contar con un canal de acceso, por agua que permitía llegar desde lugares como Chalco y otros más resultaba conveniente como centro comercial, del mismo modo en que anteriormente crecieron y se desarrollaron varios mercados y plazas cuya característica era precisamente el contar con acceso por agua (La Lagunilla y Tlatelolco). Así La Merced se convirtió en la puerta de entrada de todas las mercancías que abastecían a la ciudad.

(22) Villaseñor Báez, Luis Francisco. Ob. Cit. Pág. 93.

En 1895, de doscientas cuarenta y nueve mil seiscientos cinco, personas dedicadas al comercio el 4.23% se ocupaban en el ambulante, es decir aproximadamente diez mil quinientas personas, cifra que disminuyó en 1910, a pesar de haberse incrementado el número de personas dedicadas al Comercio (23).

Al inicio del Siglo XX, la Ciudad de México contaba ya con catorce mercados, y de estos el mercado de La Merced era el más importante, ya que generaba un buen porcentaje de ingresos en favor del Erario Público debido a su gran concurrencia.

EL COMERCIO EN LA EPOCA POST - REVOLUCIONARIA.

La Revolución fue una lucha armada que originó grandes problemas tanto de índole social, como económico y político, creando como consecuencia una gran crisis dentro de la cual el Comercio fue el más afectado, debido a la inestabilidad del país; ya que se suspende el tráfico interior quedando aisladas algunas zonas e impidiendo la realización del comercio. Debido a esto, las mercancías subieron de precio y surgió la especulación y el mercado negro, porque resultaba difícil adquirir varios de los productos básicos; los comerciantes que lograban adquirir productos que tenían mucha demanda los vendían a precios altos.

Se dieron cambios esenciales en la estructura social de México, provocados por la Revolución, inaugurando una nueva época en la vida de la Capital de la República

Restablecido el orden, las inversiones comenzaron a reactivarse para movilizar poco a poco el Mercado interno esto aunado al crecimiento de la población minera, agrícola, e industrial, por lo que se logra un mejor abastecimiento del mercado

En 1930, fecha en que dio comienzo el gran auge económico, aparece otro problema, el Demográfico y con ello "La Migración Campesina a la Ciudad, lo cual se da como consecuencia de la lucha armada. En este tiempo la población campesina se dirigió a las ciudades en busca de seguridad y de medios de vida que el diezmado campo no podía darles.

Surge así el mayor auge económico y demográfico de la ciudad, a partir de 1930 aumentó año con año el número de bodegas, puestos, fondas, etc., la afluencia cada vez mayor de comerciantes procedentes de diferentes partes del país y la expansión del área comercial por la ocupación de nuevas calles, dio lugar a la formación de un gran mercado en la vía pública obstruyendo el tránsito." (24).

(23) Valencia, Enrique. Ob. Cit. Pág. 82.

(24) *Ibidem*. Págs. 84, 91.

En 1943, la Capital contaba con mas de dos millones de habitantes, y en 1950 el Distrito Federal alcanzaba los tres millones, siendo la migración del campo a la Ciudad, tan considerable que comienza a crear serios problemas de ocupación.

La actividad comercial es la que atrae a muchas personas y en 1957 puede observarse en el centro de la Ciudad y en la zona de La Merced una masa anárquica de puestos fijos y semi - fijos que ocupaban cuarenta y tres manzanas.

En 1958, la Ciudad de México siguió teniendo un crecimiento desproporcionado, pues contaba ya con cuatro y medio millones de habitantes, el comercio siguió creciendo y ocupó calles y avenidas recién formadas, como fueron Reforma e Insurgentes.

En la segunda mitad de la Epoca de los Cincuentas, durante la Presidencia de Adolfo Ruiz Cortinez, el Regente Ernesto P. Urruchurtu emprendió la construcción de un número importante de Mercados entre 1955 y 1958, se edificaron cerca de sesenta. Algunos se destacaron por el arraigo que tuvieron entre la población, como fue el de Jamaica, otros como el de Coyoacán por haber sido proyectados por arquitectos natales, como Pedro Ramirez Vázquez y unos mas por el papel estratégico que jugaron dentro de la planeación urbana como los de Sonora y las Naves.

Estos dos últimos, construidos cerca del Mercado de la Merced (al Sur y Oriente respectivamente), estos a su vez absorbieron el incontrolable número de ambulantes, que había crecido en esta zona. Así mismo, su edificación terminó por consumir un hecho que era inminente; que la Merced se transformara en un barrio de mercaderes de cincuenta y tres manzanas, en el que comerciaban bodegueros, dueños de tiendas, locatarios de mercados y ambulantes.

A finales de los setentas, el barrio de la Merced se había convertido en la zona comercial mas grande del País; la diversidad y volumen de mercancías que ahí se comerciaban atrajeron a muchos otros servicios. Esto mas que una virtud resultó a la larga un grave problema de concentración urbana

En 1980, la Merced recibía diariamente a cerca de un millón doscientos mil peatones y doscientos cuarenta mil vehículos, con setecientas veinte mil personas a bordo, lo que representaba para la zona una concentración del 16.3% de los automóviles de la Ciudad y el 20% de la población estas cifras evidenciaban la necesidad de volver a sacar el comercio del Centro de la Ciudad para descongestionarlo, pues con el crecimiento de la misma, la Merced había quedado a mitad de la mancha urbana.

Fue así que en Mayo de 1981, se iniciaron las obras de la Central de Abastos, para mudar a ese nuevo espacio a los Bodegueros de la Merced. La monumental obra, que fue edificada en terrenos de la Delegación Iztapalapa, se concluyó el 22 de Noviembre de 1982.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La Central de Abasto es ahora el Mercado mas Grande de la Capital de País, sus mil novecientas treinta y un bodegas son visitadas todos los días por sesenta mil personas y abastecidas por un promedio de cincuenta mil camiones de carga.

COMERCIO CONTEMPORANEO.

Actualmente la Ciudad de México es la mas poblada del mundo, por lo que enfrenta una serie de problemas para realizar una administración eficiente que mejore la calidad de vida de sus habitantes a través de la creación de empleos, ya que por escasez de estos se ha dado el aumento en gran proporción del Comercio Ambulante.

En la década de los Ochentas, se caracterizó por la presencia masiva del fenómeno del Comercio en la Vía Publica, que se comparte con otras actividades de carácter informal. Tal fenómeno surgió por un problema social que se expresa en términos de su expansión, su falta de control fiscal, el deterioro de la imagen urbana, por su fuerza organizativa, y principalmente tal problemática se agravó a raíz de la crisis económica agudizada entre 1980 y 1990, con una brusca caída en los niveles de ocupación nunca antes vistos. Esta situación coincide con el recrudescimiento de la Crisis Nacional y particularmente en el Gobierno del Licenciado Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988). (25).

Cabe mencionar, que el Departamento del Distrito Federal, a través de su Coordinación General de Abasto y Distribución como responsable de la ejecución, autorizó en 1983 el Programa de Abasto Popular del Distrito Federal en cuyas acciones participan las áreas integrantes del Subsector incluyendo a la propia Coordinadora, con tareas específicas en Mercados Públicos, Mercados Móviles, Pequeño y Mediano Comercio, Comercio Independiente, Protección y Capacitación Ciudadana. Así, mediante un "Acuerdo celebrado a fines de 1985 con la Secretana de Comercio y Fomento Industrial, dicho acuerdo fue incorporado a su vez al Programa para la Estructuración, Operación y Desarrollo del Sistema Nacional para el Abasto" (26).

En 1989, existían registrados ante las Autoridades correspondientes "Ochocientos treinta y tres Tianguis y nueve Mercados sobre Ruedas, los cuales en conjunto agrupaban a cuarenta y tres mil setecientos treinta y cinco puestos comerciales aproximadamente, además su desarrollo dentro del Distrito Federal comprende los siete días de la semana y diferentes rutas específicas" (27). Según cifras de la Secretana de Comercio y Fomento Industrial.

(25) Naufal, Georgina Una Estimación del Desempleo en México, Momento Económico. No. 32. México. Instituto de Investigaciones Económicas. UNAM. Diciembre de 1987. Pág. 8.

(26) Coordinación General de Abasto, Comercio y Distribución del Distrito Federal (D.G.A.C.D.). Manual Administrativo, México 1990. Pág. 5, 6.

(27) Marín, Nidia. Desempleo. "Excélsior", Impuestos y Migración nutren la Economía Informal Metropolitana México 7 de Junio de 1989. Págs. 1,3.

Uno de los primeros intentos para solucionar el problema del Ambulantaje en la Ciudad de México se dio, en el Sexenio del Licenciado Carlos Salinas de Gortari (1989-1994), construyendo el Mercado de San Ciprian en Junio de 1990, al que posteriormente se unió la propuesta del Programa Inmediato de Mejoramiento del Comercio Popular, cuyo objetivo es comprar o expropiar predios y construir en ellos Centros comerciales Censados y Registrados por las Autoridades, para que puedan comprar los locales en condominio.

Cabe mencionar que dicho programa también contempla que a partir de Febrero de 1992, queda prohibido cualquier tipo de Comercio Ambulante en los pasillos, vagones y escaleras del Sistema de Transporte Colectivo Metropolitano (Metro).

El 30 de Junio de 1992, Manuel Camacho Solis (entonces Jefe del Departamento del Distrito Federal), por instrucciones del Ex presidente Carlos Salinas de Gortari, anunció el Primer Programa de Reacomodamiento de Ambulantes en el Perímetro "A" del Centro Histórico. Conforme al Programa debieron ser reubicados diez mil quinientos vendedores en vía pública del Centro Histórico, para lo cual el 1º de junio de 1992 se contempla un año para su reubicación.

Esta responsabilidad que tenía antes la Coordinación de Abasto del Distrito Federal (COABASTO), de implementar este Programa de Reubicación, recae en el año de 1992 en la ahora Secretaría de Desarrollo Económico en su Dirección General de Abasto y Distribución.

Siendo este Organismo el encargado del control y la regulación de las actividades que se llevan a cabo en las áreas de abasto y distribución, quedará a su cargo el señalar los días y el horario en que se deberá operar todo lo anterior con base al Reglamento de Mercados y Vía Pública el cual se encuentra en vigencia a partir de 1951.

De igual forma, se ha llevado a cabo el Programa de Mejoramiento Popular, con el propósito de dar respuesta con soluciones de fondo a las demandas de los vendedores ambulantes, a las de los comerciantes formalmente establecidos, así como a las formuladas por la Sociedad en su conjunto cuyos índices de seguridad, vitalidad y salud se han visto seriamente deteriorados debido a este fenómeno, tratando de encontrar un equilibrio entre los dos grupos.

Para 1999 los Comerciantes en Vía Pública suman ya unos doscientos cincuenta mil ciudadanos, lo cual origina diversos conflictos ya que en determinadas zonas transitadas se aglutinan, causando de esta manera conflictos de saturación de vehículos en las horas de mayor circulación, dando un mal aspecto a la ciudad; por la gran cantidad de basura que producen, lonas que instalan en las calles o en los parques públicos, solapando la corrupción, la prostitución, el tráfico de drogas y mercancía de dudosa procedencia, evasión fiscal, entre otros.

Por esto el Gobierno Capitalino ha propuesto la elaboración de una nueva Ley para el funcionamiento de Mercados Públicos y al Comercio Ambulante reglamentarlo o reubicarlo, puesto que el Reglamento de Mercados de 1951 ya es obsoleto ante las nuevas medidas de abasto que requiere la Ciudad de México.

1.3 EL MERCADO.

En la República Mexicana, los Mercados populares tienen una gran tradición, forman parte del folklor y las costumbres del pueblo, esto ocurría desde la Época Prehispánica, pues los Mercados Indígenas causaron una gran admiración a los Españoles: el testimonio de Hernán Cortes dice del Mercado de Tlatelulco "... hay en esta ciudad un mercado en el que cotidianamente hay arriba de treinta mil animas vendiendo y comprando...en este mercado hay todas cuantas cosas, así de mantenimiento como de calzado, vestido, joyas y plumaje, también concentrado como pueden ser en todas las plazas y mercados del Mundo..."

En el México Antiguo, se efectuaba una compraventa de artículos de primera necesidad en las plazas publicas un día específico de la semana, generalmente los domingos, esta actividad recibió el nombre de "Tianguis", (palabra Nahuatl o Azteca que significa Mercado) el cual sigue siendo popular en nuestros días.

Este día llamado "día de Mercado", con el paso del tiempo fue prolongándose hasta el día siguiente y por lo tanto se tenían que alojarse en ese lugar, puesto que venían de lejos para vender sus productos, esto ocasionaba muchos problemas y se hizo necesario acondicionar un local para alojar a todos esos comerciantes ambulantes, este lugar recibió el nombre de "Mercado".

En un principio solo se vendían frutas y verduras cultivadas por los propios comerciantes, al cabo del tiempo y ante el evidente éxito del método, se fueron agregando nuevos comerciantes con nuevas mercancías en puestos instalados alrededor de los primeros y así sucesivamente.

En la Época Independiente, donde una sociedad rural basaba su economía en la agricultura y la ganadería, fomentaban los Tianguis que tenían un sitio y un espacio abierto en el Centro de la Ciudad junto a las iglesias y a las plazas principales.

Las vendedoras indígenas se colocaban en el suelo en una postura, sentadas sobre sus calcañares, permaneciendo horas enteras inmóviles, con las piernas increíblemente dobladas por los elásticos tendones de sus rodillas, los canastos multicolores en donde transportaban sus mercancías adornados con flores, verduras, frutos los cuales los acomodaban en forma de torres y clasificados por colores, dando así una agradable vista a su mercancía.

Mencionaremos algunos Mercados existentes de la Ciudad de México: El Mercado Villamil (situado en la Plazuela Jardín), el de la Plazuela de Santa Catarina (situado en ex - convento de la Merced), el de la Viga (situado en el Canal de dicho Nombre), el de Santa Ana, el de Guerrero, el de San Juan, el de San Lucas, Dos de Abril, San Cosme, Loreto, Mártires de la Torre, el Baratillo, Agilita, Candelaria de Los Patos, la Lagunilla, el de Tepito, el Mercado provisional de San Antonio Tomatlan, el de Sonora, el de Jamaica, el de la Merced, entre otros.

Fuera de estos mercados es probable que hubiera "sombras" con vendedores Ambulantes, como cargadores, aguadores, billeteros, etc. También podían establecer en las fincas de propiedad particular, siempre que hubiera lugar, en los Tianguis, que se marcaba un día a la semana para su concurrencia.

De todos modos aunque existieran los Mercados, los Comerciantes Ambulantes invadían los espacios destinados para otros fines, lo cual originó malestares con los vendedores establecidos, estos "pagaban no solo el alquiler de sus respectivos locales, sino también los Derechos de Mercado, Patente, etc., mientras que los otros solo pagaban la contribución "el viento", asíéndoles una competencia injusta, dañando así sus intereses". (28).

La saturación en las calles siguió siendo el principal problema para las Autoridades y Locatarios de los Mercados Públicos y establecimientos particulares, muchas veces las autoridades hicieron intentos infructuosos por retirarlos de la Vía Pública, debido básicamente a que no ofrecían garantías suficientes en materia de empleo y salarios, para alejarlos de las calles. Lo que condujo a que una y otra vez volvieran a las calles.

Esto parece una repetición, puesto que en la actualidad sigue el mismo problema y no se ha podido controlar, ocasionando así cada día aun mas conflictos.

La forma en que operan y funcionan los Mercados Públicos de la Ciudad de México en la actualidad, ha sido motivo de discusiones y debates en la Asamblea Legislativa y desde Luego entre los mismos locatarios de los Mercados y los comerciantes ambulantes.

Por tal motivo es necesario un Nuevo Reglamento de Mercados, para así solucionar los conflictos que se han venido dando hasta nuestros días, sobre todo en el Comercio Informal.

(28) Archivo Histórico de la Nación, Mercados 3740, Exp. 1123. Foto I y IV.

1.3 a) CONCEPTO DE MERCADO.

La palabra **Mercado** tiene varias acepciones como:

a). Mercado como Espacio Arquitectónico: Area Publica, bajo la cual el hombre se proyecta en campos de Interrelación social, con el propósito de comerciar.

b). Mercado como Fenómeno Social: Centro de reunión y convivencia casual, determina un horario de trabajo, crea una clase trabajadora, forma costumbres que trascienden, establece agrupaciones sociales y sindicales, es una fuente para el desarrollo de las relaciones sociales, a escala local como nacional, identificación del hombre consigo mismo.

c). Mercado como Componente de la Estructura Urbana: Determina movimientos o circulación urbana, es un foco de atracción para la localización de servicios, talleres domésticos, etc. Condiciona una área de influencia social, saturación y fusión con el entorno comercial, representa una imagen ambiental, condiciona la relación hombre espacio, dándose la integración de un sistema de actividades.

DEFINICION DE MERCADO:

MERCADO= m. (Latin – Mercatus), reunión de comerciantes que van a vender en determinados sitios y días; sitio destinado en ciertas poblaciones para la venta y compra de mercancías. (29).

Se llega a la conclusión, de que el Mercado es la concentración de comerciantes para la realización de un fin el de Comerciar, que con las ganancias obtenidas se emplean en la subsistencia diaria

1.3 b) CLASES DE MERCADO.

Los Mercados Públicos de hoy en día, conviven en el escenario comercial con el abarrote y el supermercado, cumplen con una función específica.

Los Mercados Tradicionales presentan actualmente dos facetas:

El Mercado Publico y el Mercado Sobre ruedas.

Ambos son agrupaciones de pequeños comerciantes favorecidos por el Estado, que de otro modo serian vendedores Ambulantes o tendrían puestos en las calles, si no se les hubieran dado en Concesión sus locales.

(29) Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado, México 1968. Editorial Larousse.

1.3 b-1) MERCADOS FIJOS.

Se les llama Fijos, por que una vez instalados en determinada Zona es muy difícil que desaparezcan, puesto que su creación es para un determinado fin que es el de abastecimiento de productos.

MERCADOS PUBLICOS.

Dentro de estos, el área de los locales son destinados a los comerciantes (locatarios) con todos los servicios como agua, luz, drenaje, sanitarios, construcciones de cemento y madera, algunas con herrajería y alambren, pero aun así teniendo derechos y obligaciones como locatarios dentro y fuera del Mercado.

En la actualidad existen 312 Mercados Públicos (fijos), con 68, 884 locales en la demarcación de las 16 Delegaciones Políticas, con diferentes giros comerciales. (30).

Los locales son concesionados a los locatarios, tanto el Departamento del Distrito Federal y Obras Publicas, como Asociaciones Civiles, construyen los Mercados Públicos y los otorgan en concesión, tales locatarios tienen que contribuir con las cuotas correspondientes, que es el "uso de piso", colaborando con \$8 00 por metro cuadrado mensuales. Para esto la Tesorería del Distrito Federal, elabora recibos en donde se contempla la cantidad que se les cobra a los locatarios de acuerdo al área y giro comercial que tenga su establecimiento.

Dentro de los Mercados Públicos, existen autoridades que se encargan de la Administración de los Mercados, se nombra un Administrador el cual se encarga de darle seguimiento al Reglamento de Mercados de 1951, laborando los 365 días del año, dentro de los cuales se encuentran los días de "Romerías", que son las festividades que se realizan en el transcurso del año, como son: fiestas decembrinas, día de muertos, diez de mayo, y sin dejar de mencionar el aniversario respectivo de cada Mercado.

Para realizar visitas de Cortesía y entrevistas de los Medios de Comunicación, se debe solicitar previamente un permiso para introducirse a los Mercados y realizar su labor.

Estos tienen una gran importancia, derivada del papel que desempeñan dentro del Comercio Urbano; por una parte, las ventas de ciertos productos no son tan altas como para colocarse dentro de los canales de distribución, pero por otras, algunos productos como verduras, frutas, flores, carnes, entre otros; se encuentran en los Mercados dándoles una importante vía de distribución para las regiones conurbadas.

(30) Directorio de Mercados Públicos del Distrito Federal. SEDECO. 1997. Pág. 6.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El Artículo 3º Fracción I. Del Reglamento de Mercados para el Distrito Federal, considera:

I. Mercado Público: el lugar o local, sea o no propiedad del Departamento de Distrito Federal, donde concurren una diversidad de comerciantes y consumidores en libre competencia, cuya oferta y demanda se refieren principalmente a artículos de primera necesidad.

En tales Mercados, se han generado centros comerciales, pues aun sin contar con infraestructura adecuada, áreas de estacionamiento y tránsito, se establecen a sus alrededores toda una serie de comercios y establecimientos que ofrecen sus servicios a la comunidad. Encontramos pues, panaderías, taquerías, farmacias, zapaterías, tiendas de ropa, de regalos, entre otros. Que dentro de ellos, también existen tales giros comerciales, es por ello que también se manifiesta una gran competencia desleal.

En los Mercados públicos se presentan ciertas características:

- a) Es un comercio especializado, manejando una rama de productos.
- b) Se asigna a cada minorista un puesto de igual tamaño.
- c) Las rentas son inferiores al costo de la inversión y el mantenimiento del Mercado, del producto que se vende o de la ubicación del local. "Es un tipo de subsidio a estos comerciantes..." (31).
- d) La venta es de mostrador, con un alto grado de interacción cliente - tendero, el cliente escoge la mercancía y el tendero se la pesa.
- e) Por lo general, el grueso de la venta es de productos sin procesar.
- f) Existe competencia, ya que hay varios puestos que venden una misma línea de productos.
- g) Los compradores al entrar al Mercado, tratan de negociar con varios comerciantes, independientes unos de otros.
- h) Los atributos por los que los compradores acuden a estos sitios son diferentes según su nivel socioeconómico.
- i) Tiene una aproximación de acción en cuanto a ubicación del Mercado de un kilómetro o más

Tales características complementan, junto con otras la actividad diaria de un Mercado Público el cual tiene sus normas internas para así tener un mejor control de sus actividades tanto comerciales como laborales y cotidianas.

(31) CANACO. Modernización Comercial y Desarrollo Económico, México 1983. Pág. 31.

1.3 b-2) MERCADOS SEMI-FIJOS.

Los cuales carecen de un espacio fijo para establecer los puestos, tienen un espacio determinado, pero no tienen comodidades, se instalan en calles o avenidas, terrenos baldíos, en diferentes días de ubicación a la semana, teniendo como administradores a determinadas personas que fungen como "líderes", los cuales administran y cobran las cuotas a veces excesivas, careciendo de agua, luz, sanitarios, seguridad, entre otros.

"En 1968, surgieron los Mercados Sobre Ruedas para experimentar nuevos métodos de comercialización que lograsen mediante un trato directo entre productores y consumidores, un abastecimiento sensible en los precios de los productos de primera necesidad comenzando así a operar tales Mercados..." (32).

Las ventajas de este nuevo sistema de comercialización, son discutibles el hecho de que hayan tenido tanta clientela indica que se ofrecen ahí productos de buena calidad a precios a veces razonables.

Estos Mercados, a pesar de que satisfacen la arraigada costumbre en México, de hacer mercado al aire libre, son un "parche" para el sistema comercial, pues no solucionan los problemas de abastecimiento local, más bien favorecen el desorden y una competencia no muy leal.

El Mercado Sobre Ruedas, es una concentración semifija, que tiene varios lugares de venta a lo largo de la semana y en determinados horarios. Además tienen un control por parte de las Autoridades en cuanto a su funcionamiento, específicamente de la Coordinación de Abasto del Distrito Federal (COABASTO), administrados por SECOFI, existen dentro de estas normas mínimas, que no utilicen tanques de gas de gran tamaño, prohibición de venta de bebidas alcohólicas y cohetes, etc.

Otra modalidad es la de el "Tianguis tipo Bazar", en donde por lo general las estructuras de los puestos (de tipo tubular), permanecen toda la semana en un espacio público (como algún gran estacionamiento o un terreno baldío), que es acondicionado para la venta al público: se lotifica el terreno para establecer los puestos, se dejan corredores (pasillos) para la circulación de mercancías y compradores, se deja un área para el estacionamiento de los vehículos de los vendedores y visitantes. Los puestos son ocupados por lo regular solo los fines de semana, días festivos y periodos vacacionales, que es cuando los clientes acuden en grandes cantidades para realizar sus compras. Por ejemplo: Pericoapa, Perinorte, Compras Bazar Sur, Lomas Verdes, San Felipe, Observatorio, La Lagunilla, entre otros.

(32) López Rosado, Diego. Ob. Cit. Pág. 343.

Respecto a los "Tianguis", se encuentran bajo supervisión de la COABASTO, y administrados por las Delegaciones Políticas, estos, difícilmente evolucionarán a Mercados establecidos ya que son parte de un fenómeno comercial que se remonta a los orígenes históricos de nuestro país y que además fueron fomentados desde la esfera gubernamental para cubrir deficiencias en la comercialización (sobre todo de alimentos), en muchas Zonas de la Ciudad, existen supervisores que se encargan del orden y al vigilancia de su actividad.

Existen otro tipo de Mercados, " Los FERIALES", su importancia es menor, se trata de "precarios mercadillos", fomentados por las municipalidades, construidos con madera y juncos sobre la vía pública, sin embargo el Estado no ha podido controlarlos y regularlos, tal y como sucede con el uso y traspaso de los puestos, lo cual se lleva a cabo a espaldas de las reglamentaciones.

Llegamos a la conclusión de que dentro de las grandes Ciudades, como la de la Ciudad de México, no es conveniente el establecimiento de Tianguis o Mercado Sobre Ruedas, ya que con la circulación excesiva de vehículos y de peatones, se acarrea una serie de dificultades puesto que se saturan calles y avenidas de mayor circulación, causando un caos vial, la contaminación ambiental, grandes cantidades de basura, ruido excesivo, delitos, inseguridad, violencia, entre otros.

Por tal razón se debe considerar y tomar en cuenta los sitios que son destinados para establecer las áreas comerciales para así, evitar mayores conflictos y contribuir con la organización urbana, procurando tener un proyecto mejor de vida.

1.3 c) EL MERCADO COMO ELEMENTO CENTRAL DE LA ECONOMIA.

Desde épocas remotas, la especie humana tuvo que resolver el problema de la producción de sus satisfactores básicos; alimentos, vestido y vivienda, por ello fue necesario que los hombres se organizaran en grupos y dividieran entre ellos las actividades por realizar para obtener estos satisfactores, ya que un solo hombre no podía hacerlo todo, así al vivir en grupos los hombres necesitaron ejecutar una división de tareas necesarias para la producción de sus satisfactores, esto es una división del trabajo.

A medida que los grupos humanos fueron creciendo, la organización de las tareas fue haciéndose mas compleja y la división del trabajo se hizo mas amplia. Surgen entonces personas especializadas en hacer únicamente productos de una sola especie es decir, cazadores, agricultores, escultores, etc., esta división del trabajo requiere de una organización social, que garantice que los bienes producidos por sus propios fabricantes, lleguen a todos los grupos, ya que es necesario la circulación de bienes y servicios para el buen funcionamiento del Mercado.

Una forma de lograr esto consistió en realizar una distribución comunitaria e igualitaria entre todos los miembros del grupo; esta forma de producción y distribución de bienes perdura aun en ciertas comunidades indígenas y en ciertos grupos o comunidades religiosas.

Sin embargo, la solución básica que se encontró para realizar la producción y distribución de satisfactores fue el Mercado.

Con la introducción de ciertos bienes como patrón o unidad de medida de cambio (dinero), el comercio de una mercancía por otra se facilitó y el trueque dio paso al mercado tal como lo conocemos actualmente, esto es el cambio de una mercancía por una determinada cantidad de medida de cambio (dinero), para con ella poder adquirir otra u otras mercancías.

"La producción y distribución de bienes y servicios en una economía como la nuestra se realiza fundamentalmente a través del mecanismo del Mercado (aunque algunos bienes son producidos y distribuidos por el Estado), de ahí que el Mercado sea el Elemento Central y definitorio del Sistema Económico." (33).

Cuando escuchamos hablar de mercado, nos damos la idea de un lugar grande donde hay muchos vendedores y donde los compradores van a realizar sus compras, pero el término de mercado no señala únicamente un lugar físico, como un Mercado Público o uno Sobre Ruedas, sino que hay diferentes especies o tipos de mercados como por ejemplo: el mercado mundial del café o del petróleo no tiene un lugar físico definido donde se realizan las transacciones, estas se hacen en las bolsas de valores, en las agencias internacionales, por teléfono, por internet, etc., donde los agentes económicos ni siquiera se ven. También podemos mencionar el mercado negro, constituido por las ventas clandestinas que pretenden evadir los precios o cuotas fijadas por la Autoridad (tales operaciones no son sujetas a los precios oficiales).

Como conclusión tenemos que, el Mercado junto con los Productores y Consumidores forman la Economía, dando paso a la circulación y distribución de las riquezas, siempre y cuando cumplan con las normas establecidas para obtener una verdadera "Economía de Mercado" *

(33) Marum Espinoza, Elia. Economía para Principiantes, Editorial CECSA. México 1990. Pág. 39.

* Nota: Una Economía en la que las cuestiones de qué, el cómo y el para quién, que se refiere a la asignación de los recursos son determinados principalmente por la Oferta y la Demanda en los Mercados.

1.3 d) ELEMENTOS QUE CONFORMAN EL MERCADO.

Para la creación del Mercado, como base de la Economía, se tiene varios elementos como son:

1. Compradores o Demandantes.
2. Productores u Oferentes.
3. El precio que sirve de base a la operación.
4. La cantidad que se compra o se vende.

Donde existen estos cuatro elementos, sea o no un lugar físico determinado, existirá un Mercado.

Las Empresas producen los bienes que satisfacen las necesidades de la sociedad y los consumidores conforman el destino final de estos bienes. De manera individual los consumidores son personas que compran bienes y servicios, como unidades familiares.

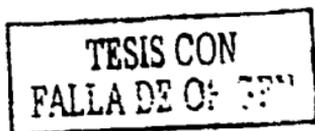
"La Producción es la serie de procesos para incrementar los bienes y servicios que satisfacen necesidades humanas (satisfactores). Esta comprende no sólo la producción misma de bienes y servicios, sino su transporte, almacenamiento y comercialización que permiten la transferencia de los bienes ahí donde son más necesarios, la guarda para regular el consumo y la compra venta de los mismos bienes." (34).

El Precio viene siendo el valor de un bien en términos monetarios, el tipo de cambio que se establece el bien (producto o servicio) y el dinero, o de manera más simple el precio de un bien es la cantidad de dinero que por ella paga el comprador al vendedor, lo que también puede expresarse diciendo que el Precio es la expresión monetaria del valor que tiene un bien o servicio.

Los precios de los bienes y de los factores de la producción se forman en el Mercado, en el punto mismo de la coincidencia de la Oferta y de la Demanda.

En cuanto a la Cantidad de productos, varía de acuerdo a la demanda de los consumidores al solicitar determinados bienes y servicios de acuerdo a sus necesidades, lo cual origina a veces, una escasez en ciertos productos porque las empresas no producen tanto como lo sugieren los consumidores y es cuando se puede dar el alza de precios, en los productos solicitados.

(34) Astudillo Ursúa, Pedro. Elementos de Teoría Económica. Editorial Porrúa. México 1968. Pág. 42.



Podemos llegar a la conclusión de que la Función esencial del Mercado, consiste en poner en contacto a los Oferentes (productores) con los Demandantes (consumidores), regulando así las corrientes de bienes, servicios y dinero, conformando el precio por la cantidad deseada y por el servicio prestado (salario).

1.3 e) LAS FUERZAS QUE CONFORMAN EL MERCADO.

Cuando se concurre a un Mercado, los compradores esperan obtener la mayor cantidad posible de un bien o de un servicio y pagar por ello el menor precio posible, por otro lado, los productores esperan vender la mayor cantidad de bienes y obtener el mayor precio posible. Cada uno de ellos forma una fuerza diferente que se encuentra en el Mercado. Estas fuerzas se pueden identificar de la siguiente manera:

Los Compradores forman la fuerza de la Demanda y los Productores la fuerza de la Oferta.

Se define La Demanda, "como la cantidad de un bien o servicio que los sujetos están dispuestos a adquirir a un precio dado lo que implica que cada bien o servicio tiene su propia demanda." (35).

La Demanda se rige por el principio de que si el precio sube, la demanda tendera a bajar, por el contrario si el precio baja, la demanda tendera a subir.

Esto se puede expresar de la siguiente manera: cuando los demandantes (compradores) solicitan determinada cantidad de productos y su precio es elevado, la demanda o la producción tendera a bajar, puesto que no todos los demandantes tendrán suficiente dinero para gastarlo sólo en algunos productos, el cual su valor es excesivo, por lo tanto los productores tendrán que bajar su costo para que así tengan más demanda y puedan elevar su capacidad de producción.

En esto influyen varios factores como pueden ser: los niveles medios de renta, el volumen de la población, los precios de otros bienes parecidos, la cantidad disponible, los gustos y los factores especiales.

- La renta de los individuos (salario), cuando aumenta ésta, los compradores tienen más posibilidades de comprar casi todo lo que necesitan.
- Cuando la Población rebasa la Cantidad Demandada, es insuficiente el saneamiento de productos, ya que no se dan abasto los Productores para la circulación y distribución de productos.

(35) Astudillo Ursúa, Pedro. Ob. Cit. Pág. 51.

- El precio de los bienes y la cantidad existente de los mismos influyen en la Demanda ya que existe una fuerte relación entre los bienes sustitutivos, (que tienden a desempeñar la misma función) y que si el precio de los bienes a fines tiende a bajar se deberá a que el precio de los bienes sustitutivos es bajo. Tenemos que, el precio de un bien o servicio se fija en el Mercado por la interacción (juego), de la oferta y de la demanda.
- También se debe de tomar en cuenta los gustos y preferencias, los cuales pueden reflejar verdaderas necesidades, como un antojo, por tradición o por simple satisfacción personal.
- Los factores especiales, también influyen en la demanda de productos por ejemplo: la lluvia, que origina la demanda de paraguas, las temperaturas elevadas de las diferentes regiones, en donde suelen consumir determinados medicamentos, agua, víveres especiales, etc.

Existe la Ley de la Demanda Decreciente "La cual establece, que cuando baja el precio de un bien o servicio, los consumidores compran una mayor cantidad del bien manteniéndose todo lo demás constante" (36)

En cuanto a la oferta, la otra fuerza que conforma el Mercado, tiene que ir compaginada con la producción es decir, los empresarios o productores tiene que ofrecer determinados productos a la población, para que así exista un verdadero equilibrio; si la oferta es mayor que la demanda, es precio tendera a bajar, si la demanda es mayor que la oferta tendera a subir, si la oferta y la demanda son exactamente iguales (precio de equilibrio), el precio permanecerá constante.

"La principal causa de las variaciones de la oferta y la demanda, es la variación del precio del satisfactor". (37)

"Si el mecanismo del Mercado se dejara funcionar libremente a través de sus fuerzas, igualará los deseos de los compradores con los de los vendedores, asiendo que la producción y distribución de bienes sea suficiente". (38)

Para que exista un verdadero Equilibrio en el Mercado, se necesita de los cuatro elementos, - la Demanda, la Oferta, el Precio (al cual se comprará y venderá) y la Cantidad (que se venderá y comprará).

(36) Samuelson, Paul. A. y Nordhaus. Economía, Editorial. McGraw-Hill. 13ª Edición. Madrid 1990. Pág. 1131.

(37) Astudillo Ursúa, Pedro. Ob. Cit. Pág. 54.

(38) Manum Espinosa, Elia. Ob. Cit. Pág. 53.

Atendiendo a nuestro tema principal, "El Comercio Informal en la Vía Pública", el Mercado es la base principal, sin dejar de mencionar las Fuerzas que lo componen, ya que para su ejercicio se necesita una fuerte Demanda, y por lo tanto es necesario la circulación y distribución de mercancías abaratando su costo, dando cierta ganancia a los productores; a mayor cantidad ofrecida a bajo costo, será mayor la demanda, sin tomar en cuenta para algunos casos, la calidad de los productos, importando más la cantidad y el precio.

CAPITULO II.

MARCO JURIDICO.

2.1 CONSTITUCIÓN POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Es evidente que el Comercio Informal, es un reflejo y respuesta de un sector de la población que busca subsistir y obtener ingresos en medio de la crisis económica, siendo sin embargo una prueba fiel de la necesidad de realizar la modernización de la estructura Social, Económica y Política.

Estudiar tal fenómeno social es materia compleja, pero es factible por la vía jurídica derivar en cierta forma la explicación de su existencia a través del análisis de la Legislación Mexicana.

El artículo 5º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece: "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 solo podrá vedarse por determinación Jurídica 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 jurídica...".

En tal sentido, las Delegaciones Políticas otorgan permisos para que se labore en las calles, pero no por eso quiere decir que todo el comercio que se practica en la Vía Pública sea lícito, tomando en cuenta los giros comerciales, con los que los comerciantes solicitan su permiso para trabajar en las calles, algunas veces son diferentes los productos que venden, no se sabe con exactitud la procedencia de los mismos, llegan a ocupar determinados sitios inadecuados, en donde hay saturación de calles y avenidas, generando basura, corrupción, tráfico, entre otros.

El artículo 5º Constitucional, contiene también limitaciones a la Libertad de trabajo que consiste, en impedir tal comercio en las calles cuando la actividad sea ilícita.

Para explicar que se entiende por trabajo ilícito, el Profesor Ignacio Burgoa, se remite al artículo 1830 del Código Civil para el Distrito Federal, el cual establece: Es ilícito el hecho que es contrario a las Leyes de Orden Público o a las buenas costumbres. "Entendiendo por Ley de Orden Público: toda Ley que regule directamente una situación de hecho o de derecho, determinando los intereses que en ella tenga el Estado como entidad soberana o la sociedad. Por otra parte la contravención, a las buenas costumbres se refiere a una contraposición con la moralidad social que en un tiempo y espacios determinados exista". (39)

(39) Burgoa Onhuela, Ignacio. Las Garantías Individuales. Editorial Porrúa. 23ª Edición. México 1991. Pags. 313 y 321.

En cuanto al ejercicio de la actividad de Comerciante solo podrá vedarse por resolución judicial cuando se ataquen los derechos de terceros. Se trata de una posibilidad de limitación la que se actualiza por determinación o sentencia jurídica, recaída en un proceso previo en que se cumplen los requisitos que establece el artículo 14 Constitucional, en contra de aquél a quien se pretende privar de ese derecho. Facultándose a un juez para que por medio de una sentencia, prohíba a un individuo que se dedique a una determinada labor, cuando el ejercicio de esta, implique una vulneración a los derechos de terceros.

Como podemos ver, la Constitución no prohíbe el Ejercicio del Comercio Ambulante, ya que éste es una actividad que siendo lícita puede ser practicada por cualquier persona, pero siempre y cuando no se ataquen a terceros o que vaya en contra del Orden Público.

Con estas consideraciones se puede concluir que en México se garantiza la libertad de Comercio y simultáneamente se establece la obligación de todos los mexicanos de pagar impuestos.

En el artículo 31 fracción IV Constitucional, en donde dispone la Obligación de todos los mexicanos el contribuir en la forma proporcional y equitativa que señalen las leyes a sufragar los gastos públicos del Estado o Municipio en que residan

Es deber de todos los ciudadanos pagar impuestos, siempre y cuando se cumplan los requisitos:

1º Que sean proporcionales, lo que significa que se pague en función a los ingresos o utilidades que se perciban.

2º Que sean equitativos, es decir, que la Ley se aplique por igual a todos los contribuyentes que se encuentren en un mismo supuesto, en una misma condición o característica

Tomando en consideración lo anterior, el Comerciante Ambulante no cubre las cuotas respectivas a los impuestos como son: Impuesto sobre la Renta, Impuesto al Valor Agregado, Impuesto al Activo, Impuestos a la Importación de diversos artículos de procedencia Extranjera, las Cuotas obrero - patronales al IMSS, ni las Cuotas correspondientes al INFONAVIT, al SAR, etc.

Igualmente, se da el caso de algunos vendedores Informales que del mismo modo no pagan los derechos por el servicio de agua y del consumo de energía eléctrica, que utilizan en algunos casos, también algunos no pagan los impuestos y derechos correspondientes cuando introducen al país diversas mercancías, principalmente ropa y aparatos electrodomésticos, o bien los adquieren en la Ciudad de México por algunos distribuidores, enajenándolos posteriormente, con el pleno conocimiento de que la mercancía ha sido internada en forma ilegal al país.

El artículo 28 Constitucional limita la Libertad de Comercio, cuando dice: "Las Leyes fijaran las bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o productos que se consideren necesarios para la Economía Nacional o el consumo popular, así como para imponer modalidades a la organización de la distribución de esos artículos; materias o productos a fin de evitar intermediaciones innecesarias o excesivas que causen 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".

Tal artículo establece la Libre Competencia, la cual incluye la facultad de derrotar o vencer al competidor sin limitación alguna, si se aplica para tal efecto medios leales.

En cuanto a la Competencia Desleal, hay ciertas inconformidades, ya que por una parte el artículo 28 Constitucional, establece la Libre Competencia de forma leal, pero en la actualidad existen varios factores que influyen en la competencia desleal como son; los malos manejos en las aduanas con la intromisión ilegal de mercancías que según son fabricadas en Estados Unidos y Canadá, sin embargo son hechos en China, Taiwan, Corea y Hong Kong. Esto lo hacen para no pagar los aranceles de Ley, todo en contubernio con los administradores de las principales aduanas del país.

En un comunicado de la Ciudad de México, encontramos la siguiente declaración: " El dirigente de PROCENTRICO, Guillermo Gazal, quien acusó a los Administradores del Aeropuerto de la Ciudad de México, entre otros, por el delito de "Contrabando Hormiga", puesto que al estar en el cargo, hacen mal uso de su función laboral teniendo ciertos privilegios con algunos políticos.

Los comerciantes establecidos del Centro Histórico solicitan la intervención del titular de la Secretaría de Hacienda, para que pongan un alto a la corrupción que impera en la Administración General de Aduanas y Policía Fiscal, cuyo personal alienta la entrada al país de toneladas de productos de contrabando. Por tal motivo, el Dirigente de PROCENTRICO, Guillermo Gazal, explicó que por el excesivo contrabando que ingresa al Distrito Federal, muchas fabricas y tiendas han tenido que cerrar sus puertas por la competencia desleal, dejando a miles de personas sin su fuente de trabajo, este fenómeno desalienta inversiones y causa una profunda indignación de los comerciantes establecidos." (40).

Podemos concluir que en la Carta Magna se dan las bases principales para tener obligaciones y derechos como ciudadano y así emplear las Garantías Individuales que la propia Constitución nos ofrece, siendo utilizadas para disminuir conflictos que se nos presentan periódicamente.

(40) González Alvarez, Roman. Solicitud de comerciantes. "Excelsior", Intervención de Hacienda para Frenar Corrupción en Aduanas de México. 30 de Junio de 1999. Pág. 34.

Por ejemplo: un comerciante informal ofrece sus mercancías más baratas, que un comerciante establecido, estaríamos en el problema de la Competencia Desleal, existiendo muchas desventajas para uno, quedando el otro en desacuerdo, causándole malestares no solo con el comerciante establecido que tiene que pagar impuestos, sino con la sociedad como consumidores, puesto que a veces las mercancías ofrecidas no cumplen con las Normas Establecidas de Calidad, no sabemos su procedencia y sería un gasto doble o inútil, al tener que comprar otro producto por no satisfacer las necesidades deseadas.

2.2 REGLAMENTO DE MERCADOS.

Se dice que antes del actual Reglamento de Mercados de 1951, existió otro que lo expidió el Virrey Revillagigedo, el 11 de Noviembre de 1791, que hasta donde se sabe es el Primer Reglamento de Mercados.

*El cual constaba de Cuatro Capítulos de los cuales se dará una breve explicación de su contenido:

CAPITULO I. De este reglamento solo se ocupa la Plaza de El Volador. Normaba, entre otros asuntos, lo que debía venderse en cada uno de los puestos, las medidas de limpieza, las horas de servicio y prohibía las vendimias a su alrededor.

CAPITULO II. Designaba a un "Juez de Plaza" como la autoridad de ayuntamiento que debía resolver, en todos los mercados, las disputas entre vendedores y compradores, los robos, y cuidar la correcta aplicación de los precios, pesos y medidas. En estas tareas lo auxiliaban un "administrador" y un "alcalde de barrio". El primero garantizaba el abasto de los Mercados, vigilaba la buena calidad de los productos y ayudaba en la cobranza de las rentas e impuestos. El segundo realizaba las funciones de "Juez de Plaza" cuando éste se ausentaba o en aquellos Mercados en los que no había autoridad.

CAPITULO III. Define las funciones del "administrador" y dictaba que la aprehensión de los delincuentes, la limpieza y vigilancia nocturna de los Mercados quedaba a cargo de los "Guardaministros". También prohibía a cualquier funcionario de Mercados extorsionará o recibiera obsequios de los comerciantes y que fuera propietario de un puesto, normas que tenían la clara intención de evitar la corrupción.

CAPITULO IV. Aparecían unas tablas que fijaban el monto de la renta y otras contribuciones que pagaba el comerciante que "alquilaba el puesto". (41).

(41) Pérez Fons, Rafael Histona. Los Mercados, del Tianguis, a las modernas formas de comercialización. Revista Asamblea Vol. II. Núm. 18. Julio 1996. Pág. 35.

Como se puede ver, éste Reglamento es similar al actual, ya que se mencionaba las bases principales para su manejo y administración de los Mercados Públicos. Cambiando un poco en cuanto a las autoridades, pero en otros aspectos muy similar al Reglamento actual.

El Reglamento de Mercados de 1951, fue expedido durante la gestión del Presidente Miguel Alemán, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 1º de Junio de 1951, este Reglamento si bien no es el primero, si el único instrumento jurídico en la materia que existe desde que nuestro País es Independiente.

Reglamento que consta de VIII Capítulos con 101 artículos; parte del principio de que no obstante que los Mercados son un servicio público que presta del Departamento del Distrito Federal, este servicio puede ser concesionado a los particulares para que estos a su vez lo brinden al público.

A continuación mencionaremos algunos puntos relevantes sobre el Reglamento de Mercados de 1951:

El Comercio en la Ciudad de México es regulado por el Reglamento de Mercados, creado por el Poder Ejecutivo con base en la facultad reglamentaria que le otorga la Constitución, pero actualmente la autoridad que legisla en materia de Mercados, es la Asamblea de Representantes del Distrito Federal. (Artículo 122 Constitucional).

El Reglamento vigente, ha sido rebasado por las exigencias sociales, razón por la cual hay artículos que en la actualidad ya no se aplican e incluso hace referencia a Organos de la Administración del Distrito Federal que ya no existen o que han sido substituidos por otros nuevos.

Tal Reglamento es el encargado de regular las actividades comerciales dentro y fuera de los Mercados Públicos, también el comercio que se realiza en la vía pública al que pertenece el Comercio Ambulante, objeto de nuestro estudio.

No obstante que el Reglamento de Mercados cuenta con 49 años de vigencia y que en la actualidad resulte un tanto obsoleto, mencionaremos algunos artículos importantes para nuestro estudio:

El artículo 3 determina lo que se entiende por Mercado Público, comerciantes permanentes, los comerciantes temporales, los comerciantes A y B, zonas de Mercados, puestos permanentes o fijos y los puestos temporales o semifijos

Artículo 5º señala las atribuciones del Departamento de Mercados (en algunas Delegaciones se le conoce como Subdirector de Mercados, y en otras Subdirección de Abastos) que son: "... realiza el empadronamiento y registro de los comerciantes a quienes se refiere el Reglamento, aplica sanciones, ordena la

instalación, reparación o retiro de los puestos permanentes y temporales, administra el funcionamiento de los Mercados Públicos propiedad del Departamento del Distrito Federal, fija los lugares y días de instalación de Tianguis y vigila el cumplimiento de las Disposiciones legales en los Mercados Públicos, sean o no propiedad del Departamento del Distrito Federal".

En sus artículos 7, 9, 11 y 12, establece las disposiciones generales en donde señala reglas sobre horarios de funcionamiento de Mercados Públicos y puestos instalados en la vía pública, prohibiciones con respecto a la venta de bebidas alcohólicas y materiales inflamables o explosivos y la obligación de mantener aseados los locales y pasillos del Mercado.

El artículo 24 menciona: "A falta de disposición expresa al caso concreto señala la aplicación supletoria del Reglamento de Policía Preventiva del Distrito Federal, (publicado en el Diario Oficial el 6 de julio de 1984), el Reglamento de Tránsito en el Distrito Federal (ahora Reglamento de Tránsito del D.F., publicado el 9 de Agosto 1989, reformado el 16 de Febrero de 1993), el Código Sanitario (Ley General de Salud publicado el 7 de febrero de 1984, y modificado el 17 de junio de 1993), el Reglamento de Construcción y de Servicios urbanos en el Distrito Federal, (Reglamento de Construcciones para el D.F., publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de Julio de 1987) y el Derecho Civil y el Mercantil, cuando exista analogía, identidad o mayoría de razón".

En el CAPITULO II, hace referencia a empadronamientos y cancelaciones, establece la obligación de los comerciantes permanentes, temporales y ambulantes que acuden al domicilio de los consumidores, de empadronarse para el ejercicio de sus actividades en el Departamento de Mercados de la Tesorería del D.F. (Artículo 25), "En la actualidad se realiza en las oficinas de Mercados de la Delegación Política que corresponda, debido a que se realiza una desconcentración de trabajo delegando estas funciones a dichas oficinas". (42).

El artículo 26, señala que en el caso de los Ambulantes que buscan los clientes a su paso, deben registrarse para llevar un mejor control de ellos.

Los requisitos para la obtención del empadronamiento están señalados en el artículo 27 y son los siguientes:

* I. Presentar en el Departamento de Mercados de la Tesorería del D.F., una solicitud en las formas aprobadas por la misma Tesorería debiéndose asentar en ellas, de manera verídica y exacta, todos los datos que en dicha forma se exijan.

II. Comprobar ser mexicano por nacimiento.

III. Tener capacidad jurídica."

"Actualmente el trámite se realiza en la Delegación correspondiente, mediante solicitud por escrito, dirigida al encargado de la Oficina de Mercados debiendo anexar copia certificada del acta de nacimiento y fotografías del interesado" (43).

En relación a los puestos ubicados fuera de los Mercados Públicos, el Reglamento los regula en su Capítulo V, que inicia con el artículo 63 que establece:

"Solo en las zonas de Mercados a que se hace referencia en el Reglamento (los adyacentes a ellas), podrán instalarse puestos permanentes o temporales, siempre que no constituyan un estorbo para el tránsito de peatones en las banquetas, de los automóviles en los arroyos o para la prestación de servicios, como el de bomberos, drenaje, agua potable, transporte, teléfono, etc."

El artículo 65 prohíbe la instalación de puestos permanentes o temporales frente a cuarteles, edificios de bomberos, escuelas, centros de trabajo, templos religiosos, puertas de acceso a Mercados Públicos, en pulquerías y similares.

En el Capítulo VI, artículo 77 y 79, se establece que los comerciantes pueden organizarse en asociaciones que serán reconocidas por el Departamento de Mercados cuando tengan un mínimo de cien asociados, estas asociaciones deberán inscribirse en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio, en la Dirección de Gobernación del Departamento del Distrito Federal.

En el Capítulo VII, el Reglamento señala un procedimiento a seguir cuando se susciten controversias entre dos o más personas por atribuirse derechos sobre una misma Cédula de Empadronamiento y también establece el Recurso de Reconsideración contra Actos del Departamento de Mercados que no sean de naturaleza Fiscal.

En la actualidad los 15 artículos que integran este Capítulo, ya no se explican puesto que en la práctica quien resuelve estas controversias es la Subdirección o Unidad de Mercados y Vía Pública, además el afectado tiene derecho de acudir ante el Tribunal de lo Contencioso Administrativo del D.F., el cual resuelve el acuerdo al procedimiento correspondiente sobre los actos que perjudiquen al comerciante.

En el Capítulo VIII, señala las sanciones por infringir las disposiciones del Reglamento, así podemos ver que el artículo 97, establece: "las infracciones a este Reglamento serán sancionadas como sigue:

- I. Multa de cinco a doscientos cincuenta pesos.

(43) Ibidem. Págs. 41, 42.

- II. Retiro de los puestos, marquesinas, toldos, rótulos, cajones, guacales, jaulas, etc.
- III. Cancelación definitiva de la cédula de empadronamiento y por tanto, clausura del negocio en su caso.
- IV. Si la falta es grave, el Departamento del Mercado de la Tesorería del D.F., ordenará el arresto administrativo hasta por 15 días, en la Cárcel de la Ciudad en los términos del artículo 100 de este Reglamento.*

Podemos observar que la fracción I, del artículo que nos ocupa ya no es aplicable, esto se debe a que nuestro Reglamento tiene 49 años de vigencia y por lo tanto estas cantidades resultan muy bajas en comparación a nuestros días, actualmente para fijar una multa, toman como parámetro el salario mínimo que percibe una persona por un día de trabajo, con lo que se aplica supletoriamente el Reglamento de Tránsito en relación al Capítulo de sanciones.

La Fracción II y III, actualmente se siguen aplicando en los mismos términos.

El artículo 100, menciona la fracción IV, dispone los casos en que se ordenará el Arresto Administrativo

El Reglamento de Mercados, se ha atacado de Inconstitucional por parte de los comerciantes en vía pública, a través del planteamiento del Juicio de Amparo, alegando que este es violatorio de la Garantía de Libertad de Trabajo, pero se les ha negado. La Sala Auxiliar de la Suprema Corte de Justicia, en una tesis de Amparo en Revisión establece lo siguiente.

*El Reglamento de Mercados para el Distrito Federal, puestos Fijos y Semifijos, permanentes o temporales, instalación en la Vía Pública, sus disposiciones no violan la Garantía de Libertad de Trabajo o Comercio.

El Reglamento de Mercados para el D.F., no viola lo dispuesto en el artículo 5º Constitucional, restringiendo la Libertad de Comercio o de Trabajo como aducen los recurrentes, pues el hecho de que el artículo 65 fracción IX del Reglamento, prohíba la instalación de puestos fijos o semifijos, permanentes o temporales, en prados de vías y parques públicos, es cosa distinta al Derecho Genérico consagrado en tal Garantía ya que no puede estimarse que en tal disposición se viola la Libertad de Trabajo o Comercio, si dicha actividad puede continuarse en otras partes, toda vez que es una noción ampliamente conocida, la de que la Libertad Individual en términos absolutos no existe, ya que esa libertad esta siempre supeditada al bien de la colectividad, principio que está consagrado en el artículo Constitucional en cita, y es inexacto que el precepto del Reglamento de Mercados para el D.F., a que se alude, pueda coartar en términos generales la libertad de Comercio o de Trabajo, pues él mismo tutela el Derecho que le asiste a la colectividad para usar y disfrutar un bien que es de uso común, y al aplicar tal disposición legal para resolver la petición de los quejosos, no puede estimarse

como violatorio a la Garantía Individual antes referida, porque con ello no se les restringe de tal Derecho consagrado en la misma, dedicarse a la Profesión, Industria o Trabajo que les acomode siendo lícitos, lo único que se les prohíbe es que ocupen en forma exclusiva determinada área en una Vía Pública, lo cual es como se repite, substancialmente distinto a la Libertad de Trabajo o Comercio, ya que de lo contrario en el hecho de ocupar los bienes de uso común para ejercer la libertad de trabajo o comercio, cualquier particular podría poseionares de parques y vías públicas de una manera exclusiva para su beneficio personal, con lo que además de modificar su destino de los bienes de uso común, lesionaría los derechos de la colectividad al restringir e inclusive impedir el uso de ellas para los demás integrantes de la sociedad". (44).

Como conclusión podemos decir, que en el engrandecimiento del comercio ilegal en las calles, banquetas, parques, jardines, interior y exterior del Sistema de Transporte Colectivo Metro, y en general en espacios públicos de nuestra Ciudad que cuenta con gran afluencia de peatones ha llegado a niveles preocupantes, ya que no existe forma alguna de parar tal actividad, puesto que las Autoridades correspondientes contribuyen a la corrupción por que al momento de quitarlos de la vía pública, estos solicitan a los vendedores una cantidad para no despojarlos de sus productos y para dejarlos seguir vendiendo.

En cuanto a esto, existen artículos publicados en distintos diarios de D.F. que a continuación aremos mención de algún reportaje:

"Las secciones que las autoridades de la Delegación Venustiano Carranza, han tomado para controlar el comercio ambulante en la zona de la Merced, se han convertido en una mina de oro para los policías secretariales y granaderos, encargados de mantener a raya a los informales, quienes se ven obligados a pagar entre veinte y cincuenta pesos para que se les permita tener sus puestos en la vía pública

Entre las 11 y las 12 horas del día, las camionetas blancas que transportan a los granaderos, en forma por demás abierta, pasan por cada uno de los puestos para recoger su "cuota", a fin de que permitan a los informales continuar con su actividad

Quien se niega a pagar la extorsión, primero es amenazado y después se le recoge su mercancía, con los que los uniformados dan la impresión ante las autoridades Delegacionales de que están actuando en contra de los llamados "loreros".

(44) Amparo en Revisión. 1483/88. Martín Otilio Arias Montero y otro. 9 de Agosto de 1989. 5 Votos en los Resolutivos y Mayoría de 4 Votos en los Considerativos. Ponente, Martha Sánchez Padrón. Disidente, Guillermo Guzmán Orozco. Secretario Jesús Enrique Flores.

Sin embargo, el ambulante tolera esta situación, pues si denuncian a los granaderos ello equivaldría a que las autoridades tomaran otras medidas, las que efectivamente los quitarían de lugar por lo que prefieren pagar su cuota y que los dejen trabajar". (45).

El fenómeno del Ambulante refleja el típico caso de la impunidad con la que operan miles de personas, desde el alto rango de autoridades, hasta los simples "toreros".

2.3 CODIGO DE COMERCIO.

En su artículo 3º nos da el concepto de Comerciante en su fracción I:

"Se reputan en derecho comerciantes:

Fracción I. Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el Comercio, hacen de él su ocupación ordinaria."

Podemos decir en cuanto a esta fracción, que el concepto de comerciante se adecua al Comerciante Ambulante, ya que por su ocupación ordinaria en el comercio, es referente al supuesto, aunque su actividad la desempeñe en la vía pública, que es considerada como un bien de uso común.

En relación a estos bienes, la Ley Orgánica y Estatuto de Gobierno de la Administración pública del D.F., disponen en su artículo 34: "los bienes del dominio público del Departamento del D.F., son los siguientes: (se describen lugares idóneos en donde se establece el ambulante).

Fracción I. Los de uso común.

Fracción V. Las vías terrestres de comunicación que no sean Federales o de particulares.

Fracción XIII. Las plazas, calles, avenidas, viaductos, paseos, jardines y parques públicos.

La Autoridad Administrativa está autorizada para otorgar permisos, concesiones sobre esta clase de bienes, pero estos serán temporales y revocables, no crean ningún derecho real o posesorio y en ningún caso podrán otorgarse en perjuicio de libre tránsito tanto de vehículos como de personas, del acceso a los predios colindantes y de los servicios públicos instalados.

(45). López, Juan Antonio. "Opciones". Explotan granaderos a los ambulantes. 26 de Mayo de 1999. Pág. 11.

Los Comerciantes, simplemente por desarrollar esa actividad, tienen obligaciones comunes que se encuentran en el Código de Comercio que en su artículo 16 establece:

"Todos los comerciantes, por el solo hecho de serlo están obligados:

- 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 de Comercio, de los documentos cuyos tenor y autenticidad deben hacerse notorios.
- III. A mantener un sistema de contabilidad conforme al artículo 33.
- IV. A la conservación de la correspondencia que tenga relación con el giro del comerciante".

El artículo 33 mencionado en la fracción III, fija la forma de llevar a cabo tal contabilidad estableciendo determinados requisitos, los cuales algunos comerciantes lo llevan a cabo como los establecidos, porque los ambulantes no llevan ningún trámite contable.

En el artículo 75 menciona los Actos de Comercio:

"I. Todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres verificados con propósito de especulación, de mantenimientos, artículos, muebles o mercaderías sea en estado natural o labrados;..."

Los Comerciantes informales o ambulantes, realizan actos de comercio, pero no cuentan con registros de comercio, lo cual origina una serie de conflictos, tanto para los comerciantes establecidos, como para los consumidores.

Podemos decir, que la mayoría de los comerciantes ambulantes no cumplen con tales obligaciones, ni están bajo ningún régimen, de esto, algunos llamados "líderes" se aprovechan de su situación para manipularlos a su antojo y así causarles más daño de lo que aparentemente no desean hacer. Existen otras causas de diversa índole, de tipo burocrático, político y económicas entre otras, las cuales complican aun más la posible solución al ambulante.

2.4 LEYES COMPLEMENTARIAS.

Como Leyes Complementarias, tenemos al Código Penal para el Distrito Federal, Ley Federal de Protección al Consumidor, Reglamento de Tránsito, Ley General de Salud, Código Fiscal de la Federación, entre otros. Las cuales en alguno de sus artículos hacen mención de los delitos que han causado los comerciantes informales, ya que cada una de las leyes mencionadas tipifican alguna acción derivada del ambulante.

CODIGO PENAL PARA EL DISTRITO FEDERAL.

En el Diario Oficial del Distrito Federal, se publicó el 17 de Septiembre de 1999, el Decreto por el que se derogan, reforman y adicionan diversas disposiciones del Código Penal para el Distrito Federal, en Materia del Fuero común y para toda la República en materia del Fuero Federal, por lo tanto cambiando su denominación a "Código Penal para el Distrito Federal", para la aplicación de delitos en virtud de que el 18 de Marzo de 1999, se expidió de igual forma el Código Penal Federal, aplicable en toda la República para delitos del Orden Federal.

En las reformas del Código Penal se mencionan entre otras: Mayor protección al Ambiente, protección a víctimas, mujeres y niños, etc.

Tales reformas legales entraron en vigor el pasado 1º de Octubre (1999), tal Reforma Legislativa tiene por objeto endurecer las penas para algunos delitos y tipificar ciertas conductas no consideradas anteriormente como delitos y que en realidad se trataba de "lagunas" u omisiones legales, que eran aprovechadas por presuntos delincuentes para cometer ilícitos. Las Reformas son entre otras:

"Utilización de la Vía Pública para la venta de sustancias ilícitas o para el ejercicio del Comercio Ambulante. Durante mucho tiempo se ha venido señalando en distintos foros, medios de comunicación y publicaciones en general que el ejercicio del comercio en la vía pública es contrario a diversas disposiciones jurídicas, constituyéndose así en actividades ilegales". (46).

Tal situación se refuerza ahora con la Reforma incluida en el artículo 171 bis del Código Penal para el Distrito Federal, ya que se establece como delito la utilización indebida de la vía pública de tal manera que se comete este delito en los supuestos siguientes:

- A) El que utilice la vía pública para consumir, distribuir o venda sustancias ilícitas o para inhalar éstas, no destinadas a ese fin y que produzcan efectos psicotrópicos, sin perjuicio de lo dispuesto por otros ordenamientos jurídicos.
- B) El que determine a otros a ejercer el comercio en la vía pública sin permiso de la Autoridad Competente obteniendo algún beneficio o lucro para sí o para un tercero. En este caso, la pena puede ser entre uno y tres años de prisión y multa de cien a trescientos días de salario.

Estas dos conductas vienen a constituirse en instrumentos para un efectivo combate a la distribución de drogas, al consumo en público de ellas y sobre todo para combatir a los "líderes" de vendedores ambulantes que verdaderamente lucran con quienes dicen representar.

(46) Boletín Jurídico, Publicación. CANACO, Vol. VIII, Núm. II Octubre 1999, Pág. 2.

Podemos concluir que con esta disposición, no se sanciona a los ambulantes que venden productos de su propiedad o creación, sino a quienes disponen, reparten y distribuyen las calles, banquetas y avenidas, cobrando por el "uso de suelo", como si fueran de su propiedad y no de todos los habitantes de esta Ciudad.

Al respecto podemos mencionar un claro y verdadero ejemplo:

"La señora Silvia Sánchez Rico, líder de ambulantes en el Centro Histórico desde 1998, fue acusada de varios delitos contra los comerciantes ambulantes del Centro Histórico, entre los delitos que se le asignan son : Lesiones, extorsión, entre otros.

Esto es a consecuencia de que 500 vendedores informales dejaron la Unión Cívica, y se integraron al Programa de Reubicación del Ambulantaje promovido por el Gobierno Capitalino, lo cual originó que la lidereza Silvia Sánchez Rico junto con dos de sus familiares, amenazara de muerte y golpeará a algunos Comerciantes, por dejar su agrupación en donde los Comerciantes aseguran que los hechos fueron ordenados desde que decidieron separarse de la organización que controla Sánchez Rico, y por que se han negado a entregar las cuotas de hasta cuarenta pesos que ella les exige, toda vez que ya están dando sus pagos al Gobierno. (Tesorería del Distrito Federal y al Fondo de Desarrollo Económico FONDECO). La lidereza afiliada al Partido Revolucionario Institucional (PRI), les exige pagar la cuota de cuarenta pesos diarios entre sus 17 000 agremiados, lo que le deja una ganancia diaria de 680 000 pesos diarios. Por lo tanto, los comerciantes afectados decidieron levantar una averiguación en contra de Silvia Sánchez Rico y sus familiares involucrados en tales delitos, denuncias por lesiones y amenazas, robo , privación ilegal de la libertad, además de secuestro y amenazas vía telefónica.

Lo cual originó la detención de la lidereza y sus familiares; también afirmaron que hacen de las suyas en contubernio con las Autoridades Policiacas y Administrativas, a tal grado que trae como escolta a las Unidades de 055 y 048 de la Policía Judicial del Distrito Federal, y a su servicio inspectores de la vía pública, granaderos y pistoleros a sueldo dispuestos a matar a quien interfiera en sus negocios". (47).

La Diputada Perredista, Verónica Moreno comentó; "que Silvia Sánchez Rico es Aval solidario de 700 de los 1200 locales que hay en la Plaza "Hilos Cadena". Existe una irregularidad jurídica que tenemos que resolver, porque desde la Administración de Manuel Camacho Solís como Regente de la Ciudad, se firmó un convenio con FONDECO, que autoriza a los Líderes a fungir como Aavales". (48).

(47) Colín, Sergio M. "El Sol de México", Acusan a lidereza de ambulantes. 14 de Marzo de 1999. Pág. 3.

(48) Romero Sánchez, Gabriela. "La Jornada", Tienen protección de las Autoridades. 14 de Marzo de 1999. Pág. 58.

Podemos concluir, que tal situación y los hechos que se dieron y se siguen dando en la Ciudad de México, no solo es problema y solución de los Organos Legislativos de crear y dar solución a las Leyes, sino concientizar más a la Sociedad. Como la Lideresa Sánchez Rico hay muchos más, no solo en la Ciudad de México sino en toda la República Mexicana, así también como las Autoridades corruptas y sobre todo el ambulante que ha crecido a últimas fechas a gran escala en toda la República.

Las nuevas Reformas al Código Penal no solucionarán todos los problemas que acarrea el ambulante, pero poco a poco debemos de empezar a tomar en cuenta las Leyes y sobre todo a cumplirlas.

LEY DE SALUD PARA EL DISTRITO FEDERAL.

Artículo 5º fracción XVIII; faculta al Gobierno del Distrito federal, para regular y mantener el control sanitario de los comerciantes ambulantes.

Artículo 27 establece: los vendedores ambulantes que expendan productos alimenticios, deberán cumplir con las condiciones higiénicas que establezca el Departamento del D.F., pero en ningún caso lo podrán hacer en zonas consideradas insalubres.

LEY DE PROTECCIÓN CIVIL DEL DISTRITO FEDERAL.

Establece la obligación de cada Subdelegado Jurídico y de Gobierno de vigilar y sancionar a los locatarios o personas que violen esa misma normatividad pero en caso de que el funcionario evada esa misma responsabilidad, se hace acreedor a una sanción de hasta 300 días de salario mínimo.

LEY DE JUSTICIA CIVICA PARA EL DISTRITO FEDERAL.

De acuerdo con las reformas, las nuevas disposiciones quedan así:

Capitulo II. De las infracciones.

Artículo 7º. Se comete infracción cívica cuando la conducta tenga lugar en:

- I. Lugares o instalaciones públicas de uso común o libre tránsito, como plazas, calles, avenidas, viaductos, vías terrestres de comunicación ubicadas en el Distrito Federal, paseos, jardines, parques o áreas verdes.

Artículo 8º. En términos del artículo anterior, son infracciones cívicas las siguientes:

Fracción VII. Impedir o estorbar de cualquier forma, siempre que no exista permiso ni causa justificada para ello, el uso de la vía pública, la libertad de tránsito o de acción de las personas en la misma. Para estos efectos, se entenderá que existe causa justificada siempre que la obstrucción del uso de la vía pública, de la libertad de tránsito o de acción de las personas sea inevitable y necesaria, y no constituya en si misma un fin, sino un medio razonable de manifestación de las ideas de asociación o de reunión pacífica.

REGLAMENTO INTERIOR DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL.

Publicado en el Diario Oficial del 17 de enero de 1984. En su artículo 12, faculta a la Coordinación General de Abasto y Distribución a opinar sobre las autoridades para el funcionamiento de mercados sobre ruedas, tianguis y concentraciones

REGLAMENTO DE VENDEDORES DE LOTERIA.

Publicado en el Diario Oficial del 19 de febrero de 1943, regula la venta de billetes de lotería; por lo que se refiere a establecimientos fijos y a los vendedores ambulantes. Para ambos casos se necesita tener licencia expedida por el Departamento del Distrito Federal y cumplir con los requisitos comprendidos en los artículos 2º al 12.

En sus artículos 15 y 16, prohíbe el ingreso de los billeteros ambulantes a cantinas, cafés, restaurantes, y su venta frente a sitios de diversión, tales como cines, teatros, plazas, etc.

En el artículo 23, referente a las sanciones menciona que "será castigado con multa de diez salarios mínimos vigentes en el D.F., todo aquel que obligue a un menor de 15 años a dedicarse a la venta ambulante de billetes de lotería". Norma que no se aplica en la práctica.

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

La vigente Ley, que abrogó la anterior de fecha 22 de diciembre de 1975 fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 24 de diciembre de 1992, el objeto de esta Ley es promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Artículo 2º. Para efectos de esta Ley se entiende por:

Fracción I. Consumidor: la persona física o jurídico colectiva que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final, bienes, productos o servicios...

Fracción II. Proveedor: es la persona física o jurídico colectiva que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios...

Los consumidores y los proveedores están obligados al cumplimiento de esta Ley, así como las entidades de las Administraciones Públicas, federal, estatal y municipal, cuando tengan el carácter de proveedores o consumidores (artículo 6°).

*El proveedor esta obligado a respetar los precios, garantías, cantidades, medidas, interese, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones que se hubieran ofrecido, obligado o convenido con el consumidor; incurre en responsabilidad administrativa por los actos propios y los de sus colaboradores, subordinados y toda clase de vigilantes, guardias o personal auxiliar que presten servicios en el establecimiento de que se trate, cuando estos actos atenten contra los derechos de los consumidores * (artículos 7 y 9).

Los proveedores están obligados a entregar al consumidor factura, recibo o comprobante en el que se encuentran los datos específicos de la compra – venta, servicios prestados u operación realizada (artículo 12).

Los comerciantes al realizar la información o publicidad de los bienes o servicios que presten, deberán de hacerla de manera que no produzcan confusión o induzcan a error alguno (artículo 32).

La información de productos importados debe expresar el lugar de origen, los lugares donde pueden repararse, las instrucciones para su uso y garantías correspondientes (artículo 33).

Los datos que contengan los productos o sus etiquetas, embaces, empaques y la publicidad respectiva, tanto los nacionales como los extranjeros, se expresaran en idioma español y su precio en moneda nacional y en términos claros y precisos (artículo 34).

La falta de veracidad en los informes, instrucciones, datos y condiciones prometidas o sugendas dará lugar al cumplimiento de lo ofrecido y cuando esto no sea posible, a la reposición de los gastos necesarios que pruebe haber efectuado el adquirente y en su caso, al pago de daños y perjuicios, así como las sanciones que se apliquen conforme a la ley (artículo 37).

Cuando un producto contenga leyendas de restricción o de limitación en su uso deberán estar redactadas de una manera clara, veraz y sin ambigüedad. (artículo 38).

El proveedor está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad o información desplegados, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito del consumidor (artículo 42).

En los artículos transcritos, se describe una serie de obligaciones propias de los proveedores y dentro de los que se encuentran todos los comerciantes incluyendo los ambulantes, por lo que también están obligados al cumplimiento de las mismas.

El comercio no sólo se realiza en los establecimientos de los comerciantes sino que también fuera de ellos, la Ley en su artículo 51 nos hace mención de las ventas a domicilio y establece: "será venta a domicilio mediata o indirecta la que se proponga o lleve a cabo fuera del local o establecimiento del proveedor, incluidos en arrendamiento de bienes muebles y la prestación de servicios". Lo dispuesto en este capítulo no es aplicable a la compraventa de bienes perecederos recibidos por el consumidor y pagados de contado.

El consumidor tiene derecho a la reposición del producto, a la bonificación, compensación o devolución de la cantidad pagada, a su elección, cuando el contenido neto del producto o la cantidad sea menor a la indicada en el envase o empaque, si el bien no corresponde a la calidad, marca o especificaciones ofrecidas y si el bien reparado no queda en estado adecuado para su uso o destino dentro del plazo de garantía.

El comerciante ambulante pertenece al comercio informal, por lo que difícilmente puede cumplir con todas las disposiciones. El principal problema al cual se enfrenta, es la falta de capital para establecer un negocio de manera formal.

No obstante lo establecido encuadra dentro de las disposiciones que establece la Ley y quedan sujetos a ella por el solo hecho de dedicarse a la actividad comercial, pero es importante señalar que si la Ley regula con precisión las relaciones comerciales entre proveedores (comerciantes) y consumidores, a esta regulación le falta fuerza coactiva para obligar a las partes a su cumplimiento, toda vez que la autoridad facultada para aplicar la Ley es la Procuraduría Federal del Consumidor misma que forma parte del Poder Ejecutivo, que impone multas administrativas y promueve la conciliación entre las partes cuando existe controversia, sin emitir resoluciones que se equiparen a las sentencias las cuales son exclusivas del Poder Judicial y al no poder emitir resoluciones con fuerza legal, los comerciantes en la mayoría de los casos omiten el cumplimiento de dichas obligaciones.

Visto lo anterior, vemos con claridad que si los comerciantes establecidos no cumplen con lo dispuesto por la Ley, los ambulantes tampoco lo hacen debido a su situación, puesto que no existe un autentico control sobre ellos en cuanto a los

productos que ponen a la venta en la vía pública y sobre todo que no cuentan con ninguna garantía para ofrecerla a los consumidores.

CODIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN.

En las recientes reformas fiscales de 1999, se otorgan facultades a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para verificar que las personas que cuenten con locales, puestos fijos y semifijos en la vía pública, es decir, vendedores ambulantes, cumplan con sus obligaciones fiscales al igual que cualquier otro comerciante debidamente establecido, además de que el incumplimiento de estas obligaciones pueden originar la imposición de multas y la aplicación de otras medidas de apremio.

Los aspectos relevantes de dichas modificaciones fiscales aplicables a los denominados vendedores ilegales son:

- Documentación necesaria: Cédula de identificación fiscal expedida por la S.H.C.P., o la solicitud de inscripción en el R.F.C., o la copia certificada de ambos documentos.
- Comprobantes que amparen la legal posesión o propiedad de las mercancías que vendan.
- Comprobantes fiscales: Las autoridades podrán llevar a cabo visitas para verificar que los vendedores ambulantes expidan comprobantes fiscales por sus operaciones. Esta verificación, según la Ley Fiscal, puede realizarse también para exigir se presenten las solicitudes o avisos en materia de Registro Federal de Contribuyentes de quien tenga puestos fijos y semifijos en la vía pública, cuando se encuentren abiertos al público en general.
- Embargo Precautorio: De igual forma se faculta a la autoridad para que realice el Embargo precautorio de las mercancías, cuando los contribuyentes no puedan acreditar su legal propiedad o posesión de las mismas con la documentación respectiva.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, esta facultada para hacer que todos los contribuyentes, tanto los establecidos como los informales, cumplan con la ley por igual.

El Comercio Informal afecta el erario y es por esta razón, que a últimas fechas esta considerado por las autoridades incorporar esta actividad informal, al padrón fiscal.

REGLAMENTO DE TRANSITO DEL DISTRITO FEDERAL.

Dispone en el artículo 78 que los usuarios de la vía pública deberán abstenerse de todo acto que pueda constituir un obstáculo para el tránsito de

peatones y vehículos, que en consecuencia, queda prohibido depositar en la vía pública materiales de construcción o de cualquier índole.

REGLAMENTO DE CONSTRUCCIONES PARA EL DISTRITO FEDERAL.

En el artículo 6 del citado Reglamento define, "la vía pública es todo espacio de uso común que por disposición del Departamento, se encuentra destinado al libre tránsito, de conformidad con las leyes y reglamentos de la materia y tiene como característica propia, servir para la aereación, iluminación y asoleamiento de los edificios que las limiten; dar acceso a los predios colindantes o para alojar cualquier instalación de una obra o de un servicio público".

Puede entonces decirse que la vía pública tiene fines expresamente determinados, por lo que cualquier uso distinto, a los que marca el Reglamento de Construcción, es violatorio de dicha disposición legal.

Pero es claro destacar que el ambulante, en sus distintas modalidades, obstruyen las vías de uso común, destinadas al libre tránsito.

Como podemos ver, existen Leyes y Reglamentos que hacen mención de las actividades que realizan los comerciantes ambulantes, ya sea en la realización de las mismas o en las ilegalidades en las que a veces caen, es necesario tomar en consideración tales artículos para darle solución a los conflictos. Existe reglamentación que demuestra que no se puede trabajar libremente como lo hacen saber los ambulantes, por eso es necesario que cada vez que cometan un ilícito hacerles mención de las leyes y su debido cumplimiento, solo así lograremos una convivencia mejor y sobre todo un respeto mutuo entre autoridades y trabajadores ambulantes.

CAPITULO III.

EL COMERCIO INFORMAL Y SU ASPECTO SOCIOLOGICO.

CAPITULO III. EL COMERCIO INFORMAL Y SU ASPECTO SOCIOLOGICO.

El Comercio Informal o ambulante en las grandes metrópolis, representa sin lugar a dudas un fenómeno de magnitudes excepcionales, cuya proliferación en los últimos tiempos, ha generado problemas económicos, políticos y sociales, solicitando una atención especial por parte de las autoridades, sin resultados favorables.

La ciudad de México, ha padecido históricamente esta problemática, especialmente en las últimas décadas, periodo árido en el cual el ambulante ha causado índices importantes de crecimiento.

3. a) CONCEPTO DE COMERCIO INFORMAL.

El Comercio Informal "es el conjunto de actividades a través de las cuales, se realizan diversas transacciones de bienes o de servicios que no se registran en las estadísticas e indicadores nacionales, ya que al ser omitida ante la autoridad fiscal la declaración de los ingresos que generan, quedan fuera de la contabilidad del país, esto se traduce en el Producto Interno Bruto no contabilizado". (49).

Al comercio informal también se le denomina comúnmente como "Comercio Ambulante" o "ambulante", esto es porque inicialmente la característica más sobresaliente de tal actividad, consiste en la rutina de recorrer o "deambular" por las principales calles o avenidas, con el fin de ofrecer directamente una variedad de mercancías al consumidor.

Pese a que esta actividad aún persiste, actualmente encontramos que el aspecto más notorio del llamado "ambulante", lo constituyen aquellos que no deambulan por las calles, sino que se encuentran ubicados fijamente en la vía pública.

Hay que hacer notar que el término "ambulante", es esencialmente incorrecto ya que solo una parte del comercio en la calle se comporta como tal, al igual, el término "informal" se refiere a los hechos y las actividades que realizan algunos individuos, y no a ellos en particular.

Se puede decir, que el sector informal, abarca a todos los individuos que se ubican en una situación de extralegalidad en el ejercicio de sus actividades económicas, pues están al margen de las reglas jurídicas que las regulan y las sancionan.

(49) Economía Metropolitana. El comercio en la vía pública del Centro Histórico de la Ciudad de México. CANACO, Abril 1993. Vol. 1. Núm. 2. Pág 19.

El comercio informal o ambulante, se divide en dos actividades bien definidas:

El comercio itinerante: es aquel en donde el vendedor deambula por las calles de la ciudad ofreciendo productos o servicios sin tener un lugar fijo donde establecerse.

El comercio en un lugar fijo: es el que hace referencia a la expedición de mercadería o a la prestación de servicios desde un puesto fijo en la vía pública, el cual se retira total o parcialmente en las horas que no labora, para volverse a instalar al día siguiente.

Cabe agregar que la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, ha elaborado una tipificación del comercio ambulante subdividiéndolo en: comercio de Subsistencia y comercio de Alta Rentabilidad.

En donde al primero corresponde los puestos aislados y al segundo las concentraciones como los tianguis y mercados sobre ruedas, tianguis bazar y los puestos fijos metálicos en las vías y banquetas publicas.

3. b) CARACTERISTICAS.

- La principal característica del comercio informal reside, en que escapa tal actividad a la contabilización al sistema fiscal.
- Se ubica a sus trabajadores en la categoría de trabajos o empleos no registrados, remunerados en efectivo, evadiendo el pago de impuestos y/o contribuciones a la Seguridad Social.
- Se establecen en zonas con gran afluencia de consumidores, al rededor de los mercados, en las afueras de las estaciones del metro, e incluso dentro de las mismas instalaciones, pasillos y andenes, en terminales y paradas de las centrales camioneras, en las calles y avenidas de mayor circulación.
- Desarrollan su actividad de lunes a domingo en diferentes horarios.
- Se caracterizan también, por el giro comercial a que se dedican por ejemplo los que comercian con alimentos y bebidas preparadas, sin ninguna medida de seguridad e higiene
- Algunos comerciantes, pertenecen a las agrupaciones de Invidentes "El ex presidente Adolfo Ruiz Cortinez junto con la Lotería Nacional concedieron la creación de fuentes de trabajo a las personas invidentes, emprendiendo un programa de construcción de puestos metálicos fijos y semifijos, que serian instalados en la vía pública con la finalidad de que tales invidentes podrian realizar labores comerciales, allegándose un mínimo de recursos monetarios". (50).

(50) Luna P. Francisco. "Fuera de control el comercio ambulante de la capital". Economía. Novedades. México D.F. Agosto 1989. Págs. B-1, B-2.

- Operan en cantidades pequeñas de mercancías, para que sea mejor su desplazamiento por las calles.
- Algunos carecen de ubicación fija, su escala de venta es reducida y depende de la habilidad con que se trasladen en busca del cliente.
- En su constante ir y venir por las calles en busca de clientes observa que productos se venden, aprende de amigos y familiares más experimentados e intercambia puntos de vista para así iniciar su labor en el ambulante.
- Cabe mencionar que al efectuar sus operaciones en las calles, estos vendedores carecen de los servicios más elementales, tales como: agua, electricidad, sanitarios, entre otros.
- No otorgan ventas a plazos, ni garantía alguna, y mucho menos realizar alguna reparación por el producto vendido.
- Destacan particularmente los artículos de contrabando o "fayuca" en las ventas en la vía pública.
- Se caracteriza por hacer la separación entre el lugar de trabajo y el de residencia, puesto que repercute en los costos de la actividad, al tener que pagar gastos de transporte.
- Son objeto de constantes extorsiones monetarias por parte de las autoridades, inspectores de la vía pública y pseudolideres políticos.

Como podemos observar son muchas las características de los comerciantes en vía pública puesto que su actividad comercial los destaca, a simple vista. En cuanto a los factores de capital y trabajo tienen características específicas debido al hecho de que las unidades económicas tienen un carácter eminentemente familiar. La utilización del capital que obtienen por su trabajo, es con fines productivos y de consumo familiar.

3.c) SUJETOS QUE INTERVIENEN.

En la Ciudad de México el comercio informal en la vía pública, se encuentra integrado por un número variable de vendedores ambulantes; hijos y semifijos, líderes, locatarios (comercio establecido), proveedores, clientes, funcionarios e inspectores de la vía pública, entre otros. De cualquier forma, poca o mucha su intervención en tal actividad, genera conflictos; unos por su desventaja que tienen frente a otros, por el abuso del poder y la corrupción que ejercen al "impartir justicia y realizar su trabajo"; otros porque tienen "derechos", porque están realizando su trabajo y no quieren dificultades con sus superiores, en fin una serie de excusas por las cuales algunas veces justifican sus acciones, lo cierto es que el problema crece a grandes escalas y hasta la fecha no se ha podido controlar.

De lo anterior mencionaremos los sujetos principales que intervienen en tal actividad:

COMERCIANTES AMBULANTES: A este tipo de comerciantes se les caracteriza porque andan por las calles con su mercancía a cuestas, vendiendo desde chicles, agua embotellada, golosinas, pañuelos faciales, etc., algunas ocasiones con productos de mayor costo.

Existen comerciantes informales móviles los cuales como ya mencionamos se trasladan de un lugar a otro especialmente en sitios de gran circulación peatonal, ofreciendo una diversa gama de mercancías de fácil elaboración y consumo; los productos que ofrecen les pertenecen por entero, en algunos casos, puesto que a veces son subempleados en donde se les otorgan productos y estos los venden sacando en algunas ocasiones ganancia para ellos, aparte de lo que tiene que entregar como cuenta.

Los comerciantes informales semifijos los cuales colocan sus mercancías al ras del suelo, utilizando un trozo de hule o cartón como base improvisando una caja de madera para el mismo fin, sin olvidar los que se desplazan con carretillas o puestos móviles de metal, su mercancía puede ser más elaborada como cóctel de frutas, jugos, artesanías, relojes, calculadores, bisuterías, etc.

Los comerciantes informales fijos son los que manejan un volumen mayor de inversión en las mercancías que venden, a diferencia de los anteriores, estos se han apoderado de un espacio en la vía pública realizando su actividad de manera permanente. Instalan armazones de fierro, los cuales cubren con lonas amarradas hacia los lados, este tipo de comerciantes principalmente opera en las aceras peatonales y en plena zona vehicular, siendo en algunos casos, frente a los comercios formalmente establecidos. Los giros comerciales con que comercian estos, son de mayor inversión que los anteriores como: ropa, calzado, discos compactos, perfumes, aparatos telefónicos, películas de video, etc.

Para las clases de comerciantes que mencionamos, es indispensable que sea concurrido el lugar en donde se establecen, y sobre todo que los dejen vender libremente.

PROVEEDORES: Son personas encargadas de abastecer de lo necesario a la comunidad, para las unidades económicas del comercio en la vía pública, el abastecimiento cobra un papel muy importante, ya que de estos dependen sus márgenes de ganancia y las posibilidades de sobrevivencia o de su crecimiento como distribuidores. Los ambulantes y los proveedores, deben de tener cierta relación de confianza pues es muy importante porque se obtiene la posibilidad de trabajar con crédito.

También la forma de relacionarse depende del giro comercializado, puesto que una vez definido, las posibilidades de las ganancias serán mayores dependiendo de su posición en el circuito comercial, tomando en cuenta el nivel de la demanda de sus productos.

Los comerciantes informales que se dedican a vender aparatos electrónicos y electrodomésticos (nacionales o extranjeros) los adquieren en tiendas especializadas, bodegas de grandes mayoristas como es el caso de la zona de Tepito de la capital del país.

Las frutas y legumbres, pueden adquirirse a menos precio en la Central de Abastos de Iztapalapa o con otros intermediarios según sea la capacidad de inversión y de transporte del propietario.

Algunos productos provienen de comercios establecidos cercanos al lugar de venta en la calle, por ejemplo: bolsas, juguetes, ropa, dulces, paraguas, relojes, etc.

En estos casos se puede señalar que existe un caso de simbiosis, entre el establecimiento formal y el informal, ya que el primero se beneficia al incrementar sus ventas y el segundo, ahorra un poco en los fletes de transportación de sus productos y por supuesto en el costo, comprando por mayoreo puede que le den los precios un poco más bajos.

CLIENTES: Respecto a estos, se tiene por entendido que son individuos que comercializan con los ambulantes, ya que estos proporcionan un servicio como cualquier otro abastecedor, comprando objetos para satisfacer necesidades o para revender, tal vez porque se encuentran más barato que en un lugar formalmente establecido o porque se los encontraron a su paso.

El cliente es punto clave en la sobrevivencia y desarrollo del negocio o empresa familiar.

Tanto los comerciantes informales como los establecidos, cuentan con un número considerable de clientes, puesto que de ellos depende la poca o mucha ganancia que sacan, la clientela se diferenciará según sus niveles socioeconómicos

LIDERES: Individuos que representan a los ambulantes ante las autoridades gubernamentales; los orientan a través de supervisores y coordinadores en la calle para el desarrollo de su actividad. A través de cada uno de éstos, se llevan a cabo diversas relaciones sociales y políticas de organización, vínculos, supervisión, administración y operación al interior de cada uno de sus grupos.

Los líderes obtienen del gobierno posiciones económicas y políticas, protección y otros beneficios como los permisos para laborar en las calles

Podemos observar, que algunos de los líderes abusan del poder que los propios ambulantes les han otorgado, puesto que no todos actúan con honradez, porque al cobrarles las cuotas correspondientes por su actividad en la vía pública, son excesivas algunas veces, y en ocasiones no son entregadas a las autoridades

hacendarías. Al respecto haremos mención de un artículo publicado en un periódico de la Ciudad de México; entrevista realizada al presidente de la CANACO en 1998 en donde declaró "la economía subterránea se ha dejado crecer por cuestiones políticas como por intereses monetarios, ya que fuertes grupos apoyan esta actividad que deja ganancias millonarias. Tan solo las rentas que paga el ambulante a sus líderes en esta ciudad suman diariamente cinco millones de pesos, mil trescientos millones al año, los cuales en parte van a engrosar las cuentas personales de quienes los dirigen, así como de funcionarios delegacionales". (51)

Como mencionamos anteriormente, la existencia de algunos líderes como la Señora Silvia Sánchez Rico, que el 24 de Marzo de 1999, armó junto con algunos parientes, gran trifulca entre los comerciantes ambulantes del Centro Histórico al ver que estos fueron separados de su organización, para incorporarse al Programa de Reubicación del Ambulante promovido por el Gobierno Capitalino, y porque se negaron a pagar las cuotas de hasta 40 pesos diarios, que la lidereza les exige toda vez que ya están dando sus pagos al gobierno. Lo cierto es que los líderes de las organizaciones de ambulantes abusan de su poder sin importarles si están representando bien a su organización o si realizan bien su trabajo, actúan de manera arbitraria y prepotente, cobrando cuotas excesivas sin ningún recibo o comprobante, por lo que los ambulantes se quejan ante las autoridades de desalojos, maltratos, decomisos y elevadas multas entre otros.

FUNCIONARIOS E INSPECTORES DE LA VIA PUBLICA: Las autoridades administrativas de la Ciudad de México, cuentan con el marco legal del derecho y por lo tanto el respaldo del Estado, los delegados o funcionarios a quienes se les confía la coordinación y dirección de los asuntos y problemas que son susceptibles de atenderse en las delegaciones correspondientes, cuentan con suficiente autorización para vigilar y resolver los conflictos suscitados en la vía pública, respecto al ambulante, dichos funcionarios tienen la obligación de vigilar que se cumplan con los trámites requeridos para ejercer el comercio, ya sea una cédula de empadronamiento fiscal, una credencial, o simplemente una copia certificada de la solicitud de permiso temporal para laborar en las calles con fecha y ubicación determinada.

Es necesario mencionar que los inspectores de la vía pública, su labor principal es dar soluciones viables a los problemas que se presentan en las calles, y sobre todo vigilar que se cumplan los convenios establecidos con el gobierno capitalino, por el contrario se dedican a ofrecer concesiones a cambio de incentivos económicos y después desalojan a los comerciantes ambulantes con engaños o ejerciendo la fuerza pública, con esto no se solucionan los conflictos solo se empeoran aun más.

(51) Muñoz Ríos, Patricia. Economía. La Jornada, 30 de Marzo de 1998. Pág. 18.

3. d) INSTITUCIONES PARTICIPANTES.

En los últimos años, el comercio informal o de vía pública, viene siendo un fenómeno social, político y económico el cual tiene que ver con muchos otros aspectos del orden civil, por ello es necesario la intervención de las instituciones encargadas de la vigilancia y reordenación del comercio informal como son: la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del Distrito Federal, así como las Oficinas de vías y obras públicas de las Delegaciones Políticas del Distrito Federal.

ASAMBLEA DE REPRESENTANTES DEL DISTRITO FEDERAL.

Es uno de los Organos del Gobierno del Distrito Federal; plural y representativo, creado en 1988 mediante las reformas al artículo 73 Constitucional. Con las reformas del artículo 122, llevadas a cabo en 1993, éste órgano colegiado fue dotado de facultades legislativas, razón por la que ostenta la denominación de I Legislatura.

En esta instancia de representación plural y democrática de la ciudad de México concurren los partidos políticos que han logrado consolidar su presencia entre los habitantes de la capital del país.

La Asamblea de Representantes se integra por 40 representantes electos según el principio de mayoría relativa y 26 bajo el principio de representación proporcional. Son electos cada tres años.

La Asamblea Legislativa (ahora denominada así) tiene facultades como; legislar sobre los servicios de transporte urbano, de limpia, turismo, servicios de alojamiento, mercados, rastros, abasto, cementerios; expedir normas sobre fomento económico y protección al empleo, etc. (artículo 122 Constitucional base I).

La primera Asamblea de Representantes fue experimental, en cuanto al comercio informal, ya que no realizó ninguna actividad al respecto.

La segunda Asamblea de Representantes realizó cinco audiencias de consulta sobre el comercio en la vía pública, en donde se plantea la necesidad de un nuevo Reglamento de Mercados tomando en cuenta los siguientes criterios:

*Buscar un mecanismo que regule con mayor transparencia las relaciones entre las organizaciones de comerciantes y las autoridades.

- Fijar las facultades de las autoridades delegacionales respecto al comercio en la vía pública, para evitar irregularidades.
- Que exista una mayor participación social entre autoridades y organizaciones de comerciantes de vía pública para llegar a los

acuerdos concentrados para la solución de los problemas que se presenten .

- Evitar el comercio en la vía pública de los comerciantes establecidos, acaparamiento de puestos en vía pública.
- Que el pago de los derechos se efectúe en las oficinas de la Tesorería del Distrito Federal, de acuerdo con los giros y a las medidas por metro cuadrado del espacio ocupado en la vía pública*.

También se dictaminó una ordenanza el 6 de enero de 1993, en la cual declaran zona de alta seguridad las instalaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro, que en su artículo 3º prohíbe la instalación de puestos fijos, semifijos; para el comercio de cualquier género de objetos y mercancías que coloquen dentro de las instalaciones en túneles, andenes, escaleras, corredores, salidas o zonas de distribución.

Esto fue porque el 14 de febrero de 1992, "entre los andenes I y V de la estación de Indios Verdes, un usuario tropezó accidentalmente con la mercancía de un vendedor, lo cual motivó que agrediera al usuario disparándole con un arma de fuego con la que lo privó de la vida". (52).

En 1993, se publica en el Diario Oficial de la Federación y en la Gaceta Oficial del Departamento del Distrito Federal, un Bando, por el que se prohíbe ejercer el comercio en la vía pública, en puestos fijos, semifijos, y de cualquier otro tipo, en el perímetro "A" del Centro Histórico, Delegación Cuauhtémoc y el perímetro "B" perteneciente a la Delegación Venustiano Carranza.

Las autoridades administrativas y los comerciantes ambulantes, por medio de sus representantes, firmaron un acuerdo conocido como Bando, que prohíbe el comercio en la vía pública en el Centro Histórico, en el cual los ambulantes se comprometieron a no invadir con sus mercancías tal demarcación, bajo la promesa, por parte de las autoridades de la entrega de locales individuales, para que pudieran expendir sus productos, tales autoridades cumplieron por medio de sus representantes y algunas instituciones de crédito construyeron plazas, bazares, pasillos con locales comerciales y así a la mayoría se le cumplió otorgándole su local. Esto no solucionó el problema, ya que con tal Programa de Reordenamiento del Comercio Popular se quejaron los ambulantes, puesto que no se paraba ni una mosca en los locales establecidos, no había clientela, ni ventas; argumentando que lo que ganaban no les alcanzaba para sostener a sus familias, y mucho menos para pagar el local, saliendo de nueva cuanta a las calles de la ciudad, faltando a su palabra y violando el Bando.

La Federación de organizaciones Populares, reconoció que debido a la crisis económica y a los crecientes cierres de fuentes de trabajo, el comercio ambulante se ha multiplicado rápidamente.

(52) Aguiar, Fernando. Continúa al aseo en entradas del Metro los vendedores ambulantes. La Prensa. 5 de abril de 1995. Pág. 22.

En la actualidad, el Bando sigue siendo una balanza la cual se inclina hacia los intereses personales, ya sea de los partidos políticos o del propio Gobierno del Distrito Federal, esto es, porque se dice que el Bando fue creado para prohibir el comercio en el Centro Histórico, pero el pasado 1 y 2 de noviembre del 2000; dejaron comerciar a los ambulantes en dicha demarcación, siempre y cuando pagaran su permiso para laborar en las inmediaciones del Centro Histórico.

"Una vez concluidas las fiestas tradicionales del Día de Muertos, los legisladores panistas exigen a la Jefa delegacional en Cuauhtémoc, Dolores Padierna, el desalojo de comerciantes informales que días después permanecieron instalados en dicho perímetro. Por lo cual, el diputado panista Eleazar Roberto López Granados expresó que su partido no permitirá que las autoridades violenten las leyes. Los funcionarios de la administración perredista deben cumplir con la función de respetar y hacer respetar las leyes y nunca conducirse contra la ciudadanía. El presidente de la Comisión de Abasto y Distribución de Alimentos del Congreso Local, recordó que el Bando establece la prohibición del ejercicio del comercio en la vía pública en puestos fijos y semifijos de cualquier tipo en el primer cuadro de la ciudad. Aunque reconoció como un logro el que cerca de 4,000 ambulantes pagaran 72 pesos por derecho a comercializar en dicha zona, durante los pasados días festivos. También mencionó que su partido no está contra las personas que se ganan la vida honradamente, "siempre y cuando cumplan con los ordenamientos establecidos". En tal sentido, se pronunció a favor de la propuesta hecha por el investigador de la UNAM, Adolfo Sánchez Almanza, para que el Gobierno del D.F., incorpore a los ambulantes al padrón fiscal, en coordinación con la federación" (53).

"De lo anterior, Dolores Padierna informó que al concluir las festividades del Día de Muertos, por primera vez se logró que 3800 comerciantes informales pagaran a la Tesorería los permisos correspondientes, lográndose recaudar 273,600 pesos que antes se "iban por el caño de la corrupción". Así mismo, se dio a conocer que el lunes 13 de noviembre del 2000, se dará a conocer la convocatoria para todos aquellos comerciantes en vía pública, interesados en trabajar en la época de fin de año.

Señaló también, que pese a los cómplices de los poderes informales que infringen la ley, será reordenado el comercio informal en el Centro Histórico". (54).

Como se puede observar, es necesario un estricto y claro estudio sobre el Bando, ya que no se define claramente la prohibición total o temporal del ejercicio del comercio en ese lugar, o atenderán los intereses monetarios para ingresarlos al padrón fiscal.

(53) Sánchez, Alejandro. La Prensa. Exigen desalojo de ambulantes. 3 de Noviembre de 2000. Pág. 27.

(54) Pérez, Virginia. La Prensa. Pagaron impuestos los ambulantes. 4 de Noviembre de 2000. Pág. 3.

De acuerdo a las temporadas altas y días festivos como día de reyes, día de las madres, día de muertos, 14 de febrero, la temporada navideña que va del 9 de diciembre al 6 de enero, etc. Las delegaciones junto con los mercados públicos, se encargan de otorgar los permisos para laborar en las calles, plazas publicas y el rededor de los mercados. Como estas actividades y otras más, las autoridades hacen a un lado los convenios y bandos existentes para otorgarles los permisos a los comerciantes.

Nuestro punto de vista es qué mientras las autoridades legislativas realizan su trabajo con el primer y único fin de respetar las leyes y someter a todos los informales a la legalidad, otras autoridades son dualistas al no cumplir con lo establecido, permitiéndoles la instalación en las calles para comerciar, llegando a la conclusión de que si ellas no cumplen con sus propios reglamentos, nadie lo hará.

SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO.

La Secretaria de Desarrollo Económico, elaboró un Programa de Nuevos Mercados, ante la problemática que en materia de comercio informal se ha venido presentando en la Ciudad de México, debido al acelerado crecimiento de la misma, provocando la necesidad de abastecer a grupos de población localizados fuera del área de influencia de los Mercados Públicos, es de esta forma que se originan asentamientos de comercio irregulares, entre ellos nacen las "concentraciones", que surgen como grupos de pequeños comerciantes que se asocian espontáneamente, instalándose en zonas marginadas, construyendo ellos mismos sus locales de cartón, lamina o madera, y por consiguiente carecen de los servicios más elementales para su operación, organizaciones que en su mayoría están instalados en terrenos propiedad del Gobierno del Distrito Federal.

Preocupado el gobierno del Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, de regularizar de manera paulatina y continua esta situación, encomendó a la Secretana de Desarrollo Económico, a la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución al Fondo de Desarrollo Económico, llevar a cabo un Programa de Nuevos Mercados, entre cuyos objetivos están el apoyar técnicamente y con financiamiento a estas organizaciones, así como plantearles las ventajas e importancia de contar con un mercado digno, lo que les permitirá no solo brindar un mejor servicio a sus clientes sino tener la seguridad jurídica y derechos reales sobre su patrimonio.

Ante tal circunstancia, la SEDECO cuenta con los siguientes antecedentes:

1. Actualmente existen en el Distrito Federal 212 concentraciones de comerciantes que operan en 11 Delegaciones: Alvaro Obregon 11; Azcapotzalco 3; Gustavo A. Madero 22; Coyoacan 8; Cuajimalpa 5; Iztacalco 9; Iztapalapa 120; Miguel Hidaigo 1; Tláhuac 3; Tlalpan 16; Xochimilco 14.

2. En estas concentraciones se emplean 17 mil comerciantes que se han establecido como una alternativa de abasto ante la carencia de mercados formales.
3. La zona de influencia comercial de las concentraciones tiene una población de 3.4 millones de habitantes, 39% de la del Distrito Federal.
4. Estos hechos muestran que las principales zonas de crecimiento de la ciudad en los últimos 20 años, tampoco fueron atendidas con sistemas de abasto.

Los principales objetivos que trata de alcanzar la SEDECO con este Programa de Nuevos Mercados son los siguientes:

- Recuperar con la participación conjunta de Gobierno y Comerciantes, los programas de construcción de infraestructura.
- Dotar de mercados modernos a zonas que no disponen de sistemas eficientes de abasto.
- Regularizar y modernizar la operación de las concentraciones mediante la construcción de nuevos mercados.
- Otorgar seguridad jurídica y patrimonial a los comerciantes que participen en el programa.
- Desarrollar nuevos mercados con un esquema de autosuficiencia operativa, que estimule la participación empresarial y permita la recuperación de la inversión.

A la Secretaría de Desarrollo Económico corresponde el despacho de las materias relativas al desarrollo y regulación de las actividades económicas en los sectores agropecuario, industrial, comercial y de servicios. Tales atribuciones se distribuyen en diferentes Direcciones Generales como: (mencionaremos las principales para nuestro estudio).

DIRECCION GENERAL DE ABASTO, COMERCIO Y DISTRIBUCIÓN.

Entre otras cuenta con las siguientes atribuciones:

- Promover, evaluar y aprobar los programas de trabajo y las acciones específicas que realice la Administración Pública en materia de Abasto, Comercio y Distribución.
- Formular, supervisar y evaluar los programas de abasto, comercialización y distribución que se instrumentan para las Delegaciones, Proyectos de Construcción y ampliación de mercados públicos y sobre ruedas, tianguis, concentraciones de comerciantes, bazares y cualquier modalidad de comercialización, y supervisar las operaciones y funcionamiento de los mismos.
- Planear, organizar y realizar acciones tendientes a establecer y mantener precios de venta al público, de productos básicos a niveles accesibles a los consumidores.

- Promover, fomentar y participar en la organización de mercados de origen, centros de acopio y centrales de abasto, almacenamiento, transporte, distribución y venta de productos básicos.
- Fomentar y apoyar las organizaciones de consumidores, para propiciar la comercialización de bienes y servicios a mejores precios y mayor calidad.
- Coordinar acciones con el comercio organizado para mejorar el abasto, comercio y distribución de productos básicos.

DIRECCION DE CENTRAL DE ABASTO.

Algunas atribuciones con las que cuenta son:

- Satisfacer la demanda de alimentos de mas de 20 millones de habitantes de la Ciudad y su área metropolitana.
- Interrelacionarse con la totalidad de las entidades federativas del país y agentes que intervienen en la cadena alimenticia.
- Como prioridad el mercado mayorista resulte viable en su operación y economía impulsando la actividad de los productores y comerciantes.

La SEDECO cuenta con otras direcciones que la auxilian en sus atribuciones como son: Dirección General de Operación y Control de Proyectos, Dirección General de Políticas y Normatividad Económica, Dirección General de Promoción e Inversiones, entre otras.

3 e) FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DEL COMERCIO INFORMAL.

Como se ha mencionado anteriormente, los fenómenos políticos, sociales y sobre todo económicos, por los que ha atravesado el País, trae como consecuencia la proliferación del comercio ambulante, entre otros.

La vendimia al aire libre de antaño en el valle de Anahúac, se ha transformado en las grandes concentraciones y grupos de vendedores informales que siguen deambulando por las calles, causando problemas viales y seguridad, robos, abusos, delincuencia, etc., estos no se originan solos sino que hay factores que influyen de manera directa en la proliferación del comercio informal como por ejemplo: el desempleo (que es un factor principal), la educación, el ingreso, la migración del campo a la ciudad. Estableciéndose al rededor de los mercados, afuera de los establecimientos comerciales, al salir de los cines, en fin, en todo aquel lugar donde hay mayor circulación de peatones, el comercio ambulante es fuente de vida para millares de capitalinos, pues es una lucha constante de subsistencia

Como ejemplo podemos mencionar a las denominadas "Marías", personas indigentes que vienen de sus pueblos, con la ilusión de que en la ciudad encontrarán una mejor manera de vivir, encontrando un mejor trabajo y sobre todo remunerado.

"Como parte del paisaje urbano lo forman las "Marías", los puestos de golosinas a la salida del cine, los merolicos y los vendedores de nueces y cacahuates. Con una productividad muy baja, viviendo a niveles de mera subsistencia, representan un importante refugio para el desempleo, causando así grandes tensiones sociales en las ciudades.

Para ser vendedor ambulante no se requiere conocimientos especiales solo paciencia, energía y sobre todo tener suerte de poder ingresar en el medio. Esto último es vital; para no ser trasladados en las "julias" o sufrir agresiones físicas, personales y perder su trabajo, es necesario formar parte del sistema de la mafia que maneja a las "Marías", a los carritos de los "hot dogs" y en general a la mayoría de los vendedores ambulantes. No es difícil pensar que existe un complicado sistema de asignación de esquinas (especie de escalafón) y de abastecimiento de chicles, pañuelos faciales, cacahuates, etc

Como todo trabajo de vendedores ambulantes puede ser en muchos casos el inicio de una carrera comercial que desemboca en un mercado público, esto es, cuando se establece un mercado toman en cuenta a los comerciantes que operan en las calles en condiciones muy inadecuadas para la formación del mismo y para el establecimiento de locales comerciales, transformándolos de unos simples vendedores ambulantes en miembros de locales comerciales." (55)

Como se observa, la inmigración de los campesinos de las provincias del País, hacia la capital, en busca de algún empleo remunerativo, es evidente. Anteriormente no había tanta necesidad de inmigrar a la ciudad, por este motivo, ya que preferían tener un trabajo fijo, que andar deambulando de aquí para allá y de allá para acá, sobre todo porque los sueldos ayudaban un poco más. Sin embargo alguno que otro desempleado determinaba probar suerte en la práctica del comercio callejero, mas por gusto que por necesidad. Pero hoy en día al incrementarse el número de gente en la ciudad de México, el desempleo, y sobre todo la falta de trabajo remunerativo lo que ha prevalecido a últimas fechas. La mayoría de la gente que se encuentra desempleada busca una válvula de escape en el "comercio ambulante" exponiéndose a la explotación despiadada, tanto de pseudolideres como de Autoridades Administrativas del Gobierno del Distrito Federal, los cuales ignoran si los comerciantes informales venden o no sin embargo, ellos quieren su "mordida", dinero y más dinero.

Se ha considerado que el comercio tiene una alta capacidad para generar empleo, llegando a ser en muchos casos un refugio para el desempleo.

Cuando no se puede conseguir un trabajo adecuado resulta fácil encontrar algo con que comerciar, algo en que ocuparse que genere algún ingreso adicional, como es el caso de los desempleados, el ama de casa o el jubilado al que le sobra tiempo y le hace falta dinero, estos tienen en el pequeño comercio una alternativa para desempeñar la actividad que les proporcione ocupación e ingresos.

"Durante un estudio de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se observó que en los países en desarrollo, el sector primario tiende a disminuir su participación, y el sector industrial a crecer, pero no fuertemente, y que el sector que muestra realmente una mayor participación es el de servicios, entre los que se incluye el comercio.

Esto se debe a que la gente que emigra del campo a las ciudades no siempre encuentra ocupación en la industria, por lo que busca empleo en los establecimientos comerciales organizados, o se dedica a comerciar en forma ambulante, por su cuenta" (56).

De acuerdo a la información proporcionada por los propios vendedores, la proliferación desmedida de esta actividad esta provocando que un número importante de jóvenes interrumpan sus estudios para incursionar en la economía informal.

Así tenemos que los desertores escolares representan el 14% del total de los vendedores ambulantes. El nivel de escolaridad es relativamente bajo, al observarse que la instrucción de primaria corresponde al 38% de las personas, y la Secundaria a un 33% y un 6.1 % son analfabetas, por lo tanto la suma es de 77.1% de las personas que ejercen tal actividad con un grado cultural bajo.

Otro factor que influye en el crecimiento del comercio informal en la vía pública, sin lugar a dudas, es la creciente ocupación en determinada época del año, como lo es la época decembrina; es el mes en que la ocupación del sector crece a su máximo ya que arriban muchos migrantes temporales a la Ciudad de México, así como profesionistas y estudiantes que ocupan sus vacaciones para vender. Los locatarios de mercados y el comercio establecido también salen a las calles a vender a fin de incrementar o resarcir sus niveles de ventas. En esta época los ambulantes, solicitan sus permisos ante las Delegaciones, para laborar en las calles aunque a sabiendas de que el permiso que se les otorga es temporal, los ambulantes siguen ofreciendo sus mercancías una vez que su permiso se les terminó, esto puede ser por muchas razones, una de las cuales es que su mercancía no se les vendió en el tiempo y lugar convenido, lo cual origina que se sigan colocando en diferentes espacios en la vía pública para recuperar su inversión a como de lugar.

(56) Montemayor, Aurelio. El Comercio en la Economía Mexicana. Comercio y desarrollo. 1977. Pág. 28. Secretaría de Comercio

Pero esto a su vez, origina otros conflictos como por ejemplo: "en esta temporada navideña señaló José Yamil Hallal Presidente de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio (CONCANACO), que las ventas en comercios establecidos a pesar de haber sido buenas se desplomaron hasta en un 30%, a consecuencia del ambulante que persiste en las calles y que en esta temporada hicieron su agosto.

Por su parte, dueños de negocios establecidos manifestaron su descontento al haber sido de nueva cuenta superados por los vendedores ambulantes, "ni siquiera pagan contribuciones como nosotros y cada año les tenemos que soportar, ya que clínicamente se instalan a fuera de nuestros negocios".

También señalaron que otras de las causas por las que los comerciantes ambulantes venden los juguetes a precios más baratos, es porque muchas de las veces estos son robados, o introducidos ilegalmente al país, por lo que los venden más baratos". (57).

Muchas personas ingresan a la informalidad por una serie de condicionantes socioeconómicos que prácticamente los empuja a formar parte de esa actividad, pero en otras ocasiones prefieren auto emplearse para así evitar la "molesta" injerencia de un patrón, emplean un mínimo esfuerzo personal, sin horario ni responsabilidad alguna de ingresar a laborar en un sitio determinado, etc.

Esos empleos irregulares e improvisados, sin ningún tipo de prestación social, ni participación en las obligaciones comunes, perjudican a una cantidad mayor de empleados regulares, es por ello que los locatarios tienden a levantar constantes quejas ante las autoridades con el fin de retirar a los ambulantes de afuera de sus negocios, pues es un gran problema tanto para los dueños de los establecimientos como para los empleados, pues no tan fácilmente venden sus productos, porque existe una gran desventaja, los ambulantes ofrecen los productos más baratos.

Existen varias formas de adquirir la mercancía que venden, pero la forma más fácil, es que se presentan circunstancias sociales como por ejemplo: el robo de camiones y trailers, que son asaltados en las carreteras nacionales y despojados de toda su mercancía, y a veces hasta de los propios vehículos. Es por ello que los individuos que hurtan las toneladas y toneladas de mercancía, necesitan deshacerse de ella y por tal razón la distribuyen en el comercio informal, así se evitan que les soliciten facturas de compra, ofreciéndola a un costo relativamente bajo con el fin de que la distribuyan eficazmente, por tal motivo el comercio callejero adquiere la mercancía invirtiendo un pequeño capital para por lo menos obtener una ganancia doble.

Es sabido que al país se hace la intromisión de mercancía de origen extranjero, sobre todo oriental, afectando la economía de las empresas mexicanas.

Las aduanas aéreas y terrestres, que son venas abiertas al contrabando, están vigiladas supuestamente por la Policía Judicial Federal, así como las autoridades migratorias, en tanto, la intromisión de mercancía ilegal al país, se debe de vigilar por las autoridades ya mencionadas evitando así un "trafico hormiga" que no solamente en nuestro país se practica, sino en todos los países de Centroamérica y Europa principalmente, afectando así a la economía de los que se encuentran en desarrollo.

No todos los países pueden ser totalmente autosuficientes en su producción y consumo, por tanto, es necesario adquirir mercancías que fueron elaboradas en otras latitudes, y también en diversas regiones adquirirán productos nacionales.

"Para que el comercio internacional se lleve en forma adecuada, y éste intercambio de bienes sea verdaderamente benéfico al optimizar los recursos socioeconómicos de los participantes, es indispensable que estemos todos sujetos a ciertas reglas, siendo así que una mercancía que viene del extranjero debe pagar impuestos de importación, verificación de la calidad, obtener una cierta garantía de servicio, control de las divisas que salen de nuestro país, y una gran cantidad de cosas más". (58).

Las autoridades migratorias del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, así como otros aeropuertos no cuenta con la vigilancia adecuada para evitar que el país continúe invadiéndose de mercancía de baja calidad como es la fayuca Norteamericana y la Tawanesa, principalmente.

Desgraciadamente estos artículos extranjeros se pueden adquirir en cualquier parte de la República y en determinados sitios del Distrito Federal como: el Centro Histórico, Tepito, La Lagunilla, entre otros, los cuales llaman la atención pero posteriormente resultan inservibles. Pero no estamos conscientes que al comprar un artículo de estos, a muy bajo costo, estamos prefiniendo darle empleo a un trabajador extranjero en lugar de a uno nacional.

Otro factor del comercio informal, es "la complejidad de la Legislación Fiscal", ya que mientras un comerciante debidamente establecido se tiene que enfrentar a una verdadera constelación de leyes y reglamentos para el funcionamiento de un negocio de dudoso éxito, el comerciante ambulante no requiere más que de un pedazo de plástico y el posesionarse de una estratégica área de banqueta o vía pública para realizar sus actividades sin tener que dar cuentas a nadie.

Por tal motivo es necesario que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, obligue a todos los contribuyentes, tanto establecidos como los que ocupan las calles, a cumplir sus obligaciones por igual.

La obligación constitucional de pagar impuestos para contribuir con el gasto público, abarca a todos los ciudadanos que sin distinción, participan en actividades productivas.

Es momento de actuar en contra de la enorme evasión fiscal que se presenta en el ambulante, que daña la economía nacional y a la sociedad en su conjunto. Las reglas tributarias no deben ser discriminatorias, en perjuicio de quienes forman parte del padrón fiscal y en beneficio de un amplio sector de la población que genera ingresos en la economía subterránea. Es necesario crear una campaña de verificación e incorporación del Registro Federal de Contribuyentes de los vendedores en la vía pública, para así evitar conflictos con los comerciantes establecidos por las desventajas que tienen ante los informales.

3. f) LA PROBLEMÁTICA SOCIAL.

La problemática de la Ciudad de México, ha sido afectada en su imagen urbana y turística por la proliferación de una serie de fenómenos sociales, como por ejemplo el ambulante, que es el tema principal de nuestro estudio.

Los ambulantes (comercio informal) desempeñan su actividad a lo largo de las principales calles y avenidas laborando todos los días de la semana en diferentes sitios como los tianguis, mercados sobre ruedas, plazas comerciales, deambulando de un lado para el otro, en las principales avenidas y estaciones del metro, entre otros. Generando otros delitos como: tráfico, piratería, contrabando, prostitución, robos, inseguridad, delincuencia, corrupción, etc.

Las autoridades con el propósito de solucionar tales problemas, han implementado una serie de programas y proyectos con los que se pensó aminorar tal situación. Como ejemplo tenemos "El Programa Inmediato de Mejoramiento del Comercio Popular", que fue mostrado por el entonces Regente del Distrito Federal, Manuel Camacho Solís, en 1992, la cual resultó una estrategia política, en teoría, de limpiar las calles del primer cuadro de la ciudad de comerciantes ambulantes e iniciar de este modo su inserción dentro de la formalidad económica, aunque en la actualidad no ha dado resultado favorablemente, puesto que "los informales se quejan de que con el Reordenamiento del comercio en los sitios destinados por las autoridades del Gobierno del Distrito Federal, no venden la cantidad deseada (a veces nada), y que lo que llegan a vender esa cantidad apenas y les alcanza para pagar las cuotas de su local, por tal motivo salen de nueva cuanta a las calles para que por lo menos le lleven de comer a sus familias".

Otro de los programas que implantó la Delegación Cuahutémoc junto con los comercios establecidos y la Delegación Venustiano Carranza fue el de

PROCENTRICO (Organización Pro-Centro Histórico) que fue creado para la protección de los comercios establecidos y para salvaguardar el patrimonio arquitectónico de esa zona a través del financiamiento en obras de restauración y con esto se intento convencer al Departamento del Distrito Federal de la necesidad de "limpiar" las calles del centro de comerciantes informales a fin de que éste recuperase su atractivo turístico.

Tal organismo se constituyó como una agrupación cuyo principal propósito, era el de defender los intereses económicos de los comercios establecidos de los informales más que proteger la zona arquitectónica.

El iniciador de tal organismo fue un comerciante llamado Guillermo Gazal Jafit, quien en la actualidad es presidente del Procentrico. Entre este personaje y los líderes del comercio informal se ha desatado un sin fin de contrariedades, porque cada uno defiende sus propios intereses.

En cuanto a esto tenemos varios ejemplos que se han suscitado a últimas fechas. "En el mes de diciembre de 1998, se publicó que Guillermo Gazal Jafit, denunció que hasta el momento se había introducido al país más de novecientos trailers con mercancía de dudosa procedencia, que tiene como destino el Centro Histórico y diversos puntos de las Delegaciones. También afirmó que la competencia desleal del ambulante con venta de mercancía robada, ha ocasionado el cierre de 15,000 comercios. Al describir el estado de inseguridad que se padece en el Centro Histórico, sostuvo que actúan 126 bandas delictivas, dentro de las cuales hay algunas que cometen secuestro, entre otros delitos, y que llegan a registrarse en esa zona 270 ilícitos diarios.

En ese momento el comercio establecido demandó al Ing. Cuauhtémoc Cárdenas que no se dejara engañar por los dingentes del comercio informal, "su gobierno tiene el compromiso con los habitantes de esta ciudad para actuar conforme a derechos y aplicar el Bando", propuso también que a los ambulantes se les reubicara en predios deshabitados dentro de las demarcaciones de ambas Delegaciones". (59)

Para 1999, "la evasión fiscal por el contrabando, y la venta de artículos extranjeros asciende a 30,000 millones de pesos, expresó Guillermo Gazal Jafit quien acusó a las autoridades fiscales de proteger a quienes realizan actividades ilegales como el contrabando, los individuos que realizan esta actividad están en contubernio con la Policía Judicial Federal y la Policía Fiscal a quienes pagan cuotas de entre 10,000 y 15 000 dólares para pasar los trailers, en los Aeropuertos y las terminales terrestres, además que llegan a pagar de 100 a 150 dólares por una maleta de mercancía".

(59) Magaña Contreras, Manuel. "Excelsior". 2 de diciembre de 1998. Pág. 25, 27.

El jueves 16 de noviembre del 2000, se llevó a cabo un operativo desde las cinco de la mañana, tras una orden de cateo dirigida por un juez del Reclusorio Preventivo Norte, en donde elementos de la Policía Judicial y el Ministerio Público de la Fiscalía de Coordinación y Supervisión de Averiguaciones Previas de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal, procedieron a realizar un cateo en varios domicilios de las calles de Díaz de León y Lecumberri, para ir en busca de mercancía de dudosa procedencia.

La acción policiaca se llevó a cabo en completa calma, hasta que cientos de comerciantes se enfurecieron tras el decomiso de varias toneladas de mercancía diversa, principalmente aparatos electrodomésticos, electrónicos y artículos navideños.

Fue entonces, cuando los fayuqueros empezaron a ofender a los servidores públicos de la PGJDF, luego de las agresiones verbales, vinieron las agresiones físicas. Arrojando todo tipo de objetos contundentes a los 250 judiciales y 25 ministerios públicos que iniciaron el operativo.

Ante tal agresión los elementos de la policía se fueron replegando ante la serie de objetos que les arrojaron, y echaron a correr. Ese momento fue aprovechado por los tepiteños para provocar destrozos a lo que se encontraron a su paso, como fueron patrullas, trailers, camionetas, etc. Solicitando refuerzos policiacos ya que la situación se presentaba incontrolable, de entre ellos salieron detonaciones de armas de fuego resultando heridos Agentes de la Policía Judicial, así como periodistas y los propios comerciantes.

Se calmaron un poco las agresiones pero posteriormente fueron mayores, ocasionando así que los judiciales, los ministerios públicos y los granaderos, abandonaran la acción policiaca y optaron por retirarse.

La noche empezó a caer y los desmanes de los tepiteños aun no cesaban. Aprovechando la situación, robaron mercancía de camiones, a transeúntes, etc., de nuevo demostraron su bravia los fayuqueros de tepito. Amenazaron con denunciar públicamente a judiciales capitalinos y federales, así como a otros servidores públicos que les han brindado protección y que les han permitido la entrada de mercancía ilegal "Así como la gente de la Procuraduría Capitalina se llevó la mercancía, así va a volver a entrar más", por que según ellos están conectados con importantes personalidades influyentes que les venden a bajo costo la mercancía Demostrando su malestar por el operativo, cateo y decomiso de mercancía, al agregar que desde hace varios años se dedican a la venta de todo tipo de mercancía en ese lugar y que es su única fuente de ingresos para el sostén de su familia" (60).

(60) Alvarado, F. Noel. La Prensa, 17 de Noviembre de 2000. Pág. 30.

Otro ejemplo claro se presenta en las temporadas decembrinas, cuando las Delegaciones autorizan los permisos solicitados por los comerciantes, o por líderes, para ocupar un lugar en las calles y así vender sus productos, pero las autoridades al otorgarles los permisos no investigan que tipo de mercancía es, si tienen facturas de compra, si es mercancía hechiza o usada, solo cobran los espacios destinados sin saber el giro del negocio. Por esta y otras razones se crea un sinnúmero de conflictos, puesto que las autoridades en tiempo, también contribuyen solapando la corrupción y mas que nada participan en ella.

Como estos ejemplos podemos mencionar infinidad, pero siempre aparecen las mismas situaciones sin solución alguna. Podemos ver claramente que el comercio informal es uno de los puntos estratégicos para que la sociedad salga a flote después de la tempestad, es un medio de subsistencia, para unos claro esta, para otros un medio de extorsión, de impunidad, de corrupción, etc. Ciertamente no se le ataca de raíz, sino que se le deja acrecentar, se saca provecho ante todo y se da la pauta para que sea "tema político", dando paso a que un individuo que ocupa un cargo gubernamental se enorgullezca de autorizar un "operativo", de otorgar una orden de cateo, demostrando que cumple con su trabajo o que recibe ordenes de sus superiores.

Lo cierto es que nunca observan las causas originales del problema, simplemente dan sus falsas opiniones e imponen restricciones para que dejen de laborar en las calles, sin darle solución a su principal problema "el desempleo".

En cuanto a los inconvenientes sociales como la piratería, invasión de banquetas y vías públicas, inseguridad por las aglomeraciones propias del comercio informal, el mal funcionamiento de la red de drenaje y alcantarillado por la gran cantidad de basura generada por esta actividad, alimentos antihigiénicos, mala imagen al turismo, contrabando y otras mas complicaciones, afectan a la sociedad en general, no se trata de distinción de razas, clases sociales o de idioma, simplemente todo esto es generado por la actividad que se desarrolla en la sociedad.

Una evidencia del ambiente que ha propiciado esta actividad, es el juego entre autoridades y vendedores ambulantes, un día les permiten ocupar las calles cobrándoles cuotas con el fin de que se afilien a determinado partido político, apoyando a un candidato, etc, otro día son desalojados, golpeados y despojados de sus mercancías. No es justo que se aprovechen de las situaciones económicas de los individuos, las leyes y reglamentos fueron creados para evitar conflictos, no para solaparlos.

CAPITULO IV.

TRASCENDENCIA SOCIAL Y SU PROBLEMÁTICA ACTUAL.

CAPITULO IV. TRASCENDENCIA SOCIAL Y SU PROBLEMÁTICA ACTUAL.

A través de los años, se puede observar que el comercio ha existido desde la antigüedad, hasta nuestros días, ha perdurado como relación social, como medio de comunicación, como programa económico de un País, de alternativa para darle solución a una crisis, etc. Se debe mostrar no solamente los problemas que acarrea la informalidad de un sector del comercio, también se debe aceptar que el ambulante es parte del folklore de un pueblo, de una costumbre de comerciar al aire libre los productos originarios de una Nación, sin avergonzarse de sus raíces, su lenguaje, de su vestimenta. La trascendencia social del ambulante, no solo en nuestra época ha ocasionado conflictos en otros tiempos también. La historia nos relata la asombrosa organización que tenían los comerciantes al ofrecer sus productos, semillas, animales (muertos y vivos), joyas, artesanías, en fin todo producto habido y por haber. La necesidad de organizar a los comerciantes en lugares estratégicos para su vendimia y el crecimiento de la población obligaron a las autoridades de las provincias a crear plazas (mercados) para así lograr un mejor control de los comerciantes y de los productos que se ofrecían en las zonas.

En la actualidad la población ha superado los medios de producción y consumo, no son suficientes los productos de subsistencia para toda la urbe, ni tampoco los salarios ayudan a que se logre un mejor medio de vida. Por tal motivo mucha gente busca otro medio de subsistencia aunque sea informal, ya que si en la actualidad el salario no les alcanza para vivir holgadamente, mucho menos para colocar un negocio formalmente establecido. Algunos establecimientos solicitan empleados pero solo algunos reúnen los requisitos. Esto es una realidad, existen infinidad de fuentes de trabajo que solicitan empleados pero con las crisis sexenales, la demanda de empleos así como de salarios remunerados y el recorte de personal a fines de año, son causas principales para que la población busque un medio de subsistencia inmediato, el comercio en la vía pública, que viene siendo el trabajo más solicitado en la actualidad.

En cuanto a la problemática podemos ver a simple vista, que en consecuencia el ambulante acarrea una serie de conflictos, unos de menos importancia, y otros de suma gravedad.

Podemos mencionar por ejemplo que al consumir alimentos en la vía pública, se pueden presentar algunos casos de trastornos intestinales, como es la salmonelosis, amibiasis, cólera, cisticercosis, etc.

Se dice que existen también en este sentido, la falsificación no solamente de perfumes, ropa, relojes y otras mercancías diversas en donde sus consecuencias no son tan graves, pero si cuando se extiende en artículos de consumo humano se convierte en un autentico peligro. Como por ejemplo las

bebidas alcohólicas adulteradas, informaron los medios de comunicación de envenenamientos de personas que habían ingerido tales bebidas, en donde algunos fallecieron y otros se quedaron ciegos.

Al comerciar con alimentos preparados en la vía pública, no solamente ponen en riesgo a las personas que los ingieren, sino también a todos los peatones al usar tanques de gas y obstruir la vía pública.

Podemos hacer mención de infinidad de consecuencias que acarrea el ambulante, que se generan principalmente en la vía pública en donde tiene un auge impresionante y sobre todo en donde la mayoría de los ciudadanos se desplaza por las calles a surtir de algunos productos para su consumo diario.

4. a) CONSECUENCIAS DEL COMERCIO INFORMAL.

En la Ciudad de México, como en muchas otras, se ha proliferado de manera anárquica y desordenada un sinnúmero de trastornos ocasionados, entre otros, por el comercio informal.

En este sentido, es importante considerar que aunado a los contaminantes que son arrojados diariamente por los vehículos automotores y a las fábricas existentes en nuestra ciudad, los comercios informales ubicados en la vía pública generan problemas como son: basura, ruido, malos olores, falsificación, contrabando, etc., que agravan aun más el ya deteriorado medio ambiente.

Esta situación es preocupante en la medida en que dichos puestos diariamente arrojan a la vía pública desperdicios sólidos y productos en mal estado lo que provoca obstrucción en el alcantarillado de la ciudad, acumulación de desechos y formación de lodazales que dan lugar a la multiplicación de insectos y roedores, con el consecuente daño a la Ecología de la Ciudad.

Lo anterior se puede constatar al recorrer los espacios que ocupan los mercados sobre ruedas y tianguis de la ciudad, mismos que integran cada día puestos de comida al aire libre, y si a estos sumamos los puestos aislados y diseminados en las salidas del metro, escuelas y estaciones de transporte colectivo, en conjunto generan toneladas de basura diariamente.

Esta situación ha agudizado el problema haciendo cada vez más difícil la tarea de la recolección de basura y desperdicios que realizan las autoridades delegacionales.

En cuanto al turismo, es un hecho reconocido mundialmente que nuestro país tiene una riqueza cultural y natural fuera de serie, en nuestro suelo se conjugan riquezas arqueológicas, grandes obras de la época virreinal, un clima privilegiado y la tradicional hospitalidad de nuestro pueblo. Por lo tanto México es

un lugar preferido por una gran cantidad de extranjeros que escogen nuestro país como su destino turístico, lo que no sólo nos proyecta internacionalmente, sino que nos provee de una muy importante cantidad de recursos financieros que podemos utilizar en otras importantes necesidades sociales.

Sin embargo, al llegar un extranjero a una zona turística, contempla con cierta decepción un sitio prácticamente invadido por lonas, carpas, puestos metálicos que no solamente impiden una razonable apreciación del lugar, sino que esta llena de basura, de malos olores, de difícil acceso, y donde incluso nuestros visitantes pueden ser asaltados.

Por lo tanto esta situación resulta muy desagradable para el turismo aparte que se llevan una mala imagen del pueblo mexicano, ocasionando así una larga cadena de inconvenientes para el sano desarrollo de toda la comunidad.

Otra consecuencia del ambulante es la inseguridad pública, que día a día se ha incrementado no solo en las colonias adineradas, también en las colonias pobres de nuestra capital. La ciudadanía ha demostrado su constante preocupación por la inseguridad que prevalece en los lugares en donde se instalan puestos ilegales, principalmente afuera de las escuelas, en donde no solamente obstruyen la entrada y salida de los estudiantes, sino que también en algunas ocasiones hasta les ofrecen drogas.

En otros sitios manejan tanques de gas sin los mínimos cuidados, agreden a los transeúntes cuando se llegan a tropezar accidentalmente con sus puestos o interfieren en sus actividades.

Instalan conexiones clandestinas en las fuentes emisoras de energía eléctrica, en los postes de la vía pública, y en algunas ocasiones en el cableado de predios particulares ocasionando cortos y descargas de energía.

También han causado daños en propiedad ajena, porque maltratan paredes, cortinas, ventanas, jardineras, locales formalmente establecidos, monumentos históricos, invisibilidad en los anuncios esenciales para el tránsito peatonal y vehicular.

Se registran cada año un sinnúmero de delitos ocasionados en la vía pública, sobre todo en lugares concurridos como tianguis, paraderos de transporte colectivo, plazas comerciales, en donde los delincuentes realizan ilícitos y se escabullen entre los puestos, existen bandas delictivas que asolan a los comerciantes establecidos del Centro, pero para impedir que sean asaltados, o que les den los famosos "cortinazos", los locatarios pagan una cuota por mes a dichas bandas, para evitar que sean golpeados. Las Autoridades de Protección Civil, así como los Reglamentados e Inspectores de Vía Pública, cobran cuotas semanalmente a los locatarios para proporcionarles "seguridad" en sus negocios y principalmente en su persona. En algunas ocasiones los locatarios ya no denuncian los ilícitos, por que se ha dado el caso de que al solicitar una patrulla

para que detengan a los delincuentes, nunca llegan a tiempo y si los llegan a detener posteriormente los sueltan, "de nada nos ha servido presentar las denuncias correspondientes o detener a los ladrones, ya que antes de dos horas los vemos de nueva cuenta robando en la zona", estas son palabras de los propios locatarios del Centro Histórico y otras colonias aledañas.

El ambulante en el metro de la ciudad, resulta peligroso por la seguridad de los usuarios, ya que se instalan en los pasillos, vagones, así como en las salidas de este medio de transporte. Las Autoridades de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes como la Secretaría de Seguridad Pública, realizan constantemente operativos, con el fin de evitar conflictos y otorgarle un mejor servicio a la ciudadanía, sobre todo que exista seguridad y eficacia en el servicio urbano.

En la actualidad la mayoría de las autoridades concentran sus operativos de desalojos y reubicación en el Centro Histórico de la ciudad de México, sin considerar que existen otras zonas de mayor riesgos como la que se suscito en diciembre del año 2000, en los municipios cercanos al Popocatepetl puesto que los vendedores ambulantes y los tianguis instalados en las vías de evacuación impiden el pronto desalojo de cientos de familias en caso de una erupción mayor, ya que de por si los caminos se encuentran deteriorados, reducidos e insuficientes. Por tal motivo la población demanda la reubicación de los ambulantes, en otras zonas donde no ocasionen más conflictos.

También en el área de la Basílica de Guadalupe en la demarcación de la Delegación Gustavo A. Madero, operan cerca de 4500 ambulantes expendedores de comidas, aguas frescas, veladoras, y un sinnúmero de objetos religiosos, cada año se crean infinidad de inconvenientes principalmente en el mes de diciembre cuando arriban a la ciudad de México miles de peregrinos. "El Atrio de la Basílica se rige por la Ley de Bienes Nacionales, por lo que es competencia Federal, por eso en 1999, se encontraban dentro del atrio de la Basílica, la Policía Federal Preventiva para el desalojo de los ambulantes, pero con posterioridad tal autoridad se trasladó a las inmediaciones de la UNAM" (61).

Como consecuencia también, tenemos una fuerte competencia desleal hacia el comerciante establecido, ya que mientras unos tienen gastos como el pago de impuestos, luz, agua, renta, teléfono, etc., otros, no pagan mas que una simple cuota diaria por utilizar una área en la vía pública, lo más irónico es que se instalan en las afueras de los comercios, esto ha ocasionado la quiebra de los negocios al no poder solventar sus gastos, otros son orillados a salir de sus locales e instalan sus puestos en la vía pública para vender su mercancía. Se observa diariamente que el comercio ambulante representa una competencia desleal para el comercio organizado, al vender sus propios productos a más bajo precio, lo cual provoca una caída en las ventas de los establecidos.

(61) Andrade, Susana. La Prensa 22 de Noviembre del 2000. Pág. 12.

Existe una organización que ya hablamos mencionado anteriormente denominada Procentrico, la cual presiona a las autoridades para que desalojen a los ambulantes, con el propósito de solucionar de alguna manera su problema, pues consideran que las bajas ventas son por la instalación de estos, alrededor de sus negocios. Pero dentro de esta declaración de los formales, también existe una contradicción de que "solo los informales no pagan sus impuestos", es un doble juego ya que el comercio establecido también llega a evadir sus obligaciones fiscales al proporcionarle a los ambulantes mercancía, las cuales no son manifestadas ante las autoridades hacendarías.

Por tal motivo se ha suscitado una fuerte evasión fiscal en donde participan tanto establecidos como informales.

A pesar de que en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 31 fracción IV, establece la obligación de pagar impuestos, algunos negocios ya sean micros o medianas empresas evaden tal obligación.

Por su parte los ambulantes también contribuyen con esta ilicitud, puesto que con lo poco o mucho que vende, se deben de pagar impuestos, ya sea porque ocupan un lugar en las calles (que es para otro fin) o para que los dejen comerciar libremente. Es sabido que anualmente se dejan de captar cantidades millonarias por no pagar impuesto como son: Impuesto al Valor Agregado, Impuesto Sobre la Renta, así como impuestos y cuotas compensatorias de aquellos productos que pasan por las aduanas sin pagar lo que les corresponde por Ley. Estos son solo por mencionar los más importantes que bien se podrían incrementar el ingreso fiscal, que es necesario para el desarrollo de nuestro País.

En el artículo 5º constitucional, se establece la libertad de trabajo, es decir, que si un individuo se dedica al comercio, esta en todo su derecho de ejercerlo siempre y cuando sea lícito y no afecte derechos de terceros.

Con estas consideraciones se dice que se garantiza la libertad de comercio, pero paralelamente se establece la obligación de pagar impuestos.

Así podemos mencionar infinidad de consecuencias que acarrea el comercio informal en la vía pública, sin darle una solución aparente, ya que para esto se necesita la voluntad de todos los ciudadanos.

No solamente participan en este sector los ambulantes, también surge la presencia de las autoridades administrativas urbanas, algunos con intereses clientelares y mafiosos que operan no solo en las organizaciones populares de ambulantes sino que también participa el poder público al otorgar espacios y protección para sus puestos.

4. b) EFECTOS DEL COMERCIO INFORMAL.

En las grandes ciudades es común, la presencia de miles de puestos de comerciantes en los que se venden mercancías fabricadas en casa, partes y herramientas usadas, objetos robados, comestibles y una basta cantidad de mercancías ingresadas ilegalmente al país, entre otras. Sin dejar de mencionar los precios "ganga", que se ofrecen por los relojes, pantalones de mezclilla, playeras, chamarras, discos compactos, cassettes, videos, perfumes, etc., tal problema no es solo de las autoridades de la Ciudad de México sino de todo el país, ya que en determinadas poblaciones se producen y distribuyen las mercancías con el objeto de venderlas, así sin tomar en cuenta las consecuencias que se le traspasan al consumidor al comprar mercancía hechiza, de mala calidad y a veces hasta robada.

Esto produce efectos como la falsificación de productos de reconocidas marcas. La Ley Federal de Derechos de Autor, señala que " los autores de las obras musicales, videos y libros tienen la facultad de autorizar o prohibir, la reproducción, publicación, edición o fijación material de una obra, la importación a un nación determinada..."

También dicha Ley establece ciertas infracciones relacionadas con la comercialización ilícita de obras protegidas, las que pueden ser de 150 mil hasta 300 mil pesos.

Estas infracciones se relacionan con el comerciar, producir, reproducir, almacenar, transportar, distribuir o comercializar obras, fonogramas, videogramas... Desde luego quienes se dedican a la "piratería" contravienen disposiciones expresas del Código Penal para el Distrito Federal.

La venta ilegal de copias de productos y con marcas falsificadas lesionan el erario público, ya que al reducirse las ventas, se disminuyen los impuestos a pagar. De igual manera al reducirse los ingresos de los empresarios, legalmente establecidos, se corre el riesgo de tener que reducir la mano de obra, es decir, el despido de los trabajadores, que a su vez daña a las familias.

Por otro lado, tenemos qué cuando un producto cuenta con el "Sello Oficial de Garantía", que se deriva del acatamiento de la normatividad, el consumidor cuenta con la certeza de que lo comprado mantiene la calidad establecida en el marco de la legalidad, es decir, que cuenta con ciertas garantías de consumo lo cual quiere decir que si el producto que compró le sale defectuoso, éste tiene el derecho de que le proporcionen otro, y en su caso que le paguen los daños y perjuicios que les haya causado dicha compra.

Contradiciendo lo anterior, todos los productos que se venden en la vía pública carecen de garantía, lo que significa que el consumidor que adquiere productos en el comercio informal, se encuentra imposibilitado para reclamar al vendedor la devolución del dinero pagado o el cambio del producto.

Esto se ve reflejado en la economía del consumidor principalmente, un evidente efecto del sector informal.

Otro de los factores importantes que ha impulsado el crecimiento de la "economía informal", ha sido justamente que cualquier persona que lo desee, aun sabiendo que invade la vía pública y actúa en contra de la normatividad vigente, considera que no necesita hacer prácticamente nada en lo que a trámites respecta. Es cierto que deberá "arreglarse" con algunos líderes que muchas veces lo proveerán de alguna mercancía, y adaptarse a otras costumbres que podrá cumplir fácilmente, pero en cuanto a trámites legales a que se debe enfrentar todo ciudadano, será algo totalmente desconocido para él; pero ya desde ese momento adquiere una extraordinaria ventaja sobre un comerciante debidamente establecido.

Aunado a la gran cantidad de Leyes, Reglamentos y trámites a que se debe enfrentar quien tenga un negocio formalmente establecido, los ambulantes no tienen el más mínimo conocimiento de los trámites para ejercer el comercio.

Por otro lado, el tratar de establecer un negocio implica tramitar previamente una serie de permisos, licencias, autorizaciones, visto bueno, aprobaciones, etc., estos varían de acuerdo con el tipo del negocio o servicio que quiera prestar y el lugar donde se pretenda instalar el establecimiento.

Las licencias, permisos, visto bueno y demás requisitos que deben de obtenerse para el financiamiento de un establecimiento mercantil son básicamente los siguientes:

- Licencia para uso de suelo.
- Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes.
- Cédula de empadronamiento o número de IVA.
- Inscripción en la Cámara de Comercio que corresponda.
- Autorización de libro de visitas para uso de establecimientos mercantiles.
- Visto bueno de prevención de incendio.
- Visto bueno de operación y seguridad.
- Licencia sanitaria en su caso.
- Manifestación estadística ante la Secretana de Programación y Presupuesto
- Registro Patronal en el Instituto Mexicano del Seguro Social.
- Registro Patronal en el Instituto de Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT).
- Inscripción de la Empresa en el Seguro de Riesgos de Trabajo.
- Alta del trabajador ante el IMSS.
- Refrendos y renovación de documentos que así lo requieren.
- Licencia de funcionamiento ("solo para venta de bebidas alcohólicas en envase cerrado o al copeo, cabarets, discotecas, salones de baile o de

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

fiestas, establecimientos de hospedaje, baños y albercas publicas, clubes y centros deportivos, salones de boliche y villar, escuelas de deporte, juegos eléctricos, mecánicos, electrodomésticos y de video"). Etc. (62).

Para la obtención de cada uno de estos documentos se realiza una serie de tramites especiales. Lo que pretendemos es demostrar con los ya anunciados que para establecer un negocio de manera formal se necesita realizar una cantidad excesiva de tramites y obtención de documentos que implica una inversión de tiempo y dinero.

El cumplimiento o no de los trámites burocráticos y de los requisitos reglamentarios para instalar un negocio determina el que una empresa o negocio funcione regular o irregularmente, y la falta de algunos de los requisitos puede provocar un funcionamiento deficiente o inclusive una clausura o cierre definitivo.

Es evidente la gran ventaja que tiene el comerciante informal ante el comerciante establecido.

La Corrupción también participa en la proliferación del comercio informal, ya que cuando algunos policías o funcionarios permiten y hasta "rentan" zonas de importantes vías públicas, no se dan cuenta que dañan a la comunidad, y también perjudican su propio trabajo, ya que si en determinado momento llegan a percibir unas cuantas monedas adicionales a su salario que posteriormente pueden perder hasta su empleo, puesto que si los llegan a sorprender no tan fácilmente tendrán el mismo auge en su clandestino negocio.

Es sabido que la corrupción no solamente se da en el ámbito del comercio informal, sino que se desarrolla en casi todo el sector comercial a nivel de inspección y verificación del cumplimiento de la normatividad respectiva.

Con el propósito de acabar con el ambulante se han hecho sustanciales inversiones en plazas comerciales exclusivas para los vendedores ambulantes, sin embargo, estas no han tenido todo el resultado que en su inicio se esperaba de ellas, ya que dentro de las mismas el comerciante ambulante muchas veces sentirá que no cuenta con el flujo de personas que tenía cuando prácticamente se atravesaba a la mitad de una concurrida calle. Existe en la actualidad plazas comerciales que aparentan estar habitadas por sus locatarios, pero un claro ejemplo es el Mercado de Dulces de San Ciprian, que se encuentra deshabitado en su interior, y alrededor del mismo esta repleto de comerciantes, uno que otro local surtido de dulces, galletas, fnturas, etc., pero eso es solo para aparentar que el mercado cumple con sus funciones cotidianas, pero la realidad, es que sus locatarios prefieren laborar en las calles cercanas a las naves de la Merced, dejando así un lugar establecido y pasar a ser un comerciante ambulante más.

(62) García C. Miguel. Simplificación administrativa en el Distrito Federal, Revista especializada. Juicio. Febrero 1990 Págs 3, 6.

No cabe duda que para el diseño y el adecuado funcionamiento de una plaza pública se requiere algo más que buena voluntad política; se hace necesaria la participación de verdaderos expertos en el trazo y planeación de estos centros comerciales, para que pueda asegurarse de su buen éxito.

Para la construcción de una Plaza Comercial se debe de tomar en cuenta principalmente: presupuesto, terreno, ubicación, materiales de construcción, las vías de acceso, la visibilidad de la plaza, y aparte una serie de trámites administrativos para su apertura. Una vez construida, se plantea el crédito que se les va a proporcionar a los interesados para la obtención de su local, ya colocados e instalados, se les proporciona el Reglamento Interior de cada mercado para que estén enterados tanto, de sus derechos como de sus obligaciones ante la Administración de Mercados y Obras Públicas de cada Delegación.

Otro efecto visible que marca la economía del país, es cuando los ambulantes ofrecen mercancías de baja calidad en la temporada decembrina, lo cual origina un registro importante de quejas ante la AMEDEC (Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor), por parte de los consumidores ya que los ambulantes les ofrecen mercancía en mal estado, o con algún defecto de fabricación, y estos no les proporcionan el cambio de las mercancías, por lo tanto las quejas aumentan cada año una cantidad considerable.

No todo es responsabilidad de los ambulantes, puesto que la Profeco, otorga información a los medios de comunicación de la calidad de los productos y mercancía de la temporada decembrina, pero aun así los consumidores compran sus artículos con los ambulantes, y no tanto por gusto, sino por necesidad, puesto que su salario no alcanza para realizar las acostumbradas compras navideñas.

Es por ello que la Ciudad de México requiere de programas reales y efectivos, para evitar el crecimiento del comercio informal, puesto que tal actividad económica no deja de aumentar, con el paso de los años acarrea más y más problemas, es necesaria su pronta solución, ya que si por lo menos no se puede acabar con ella, que por lo menos se controle eficazmente y que las Autoridades sean firmes en sus resoluciones.

4.c) **CONCENTRACIONES DE AMBULANTES.**

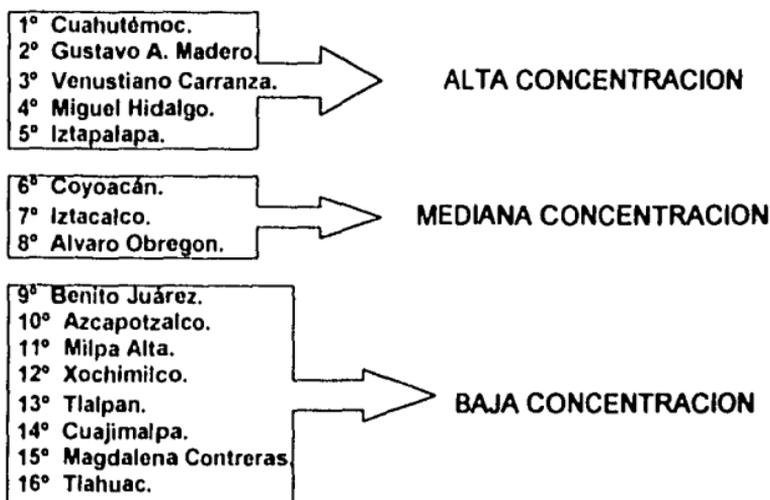
Al comercio informal se le caracteriza por el gran número de vendedores ambulantes identificados en las 16 Delegaciones Políticas del Distrito Federal, mismos donde establecen sus puestos, provisionales o fácilmente desmontables en zonas con gran afluencia de consumidores como el Centro Histórico, La Merced, Eje Central, Tepito, Las calles de Correo Mayor, Tacuba, Pericoapa, Tacubaya, Mixcoac, San Angel, etc.

Entre las características de esta actividad se tiene:

1. Operan todos los días de la semana sin efectuar algún pago de impuestos y contribuciones directas.
2. El volumen de sus ventas es reducido por las inadecuadas instalaciones para sus tareas comerciales.
3. La estructura de sus negocios los hace presa fácil de diferentes intereses por ejemplo, son objeto de constantes extorsiones monetarias por parte de las Autoridades, Inspectores de la Vía Pública y pseudolíderes políticos.
4. Su actividad comercial se desarrolla en zonas de alto tránsito vehicular y peatonal, produciendo contaminación y deterioro paulatino de la salud, etc.

Cabe señalar que en los últimos años, este grupo creció de manera impresionante, pues se ha informado que actualmente laboran en el comercio informal cerca de 37 millones de mexicanos.

Señalaremos las Delegaciones Políticas de acuerdo al lugar que ocupan con respecto al ambulante en su demarcación.



Se observa que la Delegación Cuahutémoc ocupa el primer lugar de mayor concentración de ambulantes, ya que hasta el pasado mes de abril se sumaron más de 48 mil vendedores en tal demarcación. En esta se localiza el perímetro "A" del Centro Histórico en el cual se identifican dos tipos de suelo; el primero

denominado "H-41" que es habitacional, con industria mezclada y el segundo denominado "ES-3.5" que es equivalente de servicios, administración, salud, educación y cultura. (83).

Se ha mencionado con anterioridad, que la Delegación Cuauhtémoc es mencionada día con día por los numerosos conflictos que se originan con el ambulante, marchas, plantones, delincuencia organizada, etc., y que a causa de estas actividades se le llega a considerar como una de las Delegaciones más sobrepobladas y conflictivas del Distrito Federal.

En cuanto a la Delegación Venustiano Carranza, ubicada en la zona centro-oriental del Distrito Federal, dentro de su red de abasto se tienen registrados 42 mercados, 33 mercados móviles y tianguis, los cuales llegan a concentrar 14,324 locatarios y 4414 comerciantes ambulantes. También es importante señalar que destaca por su historia, tradiciones e importantes conjuntos de mercados de barrio, como el de la Merced, el de Ampudia, el de Sonora y el de Jamaica, entre otros.

Otra de las Delegaciones con mayor movilización de ambulantes es la Delegación Iztapalapa, la cual cuenta con una red de abasto de mercados sobre ruedas, tianguis y 20 mercados públicos, de los cuales suman 28,600 establecimientos en la demarcación. En esta, se encuentra la Central de Abastos de la Ciudad de México, considerada como una de las más grandes de Latinoamérica, ya que es un órgano viviente, integrado por trabajadores independientes organizados por cooperativas, pequeños, medianos y grandes empresarios que producen, acopian y comercializan toneladas de productos naturales e industrializados que cubren buena parte de la demanda nacional de alimentos, flores, hortalizas, pescados, mariscos y otros servicios.

Aunado a ello, es importante señalar que se tiene un gran problema con el comercio ilegal, ya que existen 120 concentraciones de comerciantes que ejercen el comercio de productos generalizados en la vía pública y que por lo tanto carecen de la más indispensable infraestructura para su adecuado funcionamiento.

La Delegación Coyoacán de mediana concentración, también tiene sus contratiempos en cuanto a esta actividad, ya que el ambulante crece considerablemente, sobre todo en el centro histórico de Coyoacán y sus plazuelas.

En lo que respecta al comercio y abasto, cuenta con 22 mercados públicos, además de los mercados sobre ruedas, no cuenta con centrales de abastos, ni mercados al mayoreo, por lo tanto, tal situación coloca a la actividad comercial informal en la segunda más importante en tal Delegación.

En cuanto a la Delegación Cuajimalpa, que es de baja concentración, tenemos que cuenta con 5 mercados públicos, además con un mercado sobre ruedas y 11 tianguis, y en lo que se refiere al ambulante, la zona cuenta con 608

comerciantes ambulantes, que vienen representando el 10% e los comercios formalmente establecidos.

Como se observa, en cada Delegación Política varía el ambulante, ya que se deben de considerar los factores sociales que intervienen para la proliferación del comercio ambulante, los cuales pueden ser: la población, costumbres, territorio y principalmente la economía con la que cuenta cada individuo del sector delegacional.

De los 312 mercados que existen en el Distrito Federal, la mayoría tienen problemas de mantenimiento y conservación, ya que del total de los locatarios sólo el 2% pagaron sus derechos por uso de suelo durante el año 2000, lo que representa un adeudo de 85 millones de pesos por pago de servicios.

"Un ejemplo claro, se encuentra en el Mercado de Xochimilco, conocido como el de "Cuemanco", que en la actualidad se encuentra en una decadencia profunda, ya que los administradores del mercado no han realizado sus funciones y por lo tanto se encuentran en pésimas condiciones. Los locatarios se han manifestado solicitando al nuevo administrador que se encargue de darle pronta solución al problema de las redes hidrosanitarias del mercado, pues no cuenta con drenaje y constantemente brota agua potable del suelo.

Tal situación podría considerarse poco peligrosa para los visitantes, sin embargo el área de comida es donde se encuentra el mayor problema de drenaje a cielo abierto, inundaciones en los estacionamientos y fugas de agua del subsuelo". (64)

Se presentó ante la Secretaría de Desarrollo Económico del Distrito Federal, un diagnóstico general sobre el abandono en que se encuentran los mercados públicos y el crecimiento acelerado que se registró en las demás concentraciones comerciales. Tomando en cuenta los tianguis, concentraciones y mercados sobre ruedas, que se ubican a las orillas de la Ciudad, que son los lugares donde se vende más caro y al contrario, las áreas de mayor capacidad económica son las que tienen los precios más accesibles.

La administración de los mercados, cuenta con varias quejas y declaraciones que hacen los propios locatarios, al realizar sus actividades diarias causándoles descontento y algunas veces hasta grandes conflictos. Por ejemplo:

- De 1700 locales, el 90% se encuentra irregular.
- Solamente en fines de semana se abren entre 200 a 350 locales.
- Los andadores no permiten un acceso inmediato a los locales.
- Los locatarios invaden áreas comunes como pasillos, banquetas y arroyo vehicular.

(64) Cano, David. El Universo. En riesgo el mercado de flores. 21-mayo-01 Pág B-4.

- Carecen de redes de drenaje y constantemente se inundan, etc.

Existen algunas propuestas para disminuir tales conflictos como son: contar con un Reglamento interior de cada mercado, evitar los cambios de giros comerciales, terminar con las invasiones de áreas comunes, garantizar la sobrevivencia del mercado, cumplir con sus cuotas oportunamente, entre otras.

De las mencionadas, las que otorgarían una mayor garantía sería que cada mercado contara con un Reglamento Interior, en donde se establezcan derechos y obligaciones comunes para todos los locatarios, mostrando el interés social para la subsistencia del mercado, procurando la estabilidad comercial que tanto ansían.

Como se observa, no solo el comercio ambulante acarrea conflictos en las demarcaciones delegacionales, también los mercados públicos, las plazas comerciales, los tianguis, etc., los cuales cuentan con sus propios contrariedades, ya que muchas veces el crecimiento del ambulante depende, en parte, del fracaso o del éxito que tenga una nueva plaza comercial, garantizando en algunas ocasiones, la estabilidad laboral, evitando así, que algunos locatarios se desplacen de nuevo por las calles.

4 d). **MICROCREDITOS.**

Se ha divulgado mucho la nueva política de los Microcreditos, la cual consta de un Fondo de Financiamiento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. El 20 de febrero de 2001, el Presidente de la República C. Vicente Fox Quesada, presentó de manera muy general la propuesta de instalación de "changarros" y microcreditos a pequeños empresarios.

En su primer etapa se entregaran 620 apoyos en las 16 Delegaciones Políticas de manera proporcional y porcentual, pero fundamentalmente en Gustavo A. Madera, Iztapalapa y Alvaro Obregón, así como a las jurisdicciones rurales de la Capital.

En el esquema de política social, este fondo se encuentra dentro del área de productividad y empleo, que acompaña a otros programas como el Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad (FONAES), la cual trabaja con la Secretaría de Economía, la Secretaría de Desarrollo Social, la Secretaría de Turismo, entre otras. Para optimizar programas y recursos

*El Director de FONAES Eduardo Ibañez, anunció que dicho programa cuenta con recursos por 91 millones de pesos para otorgar microcreditos a los pequeños y medianos negocios, que va desde 500 hasta 30 mil pesos para poner su propio "changarro". Este incluye desde cajón de boleros para lustrar zapatos "diablito" para el transporte, globos para vender en la Alameda, un anafre para cocinar sopes, quesadillas, etc., instalándose en cualquier esquina, en fin, todo

aquello que el ingenio popular inventa para crear una fuente sino ya de trabajo, cuando menos de subsistencia personal". (65).

Para muchos el Fondo Para la Micro y Pequeña Empresa se convertirá en un instrumento significativo que alentará el ambulante y por pretender resolver un problema se crearan muchos más.

Para otros representa un buen estímulo para fomentar aquellas empresas que se crearon inicialmente para el sustento familiar, pero que participan poco o casi nada en la dinámica económica regional.

Esto se refiere a que de las cien empresas que anualmente se crean, setenta desaparecen, veinte se mantienen y diez se desarrollan, por lo que el objetivo de este programa es que las cien empresas que se crearon, se desarrollen.

Esta propuesta del Gobierno Federal es de tranquilidad a los empresarios, pues les darán apoyos económicos y a su vez fomentarán la creación de más empleos, y sobre todo el reforzamiento del mercado interno.

El 13 de noviembre de 1987, se presentó ante el H. Congreso de la Unión, la Iniciativa de Ley para el Fomento de la Microindustria, cuyo objetivo fundamental fue, promover la inversión en nuevas microindustrias y fortalecer las existentes, a través de disposiciones que simplifiquen su creación y operación, permitan la realización de los trámites correspondientes en las localidades donde operan e impulsen su desarrollo, mediante el otorgamiento de apoyos y facilidades fiscales, financieras, de mercado y asistencia técnica.

En la exposición de motivos de dicha Ley, típica a la Microindustria como empresa de tipo personal o familiar, formada a partir de ahorros patrimoniales, con sistemas administrativos y operativos rudimentarios, poco consolidada en su estructura, que utiliza fundamentalmente materias primas y componentes nacionales, requiere de modestos volúmenes de inversión y comparativamente, mayor aplicación de mano de obra

La política industrial de nuestro país fomentó, de manera particular desde la década de los treinta, el desarrollo de la industria mediana y pequeña, atendiendo a su carácter eminentemente nacionalista y a su importancia en la producción de bienes básicos, la generación de empleos, el desarrollo regional y la formación de empresarios

Sin embargo, uno de los factores que dificultan la constitución y el funcionamiento de las empresas es la complejidad burocrática para su registro y operación.

La mayor parte de las disposiciones fiscales, de seguridad social, sanitarias, de uso de suelo, etc., no establece en general un claro tratamiento diferenciado, que permita a la Microindustria cumplir con facilidad los tramites relativos a su funcionamiento.

En cuanto a lo anterior, durante la presentación de la subsecretaría de apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa, dependiente de la Secretaría de Economía, y el Ejecutivo Federal, aseguró que simplificaran requisitos y trabas burocráticas porque lo esencial es que el Gobierno Federal no estorbe en la creación de nuevas fuentes de empleo, que en la actualidad, no caería nada mal, sobre todo para acabar un poco con el comercio informal.

"La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, la Secretaría de la Contraloría General y Organizaciones Académicas Empresariales, muestran que debido a que no existen facilidades para las empresas menores, toda nueva microindustria tiene que realizar, al igual que cualquier empresa grande, al menos catorce diferentes tramites ante doce instancias para poder constituirse y poder iniciar operaciones. Esta secuencia demora en promedio entre 75 y 390 días, tienen que requisitarse en el proceso 14 formatos con 378 preguntas, cerca del 14% de las cuales se repiten constantemente.

Adicionalmente, si se trata de industrias reglamentadas (tortillería, panadería, molinos de nixtamal, tostadores de café, etc.), la empresa tienen que enfrentarse a otra serie de tramites cuya resolución suele ser más compleja y dilatada que la de las convencionales". (66).

Propiciar el desarrollo de la Microindustria constituye un imperativo económico y social, particularmente en momentos en que se hace indispensable impulsar la ocupación y el auto empleo.

La Microindustria puede convertirse, con solo eliminarle trabas y proporcionarle modestos apoyos, en un factor importante de desarrollo económico y de mayor equidad social a nivel nacional y regional.

Para 1991 se realiza una reforma a dicha iniciativa quedando "Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal", en dicha reforma se da la oportunidad a los pequeños artesanos de poder fomentar a través de pequeños créditos su actividad artesanal y a la vez poner un freno a los empresarios voraces que explotando la fuerza de trabajo de los verdaderos artesanos se enriquecen a costa de ellos. Se incluye un capítulo especial dedicado a las artesanías, en donde se define el concepto de artesano y artesanía. Se especifica también, la elaboración de un padrón de artesanos, así como el otorgamiento de apoyos fiscales, financieros, de mercado y de asistencia técnica mediante un programa especial para los propios artesanos.

(66) Cámara de Diputados. Iniciativa de Ley Federal para el Fomento de la Microindustria 13 de noviembre de 1987. Año III. No.26. Pág. 91.

"El objetivo de legislar a favor de los artesanos, es elevar su situación a rango constitucional y que ya sea sujeto de crédito, que sea tomado en cuenta en acuerdos y tratados, como el Tratado de Libre Comercio". (67).

Dicha reforma tiene como fin proteger a las clases de artesanos rurales sobre todo a los marginados, siendo primordialmente una iniciativa que emana de una necesidad de carácter social.

Posteriormente, en 1996 se realiza otra iniciativa de reforma a dicho ordenamiento, tomando en cuenta las condiciones de vida que enfrentan las personas con alguna discapacidad, sobresaliendo aquella que tiene que ver con la falta de un trabajo remunerado y estable. Considerando que el campo laboral debe ser abierto plenamente a las personas discapacitadas.

"En la vida diaria, gran parte de las personas con discapacidad han encontrado la forma de sobrevivir llevando a cabo actividades de carácter artesanal creando productos que han podido colocar en el mercado por su calidad así mismo, se han fundado pequeños talleres que ocupan en su mayor parte personas con discapacidad y que han resultado en muchos casos soluciones idóneas para la problemática a la que se enfrentan estas personas.

La Microindustria y la actividad artesanal en el caso de los discapacitados debe ser fomentado e impulsado, a fin de que se convierta en una de las soluciones para todos aquellos quienes presentan alguna limitación y no por ello dejan de ser personas capaces en el campo laboral". (68).

La propuesta se refiere a reformar diversos artículos de la mencionada Ley, buscando establecer normas que coadyuven a dar impulso a la creación de nuevas micro, pequeña y mediana empresas donde se empleen trabajadores con discapacidad y a fomentar la actividad de los artesanos discapacitados, como formulas para lograr su ocupación productiva.

En conclusión tenemos, que el fin fundamental de tal iniciativa, es promover el desarrollo de la Microindustria, con el objetivo de que participe plenamente en el avance y consolidación del aparato productivo del País, en forma más activa y profunda, ya que se tiene que la microindustria es producto de la crisis existente de nuestro país, también se ha dicho que el fenómeno de la concentración de la Producción Industrial en el País, genera agrupaciones de riqueza en determinados sectores tendientes a empobrecer otros más.

"De acuerdo a un estudio realizado por la OIT (Organización Internacional del Trabajo), la fuente del empleo informal que más ha crecido en la región es la Microempresa, que en la actualidad representa el 22.5% del empleo total.

(67) Cortes, Teresa Iniciativa de Ley para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal, 2- Julio- 1991. Año III. No. 19. Pág 68.

(68) Merín Castro, Gladys, Diádem, Diario de Debates. 27- Noviembre-1996. Año III. No. 32. Pág 3383.

Las Microempresas Informales han crecido en la mayoría de los Países de Latinoamérica como son: Argentina, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, Honduras, México, Perú y Venezuela. Otro sector que aumenta es el de los trabajadores informales por cuenta propia, especialmente en Paraguay y Uruguay". (69).

Para la OIT, el aumento de la informalidad se debió especialmente a la expansión del empleo en los estratos de más baja productividad de la estructura ocupacional, lo que explica el crecimiento de los trabajadores informales por cuenta propia y del servicio doméstico. Afirma tal organización que los trabajadores informales de América Latina, trabajan un promedio entre 10 y 15% más que los del sector formal lo que aumenta la desigualdad en la distribución de ingresos.

Las PYMES (Pequeña y Mediana Empresa), han sido consideradas como elementos conductores de un desarrollo económico y social en los años noventa. Tal sector posee un gran potencial de crear y expandir las oportunidades de empleo, disminuir la tasa de desempleo, facilitar el desarrollo de habilidades en el campo empresarial, garantizar la expansión de las oportunidades de mercado, utilizar materia prima nacional, fortalecer la promoción de exportaciones y la sustitución de importaciones.

En cuanto al financiamiento de las PYMES, existe un programa piloto de "Microchangarras" el cual pretende concentrar nuevos proyectos de Microempresas y generar empleos.

La Secretaría de Economía es la que se encarga de poner en marcha el plan piloto del Programa Nacional de Financiamiento y Fomento al Microempresario, en donde se apoyarán a 50 mil familias, con la partida presupuestaria de 72 millones de pesos, tal presupuesto lo manejarán 24 Instituciones de Crédito.

El Gobierno tiene como objetivo contar con 32 microfinancieras, una en cada Estado, para cubrir las necesidades de los Microempresarios.

El plan piloto tiene como fin detectar las diferencias y mejorar la estructura de operación para así tener antecedentes visibles del funcionamiento del programa y sobre todo para continuar o no con tal proyecto.

CONCLUSIONES

1. El comercio es un intercambio de bienes y productos con ánimo de lucro, que se realiza en la esfera social para beneficio propio del hombre, es un medio de subsistencia y de comunicación. Da la oportunidad a la creación de centros y plazas comerciales, aunque en algunas ocasiones los comerciantes prefieren otros medios para realizar el comercio.
2. El comerciante es la persona física o jurídica colectiva que se encarga de comprar o vender, bienes y productos habitualmente con ánimo de lucro. No a todos los que realizan esta actividad se les denomina propiamente "comerciantes", ya que existen ciertos impedimentos jurídicos que les prohíbe tal denominación.
3. El Acto de Comercio es toda manifestación de voluntad susceptible de producir efectos jurídicos dentro del ámbito de la realidad reservada al Derecho Mercantil.
4. Los Mexicas explotaban principalmente el medio ambiente en donde se desarrollaron, pero también basaron su actividad en el comercio, lo cual les permitía conocer otros pueblos e intercambiar productos que ellos mismos fabricaban creando un mercado propio dentro de Tenochtitlan, realizaron el Trueque para así obtener el abasto necesario. El primer mercado que existió fue el de Tlatelolco, en donde se admiraba la perfecta organización que tenían para vender y a los comerciantes se les denominó "Pochtecas".
5. El elemento central del comercio era el "Tranquiztli" (tianguis), que en la actualidad aun subsiste, se puede decir que este sistema es el antecedente principal del comercio ambulante.
6. "El Baratillo", que fue el principal lugar de los comerciantes ambulantes de la Época Colonial, en donde se podía adquirir precios más bajos de los que reglan en el mercado formal.
7. El mercado es la concentración de comerciantes para la realización de un fin, el de comerciar. Viene siendo el elemento central de la economía junto con los productores y consumidores, los cuales dan paso a la circulación y distribución de las riquezas.
8. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, no prohíbe el ejercicio del comercio ambulante, ya que este es una actividad que siendo lícita puede ser practicada por cualquier persona siempre y cuando no se ataquen a terceros o que vaya en contra del orden público. En esta se dan las bases principales para tener obligaciones y derechos,

lo cual nos permite estar bajo un régimen social estable, aunque muchas veces no se da en la vida diaria.

9. En cuanto a la Legislación existente, se tiene que revisar a fondo y con especial cuidado, sobre el comercio ambulante, puesto que el Reglamento de Mercados de 1951, ha sido rebasado en cuanto a las exigencias sociales, a parte de que no cuenta con un capítulo especial que contemple esta actividad.
10. Con las Reformas al Código Penal para el Distrito Federal, (septiembre de 1999), artículo 171 bis, que establece como delito la utilización indebida de la Vía Pública, esta reforma tiene la intención de combatir a los "líderes" de los vendedores ambulantes que verdaderamente lucran con quienes dicen representar.
11. La legislación para prohibir el ambulante es muy amplia, en algunas ocasiones tal actividad se adecua a las normas pero no por el simple hecho de prohibirles su instalación en la vía pública, estas van a dejar de ejercerla puesto que para ellos es más importante ganar algo para subsistir, que contravenir a las disposiciones legales.
12. El Comercio Informal (ambulante, Economía subterránea), es el conjunto de actividades a través de las cuales se realizan diversas transacciones de bienes o de servicios generando una situación de extra legalidad pues están al margen en cuanto al pago de impuestos, lo cual origina, un grave desfaldo en la contabilidad del País.
13. "No solo los informales, no pagan impuestos" esto es un doble juego, ya que el comercio establecido también llega a evadir sus obligaciones fiscales al proporcionarle a los ambulantes mercancía, las cuales no son manifestadas ante las autoridades hacendarias.
14. La Asamblea Legislativa junto con las autoridades Delegacionales tienen la obligación de vigilar y darle solución a los problemas que giran en torno al ambulante, ya que con los programas que han elaborado; como el Bando que prohíbe el comercio en el Centro Histórico o como el Programa de Reordenamiento del Comercio Popular, no ha sido suficiente para acabar con él o aminorar la situación.
15. Evidentemente existen factores que influyen en la proliferación del comercio ambulante, como son: el desempleo (factor principal), la migración del campo a la Ciudad, los bajos salarios, la sobre población, la complejidad de la Legislación Fiscal, el factor económico del País (crisis), entre otros.
16. El ambulante no solo genera competencia desleal, sino que también otros inconvenientes sociales como la piratería, invasión de banquetas y

vía pública, el mal funcionamiento de la red de drenaje y alcantarillado por la gran cantidad de basura generada por esta actividad, mala imagen al turismo, contrabando, alimentos antihigiénicos, delincuencia organizada, corrupción, inseguridad, etc.

17. En cuanto a las concentraciones, tenemos que el comercio ambulante se encuentra en todas partes, pero en algunos lugares se ha concentrado más, como por ejemplo: el Centro Histórico (Delegación Cuahutémoc), Tepito, Eje Central, La Merced (Delegación Venustiano Carranza), lo cual se debe a la importancia cultural y comercial que representan estas zonas de la ciudad, y por supuesto existe una gran afluencia de clientes potenciales.
18. Se debe establecer un control más riguroso en las Aduanas fronterizas para evitar que introduzcan mercancía al País, eludiendo toda obligación fiscal.
19. La Microindustria, viene siendo la empresa de tipo personal o familiar, formada de ahorros patrimoniales que utilizan materias primas y requiere de modestos volúmenes de inversión y sobre todo mayor mano de obra.
20. Tratar de resolver el problema del ambulante, solo con reubicaciones es no resolverlo, pues mientras no haya una recuperación importante, que es muy difícil por la situación que atraviesa el País, ya que el salario es menor para sufragar los gastos diarios, el desempleo crece de una manera alarmante y no existe una adecuada Política Económica que se dirija a estimular la producción en todo el País, sobre todo en las zonas más desprotegidas, no se podrá avanzar con solidez en tal materia.

BIBLIOGRAFIA

- Alvarez del Castillo, Enrique.
EL DERECHO SOCIAL Y LOS DERECHOS SOCIALES MEXICANOS.
Editorial Porrúa.
México 1982.
- Astudillo Ursua, Pedro.
ELEMENTOS DE TEORIA ECONOMICA.
Editorial Porrúa. 1ª. Ed.
México 1988.
- Barrera Graf, Jorge.
INSTITUCIONES DE DERECHO MERCANTIL.
Editorial Porrúa. 1ª. Ed.
México 1989.
- Bourdier, Pierre.
EL OFICIO DEL SOCIOLOGO.
Editores Siglo XXI.
México 1978.
- Burgoa Orihuela, Ignacio.
DERECHO CONSTITUCIONAL MEXICANO.
Editorial Porrúa. 8ª. Ed.
México 1990.
- Burgoa Orihuela, Ignacio.
GARANTIAS INDIVIDUALES.
Editorial Porrúa.
México 1991.
- Cabrera Acevedo, Lucio
EL DERECHO DE PROTECCION AL AMBIENTE.
Editorial UNAM
México 1981
- Calderón, Francisco.
HISTORIA ECONOMICA DE LA NUEVA ESPAÑA
Editorial Fondo de Cultura Económica.
México 1988
- Carbonier, Jean.
SOCIOLOGIA JURIDICA
Editorial Tecnos. 2ª. Ed. Madrid 1982.

- Cardos de Méndez, Amalia.
EL COMERCIO DE LOS MAYAS ANTIGUOS.
Editorial INAH. Epoca 2. Vol. 2. Núm. 2.
México 1959.
- Chinoy, Ely.
INTRODUCCION A LA SOCIOLOGIA.
Editorial Paidós.
México 1992.
- Chinoy, Ely.
LA SOCIEDAD.
Editorial FCE. 14ª. Ed.
México 1985.
- Cervantes ahumada, Raúl.
DERECHO MERCANTIL 1er. Curso.
Editorial Herrero. 4ª. Ed.
México 1990.
- Clavijero, Francisco Javier.
HISTORIA ANTIGUA DE MEXICO.
Editorial Porrúa.
México 1987.
- Cortes Fernando y Oscar Cuellar.
CRISIS Y REPRODUCCION SOCIAL.
Editorial Porrúa 1ª. Ed.
México 1991.
- De Pina Vara, Rafael
ELEMENTOS DE DERECHO MERCANTIL MEXICANO.
Editorial Porrúa 24ª. Ed.
México 1994
- Díaz del Castillo, Bernal
HISTORIA VERDADERA DE LA CONQUISTA DE LA NUEVA ESPAÑA.
Editorial Porrúa
México 1993
- Etzioni, Amitai.
ORGANIZACIONES MODERNAS.
Editorial Limusa.
México 1991.

- Ezquivel Obregón, Teresa.
APUNTES PARA LA HISTORIA DEL DERECHO EN MEXICO.
Editorial Porrúa. Tomo I.
México 1984.
- Francis E. Merri.
INTRODUCCION A LA SOCIOLOGIA.
Editorial Aguilar.
España 1978.
- Garrigues, Joaquín.
CURSO DE DERECHO MERCANTIL.
Editorial Porrúa. 9ª. Ed.
México 1993.
- Gibson, Charles.
LOS AZTECAS BAJO EL DOMINIO ESPAÑOL. 1519 – 1810.
Editorial Siglo XXI. 11ª. Ed.
México 1991.
- González Salazar, Gloria.
EL DISTRITO FEDERAL. ALGUNOS PROBLEMAS Y SU PLANEACION.
Editorial UNAM. 2ª. Ed.
- Gurutch, Geroges
LA SOCIOLOGIA DEL SIGLO XX
Editorial Barcelona 2ª. Ed.
Barcelona 1964.
- Jiménez Blanco, José y Carlos Moya Valgañón.
TEORIA SOCIOLOGICA CONTEMPORANEA
Editorial Tecnos
Madrid 1978.
- Katz, Friedrich.
SITUACION SOCIAL Y ECONOMIA DE LOS AZTECAS.
Editorial UNAM
México 1966.
- López Rosado, Diego.
CURSO DE HISTORIA ECONOMICA DE MEXICO.
Editorial UNAM.
México 1981.

- Mantilla Caballero, Roberto.
DERECHO MERCANTIL.
Editorial Porrúa.
México 1990.
- Mantilla Molina, Roberto.
DERECHO MERCANTIL.
Editorial Porrúa.
México 1993.
- Muldoon, Juan y Servitje, Daniel.
EL COMERCIO DE ALIMENTOS EN MEXICO.
Editorial Trillas.
México 1989.
- Marum Espinoza, Elia.
ECONOMIA PARA PRINCIPIANTES.
Editorial CECSA.
México 1990.
- Naufal, Georgina
UNA ESTIMACIÓN DEL DESEMPLEO EN MEXICO.
Editorial Instituto de Investigaciones Económicas. UNAM.
Momento Económico Núm. 32.
México 1987.
- Ochoa Torres, Juan Manuel
ANTECEDENTES, CONSECUENCIAS Y LA SOLUCION AL
COMERCIO AMBULANTE.
Editorial Edamex.
México 1999
- Ramírez Valenzuela, Alejandro
INTRODUCCION AL DERECHO MERCANTIL Y FISCAL.
Editorial Limusa
México 1981.
- Rodríguez Rodríguez, Joaquín.
DERECHO MERCANTIL.
Editorial Porrúa. 8ª. Ed. Tomo I.
México 1969.
- Samuelson, Paul.
ECONOMIA
Editorial MC. Graw-Hill.

Madrid 1990.

- Valencia, Enrique.
LA MERCED. ESTUDIO ECOLOGICO Y SOCIAL DE UNA ZONA DE LA CIUDAD DE MEXICO.
Editorial INAH.
México 1965.
- Villaseñor Báez, Luis Francisco.
LA ARQUITECTURA DEL COMERCIO EN LA CIUDAD DE MEXICO.
Editorial CANACO.
México 1982.

LEGISLACION CONSULTADA

1. CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.
Promulgada 5-febrero-1917. Ed. Porrúa. México 2000.
2. CODIGO CIVIL DEL DISTRITO FEDERAL. (AGENDA CIVIL), D.O.F. 26 de marzo de 1928. Ed. Fiscales. ISEF. S.A. México 2001.
3. REGLAMENTO DE MERCADOS. D.O.F. 1 de junio de 1951. Ed. Leyes Mexicanas. S.A. México 1998.
4. CODIGO DE COMERCIO. D.O.F. 26 de marzo de 1928, entrando en vigor en 1932. Ed. Porrúa. México 1999.
5. CODIGO PENAL PARA EL DISTRITO FEDERAL. D.O.F. Reformas 1º de octubre de 1999. Ed. Porrúa. México 2000.
6. LEY DE SALUD PARA EL DISTRITO FEDERAL. D.O.F. 7 DE FEBRERO DE 1984. Ed. Porrúa Tomo I. México 2000.
7. LEY DE PROTECCION CIVIL DEL DISTRITO FEDERAL. D.O.F. 25 de octubre de 1993. Ed. Asamblea suplemento legislativo. México 1999.
8. LEY DE JUSTICIA CIVICA PARA EL DISTRITO FEDERAL. D.O.F. 1º de junio de 1999. Ed. Asamblea suplemento legislativo. México 1999.
9. REGLAMENTO INTERIOR DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL. D.O.F. 17 de octubre de 1994. Ed. Porrúa. México 1998.

10. REGLAMENTO DE VENDEDORES DE LOTERIA. D.O.F. 18 de febrero de 1943. Ed. Porrúa. México 1998.
11. LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR. D.O.F. 24 de diciembre de 1992. 24ª ed. Ed. Porrúa. México 1999.
12. REGLAMENTO DE TRANSITO DEL DISTRITO FEDERAL. (COMENTADO). entro en vigor el nuevo Reglamento el 1º de diciembre de 1999. Ed. Limusa. México 1999.
13. REGLAMENTO DE CONSTRUCCIONES PARA EL DISTRITO FEDERAL. D.O.F. 6 de agosto de 1992. Ed. Porrúa. México 2000.
14. CODIGO FISCAL FEDERAL. D.O.F. 13 de diciembre de 1981. Ed. Porrúa. México 1999.
15. LEY FEDERAL DE DERECHOS DE AUTOR. D.O.F. 21 de diciembre de 1963. Reformas 17 de julio de 1991. Ed. Porrúa. 12ª ed. México 1991.
16. INICIATIVA DE LEY FEDERAL PARA EL FOMENTO DE LA MICROINDUSTRIA. 13 de noviembre de 1987. Año III. Núm. 26.
17. INICIATIVA DE LEY PARA EL FOMENTO DE LA MICROINDUSTRIA Y ACTIVIDAD ARTESANAL. 2 de julio de 1991. Año III. Núm. 19.
18. BOLETIN JURIDICO. CANACO. Vol. VIII. Núm. 11. Octubre 1999.
19. AMPARO EN REVISION. 14833/88. 9 de Agosto de 1989.
20. ARCHIVO GENERAL DE LA NACION Mercados 3728 y 3740. Expediente 2. Folio 4 y expediente 1123. Folio I y IV.
21. MANUAL ADMINISTRATIVO. Coordinación General de Abasto, Comercio y Distribución. México 1990.
22. DIRECTORIO DE MERCADOS PUBLICOS DEL DISTRITO FEDERAL. SEDECO. 1997.

HEMEROGRAFIA

- EXCELSIOR. 7 de junio de 1989. Marín, Nidia. Desempleo. Págs. 1,3.
- NOVEDADES. Agosto de 1989. Luna, Francisco. Fuera de control el comercio ambulante. Pág. B-1 y B-2.
- LA PRENSA. 5 de abril de 1995. Aguilar, Fernando. Continúa el asecho en las entradas del metro. Pág. 22.
- LA JORNADA. 30 de marzo de 1998. Muñoz Rios, Patricia. Tres de cada diez negocios del D.F en la economía informal.
- EXCELSIOR. 2 de diciembre de 1998. Magaña Contreras, Manuel. La competencia desleal del ambulante. Págs. 25 y 27.
- LA JORNADA. 14 de marzo de 1999. Romero Sánchez, Gabriela. Tienen protección de las autoridades. Pág. 28.
- EL SOL DE MEXICO. 14 de marzo de 1999. Colín, Sergio M. Acusan a lidereza de ambulantes. Pág. 3.
- OVACIONES. 26 de mayo de 1999. López, Juan Antonio. Explotan granaderos a los ambulantes de la Merced. Pág. 10.
- EXCELSIOR. 30 de junio de 1999. González Alvarez, Roman. Solicitan comerciantes a Hacienda. Pág. 34.
- LA PRENSA. 3,4,17 Y 22 de Noviembre de 2000. Págs. 27, 3,30 Y 12.
- LA PRENSA. 24 de febrero de 2001. Alvarez, Luis Gerardo. Microcreditos. Pág. 25.
- EL UNIVERSAL. 21 de mayo de 2001. Cano, David. En riesgo el mercado de flores. Pág. B-4.

REVISTAS

- ASAMBLEA. Julio 1996. Pérez Fons, Rafael. Vol. II Núm. 18. Pág. 35.
- ECONOMIA METROPOLITANA. Abril 1993. CANACO. Vol. I. Núm. 2. Pág. 19.

- REVISTA ESPECIALIZADA Febrero 1990. García C. Miguel. Simplificación Administrativa. Pág.3,6.
- CAMARA NACIONAL DE COMERCIO. Modernización Comercial y Desarrollo Económico. México 1983.

PAGINAS DE INTERNET

- Plaso-iteso mx. Marzo 2000. Mercadotecnia global.
- www jornada unam mx. 1997. Los mercados.
- www cc mexico com mx. Julio 1998. El ambulante.
- www rim unam mx. Abril 1999. Sector comercial local.
- dns diario com mx. 1998. Otorgan permisos a 397 ambulantes en la zona Centro.
- unam netgate net / jornada/ 1996. 15 de octubre de 1996. Entorno conflictivo.
- www geocities com. El comercio en la vía pública.
- www df gob mx. / 2000. SEDECO. Programa de nuevos mercados.
- www inegi gob mx. 1999 - 2000. Aspectos sociodemograficos del Distrito Federal.
- www unam mx / nacional / 1997. Economía 27 de Febrero de 1997. Los asaltos en carretera vinculados al mercado informal.
- www jornada unam mx / 1998. La jornada. 10 de Junio de 1998. Ambulante, problema social y legal

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN