

47
27



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

EL COMERCIO EN LAS BANQUETAS DE TEPITO.
ASOCIACION DE COMERCIANTES ESTABLECIDOS
DEL BARRIO.

Q U E P R E S E N T A :
MONDRAGON PEREZ ANGELICA ROCIO
PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN SOCIOLOGIA

ASESORA: MTRA. MA. ELENA JARQUIN SANCHEZ

FEBRERO DE 1994

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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 está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS
Y SOCIALES

EL COMERCIO EN LAS BANQUETAS DE TEPITO.
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES ESTABLECIDOS DEL BARRIO.

QUE PRESENTA:

Mondragón Pérez Angélica Rocío

Para obtener el título de Licenciada en Sociología.

Asesora: Mtra. Ma. Elena Jarquín Sánchez.

febrero 1994.

DEDICATORIA

a mis padres: Ma Eugenia y
Jorge

a mis hermanos: Claudia Lilliana
Jorge Jacobo
Luz Eugenia

AGRADECIMIENTOS

La idea de realizar una investigación en el barrio de Tepito surgió durante mi participación como becaria en el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Humanidades en el proyecto de investigación: "La producción de bienes y servicios básicos en México y alternativas de desarrollo", cuya coordinación esta a cargo del Profr. Enrique Contreras Suárez, con quien mi generación tuvo la oportunidad de vincular la teoría sociológica de la facultad con la práctica sociológica de la investigación.

Uno de los subproyectos de esta investigación es el referido a la producción de calzado, en el cual se emprendió un estudio de la producción de calzado en Tepito en el que se aplicó un censo en los talleres productores del barrio, mismo en el que mis compañeros y yo participamos y tuvimos oportunidad de involucrarnos con la realidad y personajes de Tepito.

La intención de abordar el comercio en vía pública surgió cuando lleve la materia de problemas sociales de México, cuyo Profr. José María Calderón despertó en nosotros la inquietud de abordar un problema específico para su análisis y estudio a fondo, entonces resultó un trabajo en equipo que implicó sobre todo investigación documental.

Cuando tuve oportunidad de disponer de información y participar en una investigación de Tepito en el CIIH, además de haber disposición para asesorar mi tesis por parte de la responsable del proyecto de calzado: Ma. Elena Jarquín S., me pregunté: ¿Por qué no realizar una investigación del comercio en vía pública en Tepito?.

Al intentar abordar el comercio en vía pública uno se enfrenta con problemas de tipo teórico de difícil salida, pero el hacerlo en el barrio de Tepito, es además un compromiso, pues se trata del espacio comercial de mayor tradición en la ciudad de México, hecho del que tienen conciencia sus participantes.

La necesaria participación de la investigación de campo hace no sólo ricos los resultados sino también darse cuenta de las limitaciones de las teorías que pretenden explicar la realidad.

En el barrio de Tepito convergen una serie de culturas, personajes, formas de vida y actividades que la convierten en un espacio pequeño pero complejo y difícil de abordar, en donde conviven desde las formas más tradicionales de trabajo hasta las vanguardias comerciales, desde los personajes que pretenden una conservación de los espacios y formas de vida que lo han caracterizado, hasta los que abogan por una transformación del barrio en pos de los cambios que lo afectan.

Quizás uno de los mayores limitaciones que se adquieren al pretender estudiar una de las tantas realidades existentes en Tepito sea el hecho de que los propios tepiteños conocen su realidad y por tanto la defienden; producto de lo anterior, lo poco que se puede aportar con este trabajo es sobretudo para beneficio propio.

Una de las mayores satisfacciones que deja el hacer un trabajo empírico es el conocimiento de personas que de alguna forma son partícipes directos del rumbo que sigue su espacio, Tepito es rico en formas de pensamiento de su realidad, tanto en términos culturales, políticos, sociales y económicos, lo que no excluye el conflicto, que también es parte de su carácter.

El compromiso adquirido al estudiar el comercio en vía pública de Tepito fue atenuado por la calidez con que sus habitantes

reciben a los extraños y la apertura a ser estudiados, por lo que el trabajo no tuvo en este sentido limitaciones, las cuales más bien dependieron de los recursos y tiempos propios.

Quiero extender mi agradecimiento a todas aquellas personas que directa o indirectamente me apoyaron en la realización de esta investigación, a todos aquellos comerciantes que dispusieron de un poco de tiempo para la realización de las entrevistas, a los coordinadores de las calles comerciales, al Presidente de la Asociación de Comerciantes Establecidos del Barrio el Lic. Miguel Galán, y muy especialmente a los Sres. José del Río y Alfonso Hernández, sin cuyo apoyo testimonial y bibliográfico no hubiese sido posible la culminación de este trabajo.

Mi más sincero y cálido agradecimiento a los colegas que de forma por demás solidaria y profesional me apoyaron en la aplicación de las entrevistas, Roberto Romero, Sonia Arellano, Antonio Franco, Rosa Mendoza, Ana E. Contreras, Xochitl Rivas, Miguel Durán, Salvador Moreno y Patricia Sánchez.

Así también al apoyo recibido por mi asesora la Mtra. Ma. Elena Jarquín Sánchez, y a los consejos de la Profa. Nedelia Antigua T.

INDICE GENERAL

I. INTRODUCCIÓN.....	i
II. CAPÍTULO 1	
Revisión teórica y propuesta.....	1
1.1 Corrientes teóricas del sector informal.....	1
1.1.1 Antecedentes.....	1
1.1.2 OIT-PREALC. Víctor Tokman.....	5
1.1.3 Corrientes teóricas de enfoque político-jurídico.....	7
1.2 Inconvenientes de uso del concepto sector informal.....	9
1.3 El concepto Sector Informal y su aplicación al estudio del Comercio en vía pública.....	17
1.4 El Puesto Comercial como unidad de análisis para el estudio de la heterogeneidad del Comercio en vía pública.....	22
1.4.1 Situación económico-social de México.....	22
1.4.2 Respuestas sociales a la crisis.....	24
1.4.3 El comercio en vía pública como fenómeno social.....	28
1.4.4 Actividades por cuenta propia en el barrio de Tepito.....	29
1.4.5 El comercio en vía pública como empresa familiar.....	34
1.4.6 La heterogeneidad como característica del comercio en vía pública.....	41
1.5 Otras variables.....	43
1.5.1 Relación barrio-comercio.....	43
1.5.2 El comercio en vía pública y la cultura.....	44
III. CAPÍTULO 2.....	46
2.1 El barrio de Tepito.....	46
2.2 El comercio en vía pública en la ciudad de México.....	53
2.2.1 Formas de comercio.....	56
2.2.2 Formas de comercio en vía pública.....	57
2.2.3 Periodos históricos de auge del comercio en vía pública en la cd. de México....	59
2.2.4 El comercio en vía pública en la última década.....	60
2.3 Tepito, barrio comerciante.....	65
IV. CAPÍTULO 3.....	70
3.1 Perfil socio-económico de los comerciantes.....	70
3.1.1 Muestra de entrevistados.....	70
3.1.2 Datos obtenidos de los 196 trabajadores en los 85 puestos encuestados.....	83

3.2 Organización Comercial. Asociación de
Comerciantes Establecidos Del Barrio de Tepito... 88

V. CAPÍTULO 4.....	96
4.1 Caracterización de los puestos.....	96
4.2 Identidad cultural de los comerciantes en vía pública del Barrio de Tepito.....	105
4.3 Vínculo Barrio-comercio.....	110
VI. CAPÍTULO 5.....	115
5.1 Familias de comerciantes en vía pública.....	115
5.2 Tamaño de las familias.....	117
5.3 Composición familiar.....	118
5.4 Ciclo familiar.....	119
VII. CAPÍTULO 6.....	124
6.1 Tipología del comercio en vía pública del Barrio de Tepito.....	124
VIII. CONCLUSIONES.....	131
IX. BIBLIOGRAFÍA.....	139
X. ANEXOS.....	144

INTRODUCCIÓN

El problema abordado en esta investigación, es el fenómeno social del comercio en vía pública, el cual ha adquirido en los últimos años gran importancia en términos económicos, políticos, sociales y culturales.

Independientemente de la posición que se tome al respecto, el hecho es que ésta es una actividad que ha representado un amortiguador al sistema político del Estado, pues permite una salida viable a las problemas de desempleo y de bajos salarios que padece el país, desde la década de los setenta.

Su presencia la encontramos en las economías más diversas de todo el mundo, independientemente del nivel de desarrollo, tanto en países del primer mundo, como en los países considerados subdesarrollados, por lo que puede ser parte inherente del capitalismo.

Esta actividad, al igual que otras ha representado conflicto, como el enfrentamiento con comerciantes establecidos pues, se le considera una competencia desleal que evade impuestos. También, ha sido blanco de críticas por el deterioro de la imagen urbana de la ciudad, por la obstrucción de vías peatonales y vehiculares, así como por ser una fuente de contaminación y por generar cambios en el uso del suelo.

En los últimos años el desarrollo de esta ha despertado el interés de estudiosos para su análisis. Nacido de este interés, el trabajo presentado es el estudio de caso de una organización de

comerciantes del Barrio de Tepito.

El trabajo de campo se realizó entre los agremiados de la Asociación de Comerciantes Establecidos del Barrio de Tepito, de la cual se tomó una muestra de 85 puestos comerciales.

Como es bien sabido, Tepito ha sido un lugar con tradición comercial, donde se expiden una gran variedad de artículos que van desde lo usado, lo reparado y lo robado, hasta los nuevos y de contrabando. Gran parte de sus pobladores participan en esta actividad, que representa el único medio de subsistencia de muchas familias.

La singularidad de este espacio comercial respecto a otros, es que la dinámica comercial que se desarrolla en sus banquetas, esta en armonía y complementación con el espacio común de sus habitantes como son las calles, el espacio de la vivienda y sus propios pobladores. Sin embargo, la forma en que se ejerce en comercio ha cambiado con el tiempo, por lo que una de las preguntas fundamentales de la investigación fue ¿cuál es el papel que juega actualmente el Comercio en Vía Pública dentro del Barrio de Tepito?.

Los cambios que ha sufrido el comercio en este espacio se expresan en el crecimiento acelerado de esta actividad a partir de la década de los setenta, el desarrollo de sus organizaciones, el tipo de mercancía que se expide y el papel que cumple en la comunidad y en las familias comerciantes.

Se han hecho varios aportes teóricos para explicar esta actividad, pero quizá ninguno logré conjuntar todos los factores

intervinientes y sus pesos específicos para entenderla.

La necesidad de alternativas de subsistencia familiar y de respuestas a la demanda de nuevas necesidades de orden social, parece haber dado al traste con las tradicionales formas de empleo, inscritas de manera fundamental en el mercado asalariado de trabajo, dando como resultado la búsqueda por obtener ingresos mediante del trabajo por cuenta propia o el ejercicio de oficios.

Si anteriormente el salario del padre permitió la subsistencia familiar, ahora otros integrantes entran al mercado de trabajo, (la esposa o los hijos mayores), o se recurre a formas de empleo disfrazado y a actividades alternativas para alcanzar a cubrir las necesidades básicas, dejando de lado las formas de ganarse la vida que ya no son rentables.

En el estudio del comercio en vía pública, se encontró que parte de las personas que incursionan en esta actividad, responden a la necesidad de lograr la subsistencia familiar. En un principio son los mismos integrantes de una familia los que procuran las actividades de instalación, provisión y atención del puesto en la calle, sin recurrir a mano de obra contratada.

Muchos negocios se han mantenido a lo largo del tiempo de esta manera, en la medida que los recursos humanos y materiales invertidos en su negocio han satisfecho sus necesidades.

Otra parte de los comerciantes, con el tiempo, reinvierten capital en el negocio, hecho que les permite lograr su crecimiento (instalación de otro o más puestos o incremento del volumen de inversión).

La heterogeneidad que caracteriza a estas actividades implica la existencia de diversos tipos de comercio en vía pública, de los cuales existen los que son empresas familiares, los comercios de subsistencia, y los comercios rentables. Este último pudo no tener el antecedente de haber sido comercio de subsistencia, ser rentable desde su inicio porque fue adquirido mediante compra, es decir por ser un puesto cuyo propietario es un comerciante con local.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA.

OBJETIVOS.

Las preguntas a responder en ésta investigación son las siguientes:

- ¿Cuáles han sido las causas y formas de incursión de los comerciantes a esta actividad?
- ¿Qué tipo de vínculo o identificación existe entre los comerciantes y el barrio, en cuanto a sus participantes, la mercancía que se expide y la infraestructura que requieren?
- ¿Qué tipos de comercio podemos identificar en el barrio de Tepito?
- ¿Qué características cumplen los comercios familiares y los no familiares?
- ¿Cómo son las familias de comerciantes, en cuanto a su composición social demográfica y económica?
- ¿Qué papel juega actualmente la Asociación de Comerciantes Establecidos del Barrio de Tepito y, cuáles son los

principales problemas que se enfrentan los comerciantes?

-¿Qué papel -en términos culturales, económicos y sociales- juega actualmente el comercio en vía pública en el barrio de Tepito?.

Las principales variables a trabajar son las siguientes:

ASPECTOS A INVESTIGAR

UNIDADES DE
ANÁLISIS

-CARACTERÍSTICAS DE LOS PUESTOS

-PERFIL DE LOS COMERCIANTES

-GIRO DE MERCANCÍAS

-COMERCIO Y CULTURA

-PAPEL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES

-PROBLEMAS DE LOS COMERCIANTES

PUESTO COMERCIAL
EN VÍA PÚBLICA.

UNIDAD FAMILIAR

METODOLOGÍA.

INSTRUMENTOS.

El principal instrumento de investigación empleado para la obtención de estos datos fue la aplicación de una encuesta en 85 puestos comerciales, electos a partir de una muestra. Estos comerciantes están afiliados a la Asociación de Comerciantes Establecidos del Barrio de Tepito, organización que cuenta con cerca de 1,200 agremiados, por lo que la muestra obtenida

representa aproximadamente un 7% del total.

La unidad de análisis y de registro fueron los puestos comerciales y las familias en aquellos casos donde fue posible obtener información, los comercios tuvieron que cumplir la condición de ser puestos semifijos por constituir esta la forma más común del comercio callejero.

Los datos se obtuvieron del dueño del puesto o la persona que lo atendía y de aquellas personas que intervenían de alguna manera en las diferentes actividades del mismo.

Fue requisito que el informante supiera suficiente de la historia del puesto y de la organización laboral e infraestructura que requiere el mismo para funcionar.

La aplicación de entrevistas abiertas fue un instrumento auxiliar en la reconstrucción del barrio de Tepito y del comercio, y en ella se apoyó el seguimiento de la percepción interna de los tepiteños respecto de los problemas de su comunidad. Las entrevistas se aplicaron a líderes de la comunidad comercial y barrial así como a comerciantes.

El levantamiento de la encuesta se realizó por cuenta propia y sin recursos, sólo con la ayuda incondicional y amigable de 9 colegas de la Licenciatura, así como con el apoyo de miembros la Asociación de Comerciantes; el líder de la asociación, los coordinadores de calle y los comerciantes mismos.

Los días del levantamiento fueron: del 25 de noviembre al 4 de diciembre de 1992, sin contar fines de semana que son los días de más trabajo para los comerciantes ni el martes que, es su día de

descanso; el cuestionario sólo podía ser aplicado de 11:00 a 13:00, pues antes de esa hora no se contaba con los suficientes puestos instalados ni con la disponibilidad del comerciante para aplicar el cuestionario, ya que a esa hora comienza la instalación del puesto; si se aplicaba después, la llegada de compradores entorpecía la labor.

La encuesta se aplicó únicamente en las 4 principales calles en que se encuentran los agremiados de esta Asociación: Eje 1 Norte (4 cuadras), Florida (2 cuadras), Aztecas (1 cuadra) y Tenochtitlan (1 cuadra)¹.

Con una aproximación del número de puestos por calle, y de giros de mercancía se obtuvo el porcentaje promedio de cuestionarios a aplicar por calle y por giro de mercancía.

De los cuestionarios aplicados el 30% correspondieron a la calle de Aztecas, 28% a Florida, 22% al eje 1 Norte, y 19% a Tenochtitlan.

En cuanto a giros de mercancía se tomó como base el estudio realizado por el Centro de Estudios Tepiteños², retomando el porcentaje de puestos por giro de mercancía en Tepito para el año 1991. Es así que en puestos de ropa y calzado, se aplicó un 40% de los cuestionarios por ser los giros más importantes; en aparatos electrodomésticos 10%, en cassettes, discos y películas 9%, mientras un 41% en otros giros.

¹ Ver anexo No. 1.

² Centro de Estudios Tepiteños. ¿Quién es quién en Tepito?. México, CETEPI, 1991.

Después de la aplicación de los cuestionarios y de las entrevistas, se procedió a la codificación y análisis de los datos en el paquete estadístico SPSS.

ESTABLECIMIENTO DE PERÍODOS.

Los periodos que se consideraran para definir los cambios en el tipo de comercio, los rubros y volúmenes de mercancía que se manejan, así como la instalación de los comercios fueron: hasta antes de 1970, de 1970 a 1980, de 1980 a 1985, de 1986 a 1988 y 1988 en adelante.

De acuerdo a información obtenida directamente con los comerciantes, es a finales de la década de los setenta, y principios de los ochenta, en que se da un primer auge del comercio en vía pública dentro del barrio.

Este periodo también puede considerarse como relevante por la conformación de la Asociación de Comerciantes Establecidos del barrio de Tepito, que permitió ingresar en esta actividad a muchos nativos, porque se empiezan a comercializar nuevas mercancías, con los consiguientes cambios en las formas de ejercer el comercio, porque se da la entrada de personas ajenas al barrio y se abre la venta de puestos comerciales.

Los otros periodos obedecen a años de crisis, a excepción de 1986 que es el año de la entrada de México al GATT y partir del cual se intensifica la entrada mercancías extranjeras que nutre al comercio, en general, y al comercio en vía pública en particular.

DEFINICIÓN DE VARIABLES.

Hay dificultad para construir las variables que se refieren a los símbolos o formas de vida propias del barrio y deslindarlos de los valores y conductas ajenas a la comunidad, sin embargo, pueden identificarse rasgos específicos en la personalidad tepiteña.

Existe en la actualidad un consenso entre los estudiosos de Tepito -entre ellos los miembros de Tepito Arte Acá y Héctor Rosales Ayala- de que éstas características son algo que se desdibuja y se confunde actualmente.

Por tal razón, en este trabajo se consideran los movimientos culturales y vecinales del barrio, el conocimiento y la participación de comerciantes en las festividades tradicionales, y el conocimiento narrado del comercio en el barrio de Tepito, como una forma de identificación con él.

De esta misma forma, en la variable que se refiere a los cambios registrados en las formas tradicionales de subsistencia familiar, según información obtenida en entrevistas con personalidades del barrio como Luis Arévalo³, una de las principales repercusiones del comercio en vía pública es la absorción de mano de obra que tradicionalmente se desempeñaba en oficios como el de zapatería, con lo que se rompe con una tradición familiar.

El desarraigo del comercio en vía pública, respecto a la

³ Zapatero de oficio, líder de opinión y creador del espacio cultural Tepito, cuyo fin es el mantenimiento de los oficios tradicionales del barrio como la zapatería.

comunidad y a los proyectos colectivos, se manifiesta a partir de las críticas que se han hecho por parte de los comerciantes considerados establecidos y, por otra, de organizaciones vecinales del barrio, incluso de movimientos cuyo objetivo es el rescate cultural del barrio como Tepito Arte Acá.

En el primer capítulo, se abordan algunas de las principales teorías que han explicado estas actividades bajo la categoría Sector Informal, también se hace un análisis de su insuficiencia en el caso del comercio en vía pública y se da una propuesta teórica para abordarlo.

En el segundo capítulo, se describe el desarrollo que ha seguido el barrio de Tepito en la historia, factor que ha sido definitivo, para explicar las características de su situación actual. También se incluye un apartado de Comercio en Vía Pública en la Ciudad de México, uno del Comercio en Tepito y, el último referido a la problemática del comercio en vía pública en la década de los ochenta y principio de los noventa.

En los capítulos 3, 4 y 5 se exponen los resultados de la investigación de campo, cuyos principales aspectos fueron:

- El perfil social y económico de los comerciantes.
- Las características de los puestos.
- El papel de la Asociación de Comerciantes del Barrio de Tepito.
- Los problemas que enfrentan los comerciantes.
- El vínculo existente entre el barrio y el comercio.
- El tipo de familia que tienen los comerciantes.

En el último capítulo se propone una tipología de Comercio en Vía Pública de acuerdo a los resultados de la investigación.

Después de la Bibliografía consultada, se incluyó un anexo, donde se encuentran la encuesta utilizada y dos mapas que muestran la zona comercial del Barrio de Tepito y la zona en que se aplicaron las encuestas.

CAPITULO 1.

1. REVISIÓN TEÓRICA Y PROPUESTA.

La intención de este capítulo es la revisión de algunas de las teorías referentes al llamado Sector Informal Urbano y señalar algunas de sus desventajas para el tratamiento de actividades específicas como el Comercio en vía pública.

También se incluye una propuesta teórica para la investigación de campo realizada y los objetivos de la misma.

1.1 CORRIENTES TEÓRICAS DE SECTOR INFORMAL.

1.1.1 ANTECEDENTES.

La categoría Sector Informal surge en los años sesenta como una propuesta teórica de DESAL (Desarrollo Social para América Latina). Según esta, la sociedad se conforma de dos partes una marginada y otro no marginada.

Esta concepción, se basaba en la Escuela Ecológica, donde se reconocía la existencia de factores psicológicos y étnicos para definir grupos raciales y culturales como marginales. Dichos grupos estaban identificados como los asentamientos irregulares en las periferias de las ciudades originados por la migración campo ciudad.

La existencia de factores sociales y culturales determinaban una visión dicotómica de la sociedad, en la cual los individuos según sus características pertenecían a una sociedad marginada y

tradicional o a una sociedad no marginada ó moderna. Por la importancia de esta concepción, se promovió la búsqueda de mecanismos integración de los marginados a través de políticas instrumentadas por del Estado o por este organismo.

Una de las teorías mejor desarrolladas de los grupos marginados en América Latina desde un enfoque funcionalista e integracionista, es el aporte realizado por Gino Germani quien entre los años 50tas y 60tas se preocupa por teorizar respecto a los procesos de integración de los grupos rezagados por el desarrollo, así mismo define una serie de mecanismos integradores (movilidad social) y los propiamente de integración (desarrollo económico) con el fin de lograr un funcionamiento racional de la sociedad.

El concepto de marginalidad a su vez tiene sus antecedentes en la teoría dualista del desarrollo de Arthur Lewis (1959) y en el manifiesto no comunista de Rostow (1960).

Una segunda corriente importante es la desarrollada por la CEPAL (Comisión Económica para América Latina). Desde un enfoque más económico e internacionalista pero continuando con el mismo dualismo de DESAL, la CEPAL desarrolla los conceptos de Sociedad capitalista moderna y Sociedad no capitalista de subsistencia, donde la interpretación tiende a ubicar los grupos pobres según su inserción en la lógica capitalista de producción y del mercado (mundial y nacional).

Su propuesta plantea las estrategias necesarias para integrar a la mano de obra no capitalista a la industrialización por medio

de la sustitución de importaciones manufacturadas y el paulatino aumento de la producción interna de estos productos, para lo cual, se requería de la mano de obra empleada en el sector no capitalista de la economía.

Estas concepciones o paradigmas interpretativos (DESAL, y CEPAL), al provenir de instancias internacionales, tienen un trasfondo integracionista funcional⁴, de donde se deduce que la iniciativa privada y el Estado juegan un papel importante en las políticas que al respecto se llevan a cabo.

También surgen corrientes latinoamericanas que dan una interpretación dependencista de la marginalidad a partir de la teoría marxista. Su explicación proviene del papel que desempeñan los países latinoamericanos como proveedores de materias primas hacia el exterior, hecho que propicia que en el interior de los países se desarrolle un polo marginal de la economía en contraste con el polo capitalista, ligado a la industrialización. Dentro de esta corriente se encuentra a autores como: José Nún (1969), Anibal Quijano (1968), Ma. Concepción Tavares y José Serra (1971).

Siguiendo con esta línea bipolar, surgen también otras concepciones como las de Francisco de Oliveira y Fernando H. Cardoso quienes, sin rechazar la interpretación de la dependencia, la inscriben dentro del ámbito nacional, en donde ven como base de análisis el proceso interno de acumulación de capital, el cual trae

⁴ Véase: Escobedo Yabar, Norma Estela. El comercio de subsistencia en México y Perú, periodo 1976-1988. México, UNAM-FCPyS, División de Estudios de Posgrado, 1990. (Tesis de doctorado en Estudios Latinoamericanos).

consigno la existencia de una estructura capitalista y una no capitalista, siendo esta última donde se localizan todas las formas de trabajo tradicionales, que están fuera del control del estado.

Las unidades de análisis de las anteriores concepciones pasan de sujetos (DESAL) a actividades económicas (CEPAL, DEPENDENTISTAS). En todos los casos el proceso es visto como algo externo a las políticas estatales. En la materia, es decir, se circunscribe a la situación social y económica de la población urbana.

Es en estos años cuando el empuje de la industria en los países subdesarrollados da lugar a un crecimiento poblacional en las ciudades como resultado de los flujos migratorios y del crecimiento natural.

Las concepciones antecedentes de la categoría Sector Informal, se desarrollaron durante la etapa de urbanización e industrialización de los países latinoamericanos (1940-1970), por lo que se ve como un proceso lógico, la existencia de un sector económico en desventaja, que irá disminuyendo a medida que se logren las políticas de sustituir importaciones e insentivar a la producción.

Con el transcurso del tiempo la inconsistencia de estas proyecciones se demuestra en el hecho de que a pesar de la puesta en práctica de planes macroeconómicos, no se registra una disminución del sector de subsistencia con el proceso de crecimiento industrial y el juego del libre mercado. Por el contrario, ello permite afirmar que el oligopolio y las crisis

económicas traen consigo su continuidad y diversidad.

Si bien no puede considerarse que exista una relación directa en términos de dependencia entre la crisis y las actividades consideradas como parte del Sector Informal, que también se han visto afectadas por la crisis económica, su erradicación está lejos de ser posible.

A esto se une la búsqueda de nuevas interpretaciones y enfoques de los sectores sociales que se inscriben dentro de los que se conoce como Sector Informal, lo que no rechaza el que estas actividades constituyan una característica inherente al Sistema capitalista. Se mencionan aquéllas que mayores repercusiones han tenido en el ámbito académico y político.

1.1.2 ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. PROGRAMA REGIONAL DE EMPLEO PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. VICTOR TOKMAN.

La categoría Sector Informal data del año 1972, cuando la Organización Internacional del Trabajo (OIT) presentó un informe sobre Kenia, en el cual se hace una clasificación de los grupos marginados.

El principal representante de la concepción difundida por la OIT, a través del PREALC (Programa Regional de Empleo para América Latina), es Víctor Tokman quien, sin abandonar la concepción dualista, parte de un estudio del sistema capitalista monopólico que en su lógica y desarrollo, no permite la inserción y crecimiento de las pequeñas empresas de subsistencia (no

capitalistas o informales), las cuales surgen a partir de la marginación social producida por la industrialización y la migración campo ciudad. Los migrantes se constituyen como fuerza de trabajo que no puede ser absorbida en su totalidad por el sector moderno de la economía.

"Para esta corriente, las principales características del sector informal urbano son: a) facilidad de entrada; b) poco capital; c) escasas calificaciones; d) rudimentaria división del trabajo, y e) organización no capitalista de la producción (esta última la principal) ... Si bien sería legítima la concepción de sector, las diferencias en las formas de organización, así como las normas de determinación del ingreso, aconsejarían distinguir segmentos: a) vendedores ambulantes de bienes y servicios, organizados cuya demanda principal es la seguridad, pues necesitan un lugar protegido; b) propietarios de talleres informales, cuya principal preocupación es el exceso de requisitos legales que obstaculizan la regularización de sus negocios con una tónica individualista; c) transportistas, propietarios de un automóvil o camión, también individualistas y con escasa organización, y d) asalariados informales quienes perciben que su mayor necesidad es protección, ya que son inestables, tienen dificultades para sindicalizarse, no cuentan con Seguridad Social y perciben salarios inferiores a los legales".⁵

Esta visión pone énfasis en la necesaria participación del Estado como impulsor de créditos y capacitando personal para las empresas y trabajadores del Sector Informal, en desventaja con respecto al formal. Por tal razón, esta categoría pasa a formar parte del discurso político del Estado y constituye el punto de partida para la evaluar e instrumentar políticas sociales, en

⁵ Galin, Pedro. "El Sector Informal Urbano: conceptos y Críticas". en Nueva Sociedad. num 113, págs. 45-51.

cuestiones de empleo y de grupos marginados, lo que implica: reducir a dos opciones diversas y complejas actividades.

1.1.3 CORRIENTES TEÓRICAS DE ENFOQUE POLÍTICO-JURÍDICO.

Dentro de las tendencias consideradas "políticas" surgen dos corrientes que involucran al Estado pero con diferente enfoque. Una es la considerada neoliberal, representada por Hernando de Soto, quien realiza un exhaustivo estudio en el Perú, mediante el que arguye obtener suficiente "evidencia empírica" para demostrar la "excesiva" presencia del Estado y de reglamentaciones, que hacen imposible el libre desenvolvimiento de las lógicas del mercado y traban la entrada al sector formal de la economía.

Según su propuesta son éstas trabas las que propician el surgimiento del Sector Informal, resultado del mercantilismo en que se encuentran los países latinoamericanos; en otras palabras, una fase no superada previa al capitalismo.

Dentro de esta misma orientación Matos del Mar, concibe al Sector Informal como resultado de la ausencia del Estado en el desenvolvimiento de las actividades que entran dentro del sector informal. Dada la carencia de canales adecuados de intervención y de presencia estatal en los grupos sociales marginados y alejados de las decisiones políticas y económicas, es decir, la existencia del Sector Informal encuentra sus causas en el desarrollo popular, donde se dan estrategias propias de trabajo y sobrevivencia.

Por su parte, Alejandro Portes y Manuel Castells (1986),

quienes han sido etiquetados como neomarxistas, conciben la existencia y desarrollo de este sector como parte de las estrategias de las empresas capitalistas para abaratar costos, dentro de las cuales se encuentra la situación jurídico legal de los trabajadores. Esta no está regulada por las instituciones sociales, hecho que les imprime un carácter de ilegales, y les permite construir un perfil del Sector Informal:

"El Sector Informal puede definirse como la suma total de las actividades de obtención de ingresos, excluyendo aquellas que involucran el empleo contractual y legalmente regulado... Definido así, el Sector Informal es estructuralmente heterogéneo y abarca actividades como la subsistencia directa, la producción y el comercio de pequeña escala, y la subcontratación a empresas semiclandestinas y trabajadores caseros".⁶

De esta concepción se deduce que no puede existir una definición única del Sector Informal, pues lo que caracteriza a estas actividades es la heterogeneidad, pues a ella recurren tanto individuos que buscan su subsistencia en actividades no capitalistas, como las propias empresas como una forma de abaratar costos de producción.

El Sector Informal visto como una estrategia de abaratamiento de costos, en el proceso de descentralización y automatización de la industria es también expresado por Fernando Cortés:

"La profunda crisis económica en las economías capitalistas cuyo inicio se remonta al comienzo de los setenta, llevó a que las empresas tomaran diversas

⁶ Portes, Alejandro y Saskia Sassen-Koob. "Sobreviviendo subterráneamente: material comparativo sobre el Sector Informal de economías occidentales de mercado". Ponencia presentada a la reunión anual de la Asociación Sociológica Norteamericana (ASA), Washington.

medidas para adecuarse a la caída de la demanda y evitar, en lo posible, reducciones sustanciales en la tasa de ganancia. Entre todas las medidas a que se echó mano por la época las más exitosas fueron: la transferencia de plantas productivas hacia países que permitiesen disminuir costos, robotización, técnicas ahorradoras de trabajo, experimentos para aumentar la iniciativa y la productividad de los trabajadores e informalización, significa en este caso, una de las estrategias seguidas por el capital en los centros desarrollados para alcanzar un mayor grado de adaptación a las fluctuaciones de la demanda y minimizar costos. Consiste en dividir el proceso productivo desconcentrando espacialmente la actividad productiva pero manteniendo centralizada la información respecto al proceso global. La división del proceso productivo puede conducir a sumergir en la extralegalidad parte de él o a la subcontratación. Esta estrategia no es privativa de los países desarrollados, la sigue el capital independientemente de si opera en un país central o periférico. Se trata de un comportamiento directamente ligado a la reducción de costos y riesgos".⁷

Las interpretaciones "estatales" que se exponen hasta aquí, reducen a una sola causa el desarrollo de las actividades consideradas informales: por la manera en que el Estado se involucra o participa en su desarrollo en términos de control, legalización y tolerancia, restando importancia a otros factores también determinantes como son el económico, social y cultural.

1.2 INCONVENIENTES DEL USO DE LA CATEGORÍA SECTOR INFORMAL.

La generalización de esta categoría ha sido flexible en la adopción de diferentes unidades de análisis según el autor o la

⁷ Cortés, Fernando. "La informalidad del Sector Informal extraoficial". Taller sobre el Sector Informal Urbano. Retos y Perspectivas. México, Fundación Friedrich Ebert y El Instituto de Investigaciones Económicas, 1988.

corriente teórica de que se trate, en unos casos se considera a los sujetos (DESAL, Portes), las actividades económicas o unidades de producción (PREALC, De Soto) o en el plano de el papel del Estado (Del Mar, Tokman, Portes); pero también partiendo de dos diferentes criterios: económico o legal y de casos específicos de estudio de cada autor: las microempresas, los comerciantes, los servicios etc.

"Un análisis más cuidadoso revela que éstos trabajos sólo tienen en común la inserción de trabajadores en actividades de pequeña escala y el que tienden a existir al margen de las regulaciones oficiales".⁸

El termino mismo ha cambiado de nombre para hablar de actividades no capitalistas, polo marginal, economía subterránea, irregular, economía negra y otros, que han llevado al error de relacionarlas con lo ilegal e incluso, con la delincuencia.

En especial los estudios emprendidos por la iniciativa privada, como la Cámara Nacional de Comercio y el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, por ser de carácter cuantitativo, realizan una serie de instrumentos para la medición del fenómeno informal, llegando a resultados muy generales y homogéneos.

En México, el concepto de Economía Subterránea fue empleado en un estudio donde la principal característica reconocida a estas actividades es su no inclusión en las estadísticas y cuentas

⁸ Cartaya F, Vanessa. "El confuso mundo del Sector Informal". Nueva Sociedad. No. 9, jul-ago 1987.

nacionales:

"Se definirá a la economía subterránea como 'el producto interno bruto no registrado o sub-registrado en las estadísticas oficiales, asociado con un nivel dado de carga fiscal...' En consecuencia, algunas de las actividades que podrían calificarse como subterráneas son las siguientes:

- Trabajos o empleos no registrados ('off the Books' o 'moon lighting') remunerados en efectivo que evaden el pago de impuestos y/o las contribuciones la Seguridad Nacional;
- Contrabando de mercancías;
- Juegos ilegales;
- Trabajos de inmigrantes ilegales;
- Tráfico de drogas, tabaco y alcohol;
- Operaciones de trueque de bienes y servicios;
- Prostitución ilegal (en algunos países o ciudades la prostitución no es ilegal);
- Préstamos por fuera del mercado financiero (usualmente a tasas usuarias y no registradas);
- Transacciones de bienes y servicios no reportados o subreportados a la autoridad fiscal (automóviles usados, terrenos, casas, trabajos domésticos);
- Sub o sobre-facturación de exportaciones e importaciones;
- Corrupción, etc."⁹

Estos resultados se prestan a confundir las actividades del Sector Informal con la ilegalidad o con hechos delictivos, siendo fenómenos muy diferentes. Además, hay que destacar que muchas de estas actividades constituyen parte de la tradición artesana y comercial de México, previas al establecimiento de requerimientos institucionales y burocráticos del sistema. En este sentido, lo nuevo no sería el Sector Informal, sino la racionalidad que se pretende atribuir a tales actividades.

Al respecto cabe citar a Priscilla Conolly:

"...ya que el sistema estadístico nacional siempre ha

⁹ Centro de Estudios Económicos del Sector Privado A.C. La Economía Subterránea en México. México, Diana, 1987. págs. 14 y 15.

sido desconfiado, el hecho de que vastas áreas de actividad económica queden sin registrarse oficialmente no es causa de alarma. Tampoco lo es la extralegalidad de los mismos, si bien este aspecto figura en casi todos los criterios utilizados para definir el Sector Informal. Históricamente sobre todo en las sociedades con historias coloniales, ha existido un desfase más o menos considerable entre las relaciones sociales reales y el marco jurídico que supuestamente rigen, con el resultado de que la esfera de efectividad o implementación de este último es relativamente reducido. La evasión fiscal, que si es motivo de preocupación para el Estado, se relaciona más bien con el Sector 'formal', entonces este factor tampoco se puede identificar con la búsqueda del Sector opuesto".¹⁰

Incluso esta diferenciación es peligrosa si consideramos que gran parte de las empresas formales de la economía también forman parte de los altos índices de evasión fiscal en el país (la cual se calcula en un 40%) y que, en otros casos recurren a la informalización de parte del proceso productivo para abaratar costos, sin mencionar la cantidad de trabajadores del "sector formal" que no cuentan con los servicios y prestaciones que marca la ley.

"...Es hora de borrar la imagen de un 'sector moderno' compuesto exclusivamente o principalmente de grandes plantas industriales con una fuerza de trabajo altamente calificada, sindicalizada, protegida por amplias prestaciones sociales y alojada en vivienda digna de la 'aristocracia obrera', al parecer, las tendencias recientes de la división mundial del trabajo apuntan hacia una descentralización, movilidad e inestabilidad de los procesos productivos, hacia la subcontratación y la separación geográfica de las distintas fases de producción. Si es así, entonces es imperioso revisar a fondo la interpretación tradicional respecto a la

¹⁰ Conolly, Priscilla. "Dos décadas de Sector Informal". Nueva Sociedad. Año 5, No. 12, UAM-Azcapotzalco, México, ene-abr 1990, pág. 8.

dicotomía entre el trabajo 'formal e informal'.¹¹

Los supuestos de que parten las categorías de Sector Formal-Informal han sido poco demostrables para la totalidad de casos concretos, lo cual hace evidente la existencia de criterios subjetivos con un sentido "funcional" o "disfuncional", (de acuerdo al enfoque) para el sistema político y económico o para ciertos sectores sociales específicos, lo que ha contribuido a constituirlo más que como una forma de acercamiento al problema (para su estudio), como un instrumento de orden político, que da pauta al enfrentamiento de grupos o gremios, de los cuales es muy conocido, por ejemplo, el enfrentamiento entre comerciantes ambulantes y comerciantes establecidos en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

Por el encasillamiento de diversas formas de trabajo en la misma categoría, éstos grupos se vuelven susceptibles al ataque social y a la represión política institucional; pero también al oportunismo de los partidos políticos que a cambio de votos ofrecen protección.

La conceptualización de dos sectores, uno formal y otro informal, no permite visualizar la integración y complementación que los caracteriza:

"La misma denominación 'informal' alude a una oposición con otro sector, el 'formal' pero no a características precisas. No podemos tener una visión aproximada de quiénes son si no sabemos de dónde vienen, a quién venden, dónde y cómo viven, qué piensan y cómo reaccionan frente al sistema que los acoge o discrimina. Es decir, si no tenemos una visión integral sobre ellos, que

¹¹ Idem, pág 10.

sobrepase las visiones sesgadas por las interpretaciones económicas o legal que ahora tenemos".¹²

Otra de las repercusiones en el empleo de estos conceptos ha sido en la forma en que el Estado ha hecho uso del mismo, para la planeación de políticas.

En principio, por muchos años se llevo a cabo una política de tolerancia e incluso de incentivación de estas actividades, luego en la década de los ochenta es cambiada a una táctica de erradicación tratando de formalizarlas, en términos de pago de impuestos y del efectivo control estatal.

Estas condiciones han sido propicias para el manejo político y en la práctica se manifiesta en medidas que oscilan entre la tolerancia y la represión, dependiendo de los tiempos electorales, de la fuerza de las organizaciones y del tipo del vínculo que establezcan con las autoridades, así como de las condiciones que se mantenga en determinado momento, con la iniciativa privada.

Priscilla Connolly ha estudiado la forma en que el término ha pasado ha formar parte no sólo del lenguaje académico, sino también social y del discurso político, debido en gran parte, al esquematismo que representa el reducir a dos opciones diversas problemáticas, para hacer accesible comprender hechos complejos:

"Llama la atención el poder que puede ejercer un concepto teórico de esta índole, el Sector Informal, igual que otras categorías generalizantes, tales como 'marginalidad', 'dependencia', 'crisis' etc. se convierte en un importante medio semántico a través del cual se concretiza la producción teórica, a la vez que traduce la práctica social al lenguaje teórico, determinante en

¹² Bejar, Héctor. "Reflexiones sobre el Sector Informal". en Nueva Sociedad. No. 90, jul-ago 1987, pág. 47.

primera instancia del quehacer del investigador...al constatar la existencia del Sector Informal como concepto general no se quiere sugerir que éste constituya un concepto teórico coherente, con estructura lógica finita y cerrada, por el contrario se reconoce su carácter de aglomerado indefinido de relaciones causales parciales referentes a una amplia gama de fenómenos muchas veces contradictorios y no coincidentes entre sí. Se puede argumentar además que la selección de los indicadores empíricos y su grado de interrelación y racionalización, responden en primera instancia, al tipo de problema manifiesto socialmente y/o a las prioridades políticas de las instituciones. De ahí, los criterios de definición del Sector Informal, y por ende, su contenido teórico explicativo, van a depender del contexto específico en el cual se inserta el investigador."¹³

Diversos autores han propuesto desechar el concepto de Sector Informal en base a la falta de unificación de criterios y unidades de estudio que lo conforman, así como su poca aplicación para la explicación de diversas problemáticas. (Rendón, 1990; Connolly, 1982; Cartaya, 1987). Se propone, como alternativa, el empleo de otras categorías metodológicas tales como: "las estrategias de sobrevivencia" y "formas de subsistencia social", o por conceptos más relacionados a las problemáticas concretas que se abordan.

Por otra parte, se ha demostrado la interdependencia que existe entre los sectores Formal e Informal en términos económicos, sociales y políticos, y su dependencia de las políticas estatales:

"La División formal/informal no es estática ni hay tampoco una tendencia secular que favorezca el dominio de un sector sobre otro...La articulación de diferentes modos de producción, reflejada en la división formal/informal, es en último término un proceso político que depende del control estatal...Una de las metas más perseguidas por los Estados, una vez que se ha restaurado el control político, es hacer retroceder los logros de la clase trabajadora, reduciendo el tamaño del sector

¹³ Connolly, Priscilla. op. cit. pág. 4.

formal".¹⁴

Lo anterior desacredita el corte que se pretende establecer entre estas actividades, y que en realidad impide visualizar la interrelación entre ellas en términos de intercambio de mercancías, las formas de proveer materias primas, de complementar los procesos productivos y su relación con determinadas coyunturas políticas o económicas.

Es tiempo de reconocer las múltiples causas a que responden éstas actividades, no sólo subscritas a políticas estatales y al desarrollo de la lógica capitalista. Gran parte de ellas responden a la necesidad de subsistencia familiar y a las formas del propio desarrollo de la convivencia social, urbana y familiar.

En parte son producto del desarrollo económico del país y de las políticas sociales impulsadas desde el Estado. Las causas multifactoriales de las formas de trabajo consideradas "informales", se inscriben en las relaciones entre la esfera del poder estatal y la sociedad, que pueden ser en términos de autonomía entre ambas o de eficiencia y capacidad de respuesta del Estado a la sociedad. Por ello se trata de un fenómeno social complejo, no reducible a una sola causa.

Así, lo que en realidad caracteriza a estas actividades es:

1) que son formas de trabajo "previas" a la implementación de actividades capitalistas y de los requisitos "formales" de las instituciones, lo cual tienen un fuerte arraigo cultural.

¹⁴ Portes, Alejandro. "El sector Informal: definición, controversias, relaciones con el desarrollo nacional". en Ciudades y Sistemas Urbanos. Buenos Aires, CLACSO, 1984. págs. 106-107.

- 2) o son formas "alternativas" de trabajo inscritas dentro del desarrollo del capitalismo como formas de obtención de ganancias.
- 3) o, estrategias de abaratamiento de los costos de la producción y de evasión de impuestos; y/o,
- 4) estrategias de las clases populares ante la ineficiente política del Estado en materia de creación de empleos dadas las desfavorables condiciones en que la población está empleada y remunerada.

La diversidad de características y fenómenos que reúne el sector informal, dificulta la comprensión de casos concretos de estudio, por lo que si bien no se desecha del todo el concepto, es preciso escindirse de él cuando se hace un estudio de caso.

1.3 EL CONCEPTO SECTOR INFORMAL Y SU APLICACIÓN AL ESTUDIO DEL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA.

Para la realización de un estudio empírico del comercio en vía pública, algunos supuestos de la categoría Sector Informal son de dudosa aplicación.

1. Fácil entrada. En la actualidad las organizaciones de comercio en vía pública, son los principales intermediarios entre los comerciantes y las autoridades, representando el principal mecanismo de entrada. Su importancia y fuerza radican en la inseguridad de los comerciantes sobre su trabajo, así como en la necesaria administración de los espacios y del suelo. Para ingresar, se debe contar con cierto capital para invertir en

la mercancía, en la renta o compra del espacio, en las cuotas a la organización y multas o "mordidas"¹⁵ a las autoridades, pero sobre todo se debe contar con alguna relación personal (conocidos o familiares) dentro de alguna organización que permita el ingreso. Es decir, es importante conocer a alguien o contar con el recurso de la recomendación, lo cual hace suponer que "no cualquiera" ingresa a estas actividades.

2. Se requiere de poco capital son formas no capitalistas de producción. Se ha comprobado, especialmente en la comercialización

de los productos importados o de contrabando, que hay un ritmo acelerado de crecimiento en términos de establecimientos, así como del monto de las mercancías; por lo que se deduce que los comerciantes de estos productos cuentan con suficiente capital, también considerando su crecimiento en términos de monto de capital invertido y, la expansión de comercios de estos productos.¹⁶

En Tepito se ha podido constatar que en cada puesto sólo se presenta una pequeña muestra de la mercancía que se maneja, mientras que el resto está almacenada en bodegas del mismo barrio, siendo mercancía tanto de importación como de contrabando.

¹⁵ Mordida significa en México el pago realizado por civiles a autoridades que se realizan de forma extralegal o ilícitamente a cambio de poder transgredir la ley.

¹⁶ Véase: Silva Ruiz, Gilberto. "La Economía Subterránea en México". Acta Sociológica. ¿Sociedad Informal?. México, FCPyS-UNAM. vol IV, No. 1 enero-abril 1991.

El comercio callejero comparte características con el comercio "establecido". En el Barrio de Tepito, algunas organizaciones han evitado el enfrentamiento entre comerciantes "establecidos" y comerciantes callejeros cediendo a los primeros un espacio en la acera contigua a su negocio para la instalación de un puesto semifijo, el cual depende de la inversión y mercancía en el comercio "establecido".

3. Escasa calificación. En el comercio en vía pública, es difícil descartar este supuesto al no requerirse en esta actividad de mano de obra calificada. Sin embargo, algunos de los comerciantes antes de dedicarse al comercio se desempeñaban en otras actividades productivas, de las cuales fueron despedidos.

En la industria del calzado del barrio de Tepito, los pequeños talleres capacitan mano de obra, una parte de ella, al menos en una temporada de su vida trabajan en la gran industria.¹⁷ Existe la hipótesis de un supuesto peligro representado por el comercio en el barrio de Tepito para la descalificación de la mano de obra. En Tepito un fuerte contingente de jóvenes se ha insertado en el comercio proviniendo de familias con tradición artesana, lo cual ha implicado la interrupción en la continuidad de estas actividades productivas, como es el caso de la microempresa.

¹⁷ Véase: Jarquín Sánchez, Ma. Elena. Las pieles del barrio. La producción de calzado en Tepito. México, FLACSO, 1990. Tesis de maestría en Ciencias Sociales.

4. Rudimentaria división de trabajo. Como el anterior supuesto, el comercio es un servicio y por ello no se puede comparar con las actividades productivas. Sin embargo, se ha encontrado en una parte de los puestos instalados en las calles, que la división de trabajo no se limita a la personas participantes en la instalación, provisión y venta del puesto, más bien, éstos puestos forman parte de monopolios de puestos y de mercancías amplios y poderosos, lo cual implica una compleja organización.

5. Son una forma de evasión de impuestos y de competencia desleal.

Si bien este tipo de comercio no paga los impuestos federales como lo hacen los comerciantes establecidos, las cuotas que deben cubrir, tanto a autoridades como a las organizaciones, compensa en parte o es una forma indirecta de pago de impuestos. En cuanto a la competencia desleal, este tipo de comercio no afecta en lo sustancial al comercio establecido, en cuanto a volumen de ventas, pues por lo menos el 58% de los comerciantes en vía pública compran sus mercancías con los comerciantes establecidos¹⁸, además de que parte de estos últimos recurren a vender parte de sus productos en la calle, con el fin de vender más y evadir impuestos.

Hay que añadir otros problemas relacionados con el ejercicio de este tipo de comercio, como la inseguridad, el rompimiento de las metas del desarrollo urbano, su no planeación y falta de

¹⁸ Según la investigación de Marlene Solís. La Jornada, 1 marzo 1992 pág. 24.

*
control que originan al romper las costumbres y formas de convivencia tradicionales, tanto de familias como de comunidades y que, en este caso, se indagará en el barrio de Tepito.

1.4 EL PUESTO COMERCIAL COMO UNIDAD DE ANÁLISIS PARA EL ESTUDIO DE LA HETEROGENEIDAD DEL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA. (Propuesta metodológica de enfoque social)

1.4.1 SITUACIÓN ECONÓMICA-SOCIAL DE MÉXICO.

El comercio en vía pública adquiere múltiples formas y se conforma por una amplia gama de causas. De estas últimas, las que obedecen a una tradición familiar o cultural constituyen en la actualidad una minoría (aproximadamente un 14%¹⁹), al menos en lo que se considera el comercio callejero de las grandes urbes. El resto es producto de las condiciones económicas y sociales de las últimas dos décadas.

El proceso económico que ha tenido México a partir del proceso de industrialización ha pasado por las siguientes etapas: la primera se caracteriza por incentivos a la industria interna, con fuerte cerrazón comercial al exterior (1940-1970). Esta etapa permite un desarrollo sostenido hasta principios de los años setenta.

Después, la crisis en 1976 y 1977, el repunte petrolero de 1978 a 1982 y la profunda crisis económica que aqueja no sólo a México, sino también a los países de América Latina durante toda la década de los ochenta.

Una de las principales respuestas del gobierno mexicano fue el cambio de orientación en las políticas económicas que, habiéndose

¹⁹ CANACO. Economía Informal. El comercio ambulante en la Ciudad de México. México, CANACO, 1988.

caracterizado por un desarrollo proteccionista de la industria interna con fuertes trabas arancelarias, y de intercambio comercial, pasó al desarrollo hacia afuera, lo cual trajo consigo la entrada de grandes corporaciones industriales, la inserción al GATT, la desincorporación de empresas estatales, el pago de la deuda externa, una gran ola inflacionaria, y en la actualidad la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá entre otros.

Las consecuencias sociales de estas políticas se traducen en un descenso continuo de los salarios mínimos reales hasta llegar, en 1987, a alcanzar un 26.6% menos respecto a 1977 y al agravamiento de los índices de desempleo nacionales.

"La tasa de desocupación presenta fluctuaciones en torno a valores altos hasta 1977, cae violenta y sistemáticamente hasta 1980 y 1981 y se eleva un poco en 1982. Experimenta un alza en los años 1983 y 1984 para abatirse en los años posteriores... los últimos años del modelo de crecimiento estabilizador combinan crecimiento de salarios y aumento del trabajo en el PIB, con altas tasas de desocupación. La primera crisis franca (1976 y 1977) se caracteriza por una disminución sostenida en los salarios y en su participación en el PIB, con aumentos en la tasa de desocupación en ciudades como la de México. La recuperación petrolera (1978-1982) no cambia la tendencia en los salarios ni en la parte del producto que se destina al trabajo, sino que se manifiesta en una baja sustancial en la desocupación en los contextos señalados. La crisis actual se diferencia de la anterior (1976-1977) en que la caída de los salarios es más brutal y sostenida, combinada con una variación de la tasa de desocupación en que se pueden distinguir dos momentos: fuerte alza hasta 1984, con caída posterior".²⁰

²⁰ Benites, Marcela y Fernando Cortés. "La heterogeneidad de los pequeños comerciantes: un estudio sobre movilidad ocupacional". en Crisis y reproducción social los comerciantes del Sector Informal. Fernando Cortés y Oscar Cuéllar (coord.) México, FLACSO-Miguel Angel Porrua, 1990. pág. 172-175.

Por otra parte a finales de los setenta, el proceso de distribución del ingreso, (en el cual cada vez más la minoría tiene más y la mayoría tiene menos) se ha ido agravando, lo que ha dado como resultado que por lo menos el 72.8% de la población en la ciudad de México tenga ingresos salariales menores a los 2 salarios mínimos²¹ mientras en el país se tiene un producto nacional bruto per cápita superior a los 10 mil dólares por año²².

1.4.2 RESPUESTAS SOCIALES A LA CRISIS.

Las actividades económicas por cuenta propia tuvieron su impulso principal en la migración campo-ciudad durante la etapa del incipiente proceso de industrialización; en la década de los ochenta se ven fuertemente incrementadas y, las olas migratorias hacia la ciudad dejan de ser el principal factor para su conformación.

Estas, unidas al crecimiento natural de la población ayudan a conformar grandes contingentes de personas sin empleo y favorecen la desprotección a los trabajadores, quienes ya no tienen acceso a salarios reales y a un trabajo seguro que satisfaga sus necesidades.

La alternativa de estos contingentes es un empleo en actividades no capitalistas, por cuenta propia o el autoempleo, entre las cuales está el comercio callejero.

²¹ INEGI. Encuesta Nacional de Empleo Urbano. México, 1988.

²² World Bank 1988: table 1.

Según un estudio realizado por la Wharton Econometrics, de las 1.2 millones de personas que se incorporaron a la población económicamente activa durante 1991 en México, 530 mil encontraron ocupación en empresas ubicadas dentro del Sector Informal de la economía, que fue el que generó mayor número de empleos. Con estos datos, se registra que un 20.7% de la PEA labora al margen de la actividad económica formalmente establecida²³.

Este tipo de actividades se convierten en un amortiguador social de las desigualdades en la distribución de la riqueza nacional y de la fuerza de trabajo que no puede ser absorbida en el sistema de producción capitalista. Por esta razón, es comprensible que el propio sistema la retenga en su lugar pues además estos trabajadores juegan el papel de regular los salarios, al ser una "reserva"; las actividades son el regulador social de los contingentes no asalariados para que no causen conflicto. Ello explica en parte la tolerancia hacia estos sectores y la estabilidad política del régimen mexicano y de otros países.

Algunos autores como Hernando de Soto consideran que la Economía Informal es el mejor aliado de los gobiernos latinoamericanos actuales en el sentido de que:

"...muchos gobiernos latinoamericanos están en el delicado y prolongado proceso de reordenar sus economías, despidiendo a decenas de miles de trabajadores y reduciendo los programas sociales. Sin embargo, ello no resulta en largas filas de desempleados ya que la economía informal está creando millones de trabajos, alimentando a familias y generando parte del crecimiento

²³ La Jornada. 8 de enero de 1992. pág. 16.

económico más vibrante en el continente".²⁴

Como se ha mencionado el comercio callejero no se reduce a una sola causa. Entre los factores que intervienen en su desarrollo está el proceso de urbanización en ciudades como el Distrito Federal, en donde el ritmo de vida urbana y el desempleo constituyen un caldo de cultivo de formas de trabajo alternativas como el comercio callejero, actividad que se encuentra muy relacionada con los lugares de tránsito masivo de personas, tales como calles, andenes, banquetas, centros de reunión o de consumo, barrios o lugares de comercio y otros.

Los comerciantes ofrecen su producto a precios accesibles a las clases populares y facilitan la compra, al llevar los productos al paso del consumidor sin tener que recurrir a comercios especializados, si su tiempo y ritmo de vida no se lo permiten.

Al menos una parte de estas actividades, se desarrolla como una respuesta "social" que procura garantizar la subsistencia familiar. Ello puede implicar como hipótesis, además de ser una estrategia de los grandes contingentes de desempleados, lo es de un gran sector de personas con un trabajo fijo que recurre a actividades no asalariadas o alternativas.

Otras formas que adquieren estas estrategias es el cambio de un trabajo formal a una actividad por cuenta propia, por representar esta última una mejor alternativa, por lo menos en lo que al ingreso respecta, y el involucramiento de más miembros de la familia sin experiencia laboral previa (que puede ser el caso de

²⁴ Excelsior. 25 de marzo de 1992, pág. 34.

amas de casa o de jóvenes que sin experiencia laboral), contingentes que por falta de calificación no pueden optar por un empleo fijo, y que por ello comienzan su trayectoria laboral en empresas individuales o familiares.

Se debe aclarar que el hecho de que éstas actividades representen una alternativa para los contingentes desempleados o sin experiencia laboral, no todos están insertos en ellas. Una de las principales causas es que la supuesta "fácil entrada" es falsa; en otras palabras, en vez de una movilidad ocupacional fluida entre sectores, se da la presencia de mecanismos sociales reguladores de las mismas, que será uno de los elementos tratados en este trabajo.

1.4.3 EL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA COMO FENÓMENO SOCIAL.

La conformación de actividades por cuenta propia no se da por sí misma ni familia por familia; surge en buena parte de un proceso social vinculado a la crisis y a la forma en que esta afecta a las clases populares. Al respecto puede suponerse que hay un reacomodo social-económico que conforma ciertas condiciones propicias para la búsqueda de soluciones, que tienden a coincidir, fenómeno que les da el carácter de "sociales".

Una característica más de estos procesos es la existencia de redes sociales, simétricas y asimétricas. Entre las primeras se contemplan las nacidas entre unidades que comparten el mismo status o nivel jerárquico, como en el caso de las relaciones que se dan entre diversos comerciantes que pueden compartir un espacio, un negocio o una organización, por ejemplo.

El segundo tipo de relaciones se da entre unidades de diferentes jerarquías o status, como puede ser la de los comerciantes con su organización, con los partidos políticos, con las autoridades, con la comunidad o con el barrio.

Este tipo de redes son las determinantes en la incursión a estas actividades, por lo que el ingreso depende de otros factores que van más allá de la decisión personal.

Dentro de estas redes, las que se relacionan con el ámbito familiar y amistoso son determinantes, pues implican acuerdos y apoyos de tipo incondicional, bajo criterios subjetivos de confianza y de reciprocidad.

Los comerciantes en vía pública por sus propias características -entre ellas su vulnerabilidad (ante la delincuencia y ante autoridades, quienes han llevado una política de reubicación, desalojo o extorsión), y el trabajo diario que implica (venta, instalación, provisión de mercancías, transporte, provisión de bienes y servicios como alimentación, seguridad)-, tienen un fuerte apoyo en las redes familiares y de amistad, las cuales tienden a fortalecerse, a conformar y a reforzar ámbitos mayores como la comunidad, la organización política o el barrio.

Según datos del INEGI, la familia es un pilar clave en la economía informal pues, del total de trabajadores insertos en ella, un 53% lo hace sin pago.²⁵

1.4.4 ACTIVIDADES POR CUENTA PROPIA EN EL BARRIO DE TEPITO.

Las formas tradicionales de trabajo, de convivencia vecinal y familiar del barrio de Tepito, le han permitido conservar en el tiempo una independencia de las formas institucionalizadas de empleo y de los límites geográficos establecidos a nivel institucional para fines de carácter político. Por una parte, sus habitantes han encontrado formas de trabajo del barrio en diversas actividades productivas y en el comercio, y su pluralidad en organizaciones no ha permitido el control total de ellas por parte del gobierno.

Tepito se ha mantenido como un espacio de convivencia comunal

²⁵ Excélsior. 5 de octubre de 1991. pág. 18.

debido a que podido y puede subsistir con sus propios recursos, tanto humanos como materiales.

En este espacio se concentran actividades productivas y comerciales en las cuales se emplea la mayoría de su población, pues se cuenta entre otras cosas con una gran fuerza de trabajo artesanal, (como zapateros, hojalateros, relojeros, reparadores y otros) y con toda una experiencia comercial y "fayuquera" inigualable, sin contar con su capacidad para el reciclado de productos desechables y que en ese barrio se constituyen como la forma de vida de varias familias.

Estas actividades se han mantenido al margen de decisiones del gobierno o de políticas de planeación urbana, pues, los tepiteños han mantenido una organización atomizada y que hasta ahora no se ha podido cooptar.

En parte, ésto explica la fuerte presencia de personajes o líderes de opinión del barrio que, organizados en diferentes movimientos u organizaciones, manejan un discurso contrario a parámetros urbanísticos, modernizantes, y culturalizantes que el gobierno maneja y en base a ellos plantea proyectos de mejoramiento del barrio.

El comercio ha sido una de las actividades más dinámica y extendida, se desempeña en las calles ("tianguis"), desde sus formas más tradicionales, que encontramos en su esplendor sobre todo durante los años sesenta y setenta, así como el comercio ejercido por los ayateros, canasteros, chachareros, carreteros, el

comercio de lo robado y otros.²⁶ hasta la comercialización de las mercancías sofisticadas, sobre todo a partir de la década de los setenta por medio de artículos nacionales y de "fayuca".²⁷

La comercialización de artículos de "fayuca" no sólo ha sido tolerada, sino incentivada desde el gobierno. Dentro de las redes proveedoras de estos artículos no sólo se encuentran las tradicionales del barrio sino también de personajes en el poder.

El auge del comercio que se desempeña en Tepito puede explicarse desde varias perspectivas, además del papel que en su desarrollo han jugado la crisis económica y, la tradición comercial del barrio; ha sido otro factor interviniente el fenómeno social de la "novedad" que viene a sustituir al consumo de productos nacionales y, por ende, a afectar la industria nacional.

El manejo de saldos provenientes de otros países, al ser introducidos de manera ilegal evita el pago por concepto de costos de importación; estos muchas veces son adquiridos a precios inferiores a los de producción, por lo que se constituyen en mercancías que en Tepito se pueden adquirir a bajos precios. Tal es la razón de que este lugar sea proveedor de productos para las

²⁶ Ayateros, eran los comerciantes que realizaban su actividad cargando la mercancía que expedían en un ayate, el cual era una tela que se obtiene de la fibra del maguey. Los carreros eran comerciantes que expedían su mercancía en carritos de madera de cuatro llantas. Los Canasteros, eran principalmente cambiadores de productos usados que los expedían en una canasta. Los chachareros son los que se dedican aún en la actualidad a la venta de fierros, herramientas y artículos del hogar usados, generalmente son puestos improvisados o en el suelo.

²⁷ La fayuca se refiere a los artículos que provienen del extranjero sobre todo de países de la Cuenca del Pacífico y Estados Unidos, cuya introducción al país se hace por medios ilegales.

clases populares y medias.

Este último aspecto ha contribuido a colocar a Tepito como el centro regulador de los precios de los productos en el mercado, por lo que ha sido blanco de constantes ataques por parte de los comerciantes organizados.

Según palabras de Miguel Galán el dirigente de la mayor de las organizaciones de comerciantes del barrio:

"Si Tepito no hubiera jugado el papel tan importante que jugó con la importación de mercancía hace varios años, con la apertura del GATT no se hubieran controlado las importaciones... hubiera sido un desbarajuste total. Tepito se convirtió en un punto de equilibrio importantísimo para que no se dispararan los precios de importación".²⁸

Con los años, el tipo de comercio ejercido en el barrio ha cambiado; hasta antes de los años setenta, el comercio imperante eran los artículos usados o de reparación; posteriormente a éste periodo, el tianguis ha crecido dando lugar al comercio de artículos nuevos nacionales y de fayuca, desplazando en número a los anteriores.

Estos cambios tanto en el comercio como en la población que se dedica a esta actividad y en el perfil de los consumidores, pueden implicar no sólo un desgaste de las formas antaño suficientes para lograr la subsistencia familiar, sino que obligan al cambio de las expectativas culturales y de los valores de la población, fenómenos que a su vez pueden afectar la conciencia y las prácticas que reconocen al individuo como parte integrante de su realidad y de su ámbito familiar, comunal y social.

El tipo de comercio y sus características determinan en ésta medida los cambios que han habido en la relación comercio comunidad en el barrio de Tepito. La interrogante es ¿En este momento, cuál papel juega el comercio callejero de productos nacionales y extranjeros en la dinámica y formas de vida del barrio?.

1.4.5 EL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA COMO EMPRESA FAMILIAR.

En las condiciones de vida actuales a una familia mexicana promedio le es insuficiente para satisfacer sus necesidades básicas con el ingreso de un solo miembro. En ello tiene que ver el desfase existente entre el salario mínimo nominal y el real.

Las familias se han visto obligadas a recurrir a medios alternativos para la obtención de los bienes de subsistencia de sus miembros, entre los cuales se encuentran los siguientes:

-La dedicación de sus miembros a actividades productivas dentro del hogar con el fin de abaratar el costo de reproducción de la fuerza de trabajo.

-El involucramiento de un mayor número de miembros del hogar al mercado de trabajo o a otras formas de empleo alternativas.

-La formación de pequeños establecimientos comerciales, familiares, productivos o comerciales, estrechamente vinculados a la satisfacción del consumo familiar (esto no excluye su desvinculación con el mercado de trabajo y el mercado de productos regularizados).

-La vuelta a la familia extensa, lo cual implica la cooptación de miembros para compartir gastos y reunir dinero con fines comunes o la disminución de la familia en términos del número de hijos por pareja, por la desventaja que puede representar en términos de costo beneficio.

-La búsqueda de recursos de tipo extra doméstico, como pueden ser el apoyo familiar, de amigos, de compadres y otras

personas, en términos de préstamos monetarios o servicios como el cuidado de los niños, alimentación, etc. Este último recurso, sobre todo en casos de desempleo o enfermedad.

Estos cambios se suscriben en la forma en que las condiciones sociales y económicas de las dos últimas décadas han afectado las formas tradicionales de subsistencia, de convivencia y de las expectativas laborales y de vida en general a nivel familiar o de comunidad.

Las características que cumplen las familias son pautas o esquemas, que si bien cambian con el tiempo, también pueden ser modificadas como formas de adaptación a nuevas circunstancias económicas, sociales y culturales.

"La riqueza de ciertos estudios que abrieron ventanas para la investigación sobre la familia y más que esto una mirada a la realidad de la familia actual, nos permite interrogar sobre la vigencia de una pauta exclusiva anclada en la familia nuclear típica, aunque esta sea muy importante...la alusión a la familia nuclear añadida (Leñero), a la familia extendida modificada (Pitrov y otros autores) ilustran el argumento...Más bien lo que se observa es que este tipo de familia (organizado en torno a la relación privilegiada entre padres/hijos que comparten un lugar común que sirve de ambiente espacial-territorio- para el ejercicio de varias prácticas, convive con un proceso de emergencia (o de actualización) de modelos familiares multifacéticos; lo que alude a la existencia de una dinámica social que precede (y transforma) la constitución y reproducción de las relaciones familiares, trastocando incluso tanto las funciones y los arreglos internos como ciertas pautas socialmente instituidas"²⁹.

En la sociedad mexicana la constitución de la familia ha estado más bien caracterizada por ser numerosa, tanto por el número de hijos, como por la convivencia de varias generaciones o familias

²⁹ Salles, Vania. op. cit. p. 68

nucleares en un mismo hogar o espacio geográfico, por tal razón, puede afirmarse que la vigencia y caracterización de la familia nuclear está más vinculada a sectores sociales medios y altos, con alto nivel educativo, así como a la posibilidad de movilidad social.

Estudios recientes han demostrado que las familias extensas se caracterizan porque los padres retienen a sus hijos (solteros o casados) mayores de edad en el hogar como una forma tradicional de procurarse mayor solvencia económica. En épocas de crisis esta estrategia tiende a fortalecerse:

"Podemos concluir que la familia más grande tiende a estar mejor remunerada, pero debemos agregar que el éxito económico de este tipo de familia depende de su capacidad de incorporar a sus miembros a la fuerza laboral para reducir así la proporción de personas dependientes en los ingresos percibidos por ellos. Es de destacar que la prosperidad de la familia depende de estos dos factores familiares: tener suficientes niños y animarlos a entrar a la fuerza laboral lo más pronto posible...las familias en mejores condiciones económicas son más numerosas, tienen más miembros en la fuerza laboral, y en la casa en general. Podemos añadir que, en los años 1977-79, la familia más grande vivía mejor. La razón era sencilla: el costo de los niños era muy bajo, y las aportaciones de éstos en la forma de trabajo remunerado y no remunerado era formidable...el individuo de la clase popular tiene que contar con el apoyo de la familia, y su bienestar depende de la condición de esta. Las familias que saben desplegar sus recursos en beneficio de todos sus miembros, y que son capaces de conservar su estructura durante las épocas de bajas economías, son las que pueden mantenerse y pasar de la miseria a un nivel de bienestar tolerable en la definición cultural de dicha clase. Las estrategias que fueron eficaces en la época antes de la crisis han seguido siendo eficaces en la época actual de la crisis. Las estrategias son las mismas, únicamente se han fortalecido en los años de la crisis"³⁰.

³⁰ Selby, Henry A. et al. "La familia urbana mexicana frente a la crisis". en Crisis, conflicto y sobrevivencia. Estudios sobre la sociedad urbana en México. Guillermo de la Peña, et al (comp.).

Uno de los hilos que guiarán la investigación es el comercio como empresa familiar, bajo el supuesto de que se orienta fundamentalmente a la satisfacción de sus necesidades básicas.

La unidad de análisis para los comercios de tipo familiar que obedecen a la subsistencia de sus integrantes será su vinculación con la unidad doméstica:

"El concepto de unidad doméstica alude a una organización estructurada a partir de redes de relaciones sociales establecidas entre individuos unidos o no por lazos de parentesco, que comparten la residencia y organizan en común la reproducción cotidiana"³¹.

La unidad doméstica juega el papel de mediadora entre el mercado de trabajo y los valores que se manejan a nivel social y entre los individuos, lo cual implica que es la reguladora que dispone la mano de obra cuando incorpora más o menos miembros al mercado de trabajo. La familia constituye por su parte el marco de referencia para los comercios familiares:

"El concepto de familia, a su vez, remite a una institución constituida a partir de relaciones de parentesco, normadas por pautas y prácticas sociales establecidas, la institución familiar, como espacio de interacción, rebasa la unidad residencial, pero como ámbito privilegiado de la reproducción biológica y socialización primaria de los individuos puede implicar la coresidencia"³²

Para la comprensión del papel que adoptan las familia en la búsqueda de estrategias de subsistencia y la determinación de las

Guadalajara. U de G-CIESAS. 1990. págs. 374-387.

³¹ De Oliveira, Orlandina, Marrielle Pepin L. y Vania Salles (comp.). Grupos domésticos y reproducción cotidiana. México, Porrúa. 1982. pág. 14.

³² Idem, pág. 16.

políticas internas, juegan un papel importante en sus integrantes la definición de roles, la participación de géneros y generaciones, pero sobre todo, los cambios suscitados en éstos elementos a partir de la influencia de factores económicos y sociales externos (como la crisis económica).

La forma en que al interior de la familia se deciden los mecanismos de subsistencia familiar obedecen tanto a la producción de productos de consumo para la reproducción de la fuerza de trabajo o de mercancías, como a pautas culturales de convivencia familiar, estrechamente vinculadas a las formas de poder político y económico al interior, de la relación entre géneros-generaciones y al ciclo biológico de la familia.

Cuando hablamos de factores de tipo cultural se hace referencia a la reproducción de normas y valores que establecen el orden familiar, que tiene que ver con aspectos de tipo político o de autoridad, como puede ser la relación hombre mujer o padres e hijos.

Los factores de tipo económico se dan sobre todo en el plano de la dependencia económica en los mismos términos de relación que la anterior.

Los factores de tipo social, son la distribución de roles, que pueden ser entre los que trabajan, estudian o los que se dedican a labores de tipo doméstico.

El ciclo biológico de la familia es determinante pues, implica aspectos como la edad de la familia y de sus miembros, el número de integrantes y su estado civil; la importancia de esta última radica

en que del número de integrantes, su edad y su condición civil, depende también la administración de los recursos familiares o el ingreso de más de uno de los integrantes en actividades laborales y del hogar.

"Es la interacción de los rasgos que contienen las dimensiones sociodemográfica y socioeconómica la que condiciona tanto las necesidades como los recursos de la unidad familiar para lograr su reproducción cotidiana. Aquí se decide quién, cómo y cuánto producir, vender o trabajar... La caracterización sociodemográfica se realiza con las variables :tamaño de familia, tipo de familia y ciclo doméstico; observando algunas variaciones por sexo, que como se sabe es una variable que permite marcar diferencias entre unidades...La caracterización socioeconómica se hace con las variables: fuerza de trabajo familiar, fuerza de trabajo activa, y fuerza de trabajo inactiva; que constituyen recursos con que cuentan las familias y que se usan para generar ingresos necesarios para la obtención de los satisfactores requeridos."³³

El balance entre las necesidades por satisfacer y los recursos necesarios para satisfacerlas, es el punto de partida para la toma de decisiones.

"Las unidades domésticas de los trabajadores por cuenta propia -si no en su totalidad al menos en parte- tienden a buscar y/o mantener el equilibrio consumo/trabajo, aplicando su fuerza de trabajo en la unidad de comercialización (negocio) o colocándola en el mercado de trabajo."³⁴

Para el estudio de las familias se retomaron las categorías empleadas por Marcela Benites en el estudio ya citado. En cuanto a tamaño la familia se divide en:

³³ Benites, Marcela. "Hogares y fuerza de trabajo en época de crisis" en Crisis y reproducción social. Los comerciantes del sector informal. Fernando Cortés y Oscar Cuéllar (Coord.). pág. 204.

³⁴ Idem, pág. 205.

-*Familia pequeña*. Conformada por cuatro miembros.

-*Familia mediana*. Conformada por más de cuatro miembros y hasta seis.

-*Familia grande*. Conformada por más de seis miembros.

En cuanto a la composición de sus integrantes la familia se puede tipificar de la siguiente manera:

-*Familia nuclear*. Formada exclusivamente por un núcleo familiar.

-*Familia extensa*. Formada por una familia nuclear más otros parientes no nucleares al jefe del hogar.

-*Sin componente nuclear*. Formada por un jefe sin cónyuge, con o sin hijos solteros, que vive con otros parientes o no parientes.

Los tipos de familia según su edad o etapas de ciclo doméstico se pueden entender de la siguiente manera:

-*Etapas de expansión*. Es cuando la familia está en formación y tiene posibilidades de tener más hijos. El último hijo tiene ocho años o menos.

-*Etapas de estabilidad*. Es cuando la familia se encuentra consolidada y las posibilidades de tener hijos disminuyen. El último hijo tiene más de ocho años y menos de 20.

-*Etapas de fisión*. La familia se encuentra en etapa de disolución, es cuando los hijos de casan y por o general abandonan el hogar, el hijo menor tiene 20 años o más.

1.4.6 LA HETEROGENEIDAD COMO CARACTERÍSTICA DEL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA.

Una de las hipótesis que orientan el trabajo es: el comercio callejero es muy heterogéneo respecto a sus características, sus integrantes y las razones de su origen, por lo cual los comercios de tipo familiar no son los únicos existentes en Tepito. De esto se deriva que la unidad doméstica como unidad de análisis para el comercio en vía pública resulta insuficiente, aunque será adecuada para saber el grado de vinculación de esta con la unidad comercial.

Los comercios considerados como empresas familiares deberán cumplir con las siguientes características:

- a) No tener trabajadores asalariados.
- b) La familiaridad entre los participantes.
- c) Ser puestos que no hayan sido otorgados a un local comercial.

Para rescatar la heterogeneidad referida, en donde se contemplan también a los comercios no familiares, se consideran también aquéllos:

- a) integrados por miembros de una familia pero que no cumplen con las características de una unidad doméstica. Es decir, pueden incluir además de familiares, trabajadores asalariados, o solamente a estos.
- b) Los concedidos por la Asociación a comercios establecidos con local.
- c) Los adquiridos por compra directa a la Organización o al anterior dueño para ser un comercio redituable con fuerte

inversión de capital³⁵.

Para los casos de comercios en vía pública no familiares, la unidad de análisis es el puesto comercial, (partiendo de la dificultad de la obtención de datos confiables) puede suponerse que los comercios no familiares, están inscritos dentro de la lógica de reinversión de capital, en lo cual influyen la cantidad y el tipo de mercancías, el volumen de capital invertido, la historia del puesto, su forma de adquisición y el tipo de mano de obra.

³⁵ Según información de los mismos comerciantes, un puesto comercial estaba valuado alrededor de 40 mil nuevos pesos en 1992.

1.5 OTRAS VARIABLES.

1.5.1 RELACIÓN BARRIO-COMERCIO.

Dentro de la dinámica del comercio en vía pública existe una gran gama de actividades que tienen que ver con la venta, la instalación y la provisión de mercancías, lo que se relaciona de diferentes maneras con el barrio, como pueden ser:

-La fuerza de trabajo. (que puede ser del barrio de Tepito o de otros lugares).

-La compra y distribución de las mercancías, (realizada por los tepiteños o por comerciantes de otros lugares).

-El tipo de mercancía expedida, que puede ser nacional, extranjera o de los productos hechos o procesados en el mismo barrio por artesanos del mismo.

-El lugar donde guardan su puesto y su mercancía, lo cual determina el tipo de uso de suelo del barrio y la relación del comercio con las viviendas.

-El tipo de participación de los comerciantes en la comunidad en términos, políticos, económicos, sociales y culturales.

1.5.2 EL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA Y LA CULTURA.

Las características que adopta el comercio en vía pública se matizan según el ámbito (temporal y espacial) específico en el que se inscriben, por lo que se debe considerar el momento y lugar en que se realizó la investigación.

En el ámbito geográfico, el barrio de Tepito, un factor a considerar es la forma en que tradicionalmente el comercio ha formado parte de los oficios y formas de vida propios del barrio. En él, existen antecedentes de la manera en que se ejerce el comercio, con características de retroalimentación con el barrio mismo, factores que pueden o no ser compartidos con las nuevas formas que fueron originadas, entre otras causas, por la crisis.

Tepito se ha caracterizado por ser un espacio geográfico, en donde se han establecido fuertes lazos de sociabilidad e identidad propia, relacionados con las formas de subsistencia y trabajo que se desempeñan, y que le han permitido la conservación de formas tradicionales de procurarse sus medios de vida -entre ellos el comercio- que siempre han estado estrechamente vinculadas con la población y los espacios habitacionales del barrio.

En la actualidad, se considera que el comercio es la actividad más importante que se desempeña en Tepito, pero ha cambiado en el número de establecimientos, en el tipo mercancía expedida y en la forma en que se ejerce sobre todo, a partir del surgimiento de organizaciones de comerciantes que aseguró un espacio fijo a muchos que antes eran ambulantes.

Estos cambios registrados en el tiempo, obedecen a la manera en que han ido cambiando las necesidades sociales y culturales de la población, y que quizá han sido resultado de la adaptación de los comerciantes a las exigencias de la modernización y de las tendencias en la oferta y la demanda de mercancías.

Por lo anterior, un factor adicional a considerar, es la antigüedad del puesto en el barrio. En los puestos más viejos, es posible observar la evolución de los cambios desde la lógica del puesto (es decir el paso del comercio de subsistencia al de reinversión del capital), los cambios en la forma de ejercer el comercio, así como los cambios en los giros de mercancía y los volúmenes de la misma.

Por otra parte, los comerciantes más recientes (incorporados en la década de los ochenta y principios de los noventa), se pueden caracterizar por haber comprado el puesto a la Asociación, sin ser originarios del barrio; es decir, rompen con el equilibrio existente entre las actividades que se desarrollan en el barrio y su población.

Para los tepiteños puede observarse, en cambio, que son personas o que han sido comerciantes que cambiaron su actividad anterior, como puede ser la práctica de un oficio, pero que en ambos casos siempre trabajaron en el barrio.

CAPITULO 2

2.1 EL BARRIO DE TEPITO.

En este capítulo se pretende hacer una breve historia del barrio de Tepito. Se darán algunas interpretaciones que sobre el vocablo y sobre el origen del barrio se han dado.

También se reseñará el desarrollo del comercio en la ciudad de México y de Tepito en particular.

APROXIMACIÓN HISTÓRICA.

Existen diferentes interpretaciones del origen del barrio. Los orígenes de la zona geográfica en que se localiza Tepito se remontan a la época precortesiana de la Ciudad de México, durante el imperio azteca, era una de las partes del norte de la ciudad de Tenochtitlan, perteneciente al barrio de Tlatelolco:

"Lo que se puede documentar es que el lugar donde hoy es Tepito se localizaba en la parcialidad de Tlatelolco y comprendía los calpullis de Mecamalínco, Teocaltitlan, Apohuacan, Atenantitlán, Tecpotitlan y parte de Atanantitech...³⁶"

La división de la población en calpullis implicaba la especialización en oficios y comercio de determinados productos, y el nombre dado a cada uno hacía referencia a ésta especialización. Es así que, Mecalinco era "el lugar donde tuercen cuerdas o sogas".

Otra interpretación señala que era el lugar donde están los "tamemes" que

³⁶ Rosales Ayala, S. Héctor. "Tepito. ¿Barrio vivo?". México, CRIM-UNAM, 1992. p.34.

eran indios de carga; Atenantitech, era un bordo o calzada; Atenantitlán, orilla del agua; Tecpochtítlan, lugar de paredes o casas sin techo.

Mecalínco fue conquistado y adherido a Tenochtitlan en 1477 y con ello:

"Cumplió la función de centro comercial después de haber sido conquistada y sometida, por lo que también se le conocía como tepitsin o tepitóyotl, lugar pequeño al lado del gran Tlatelolco (Romero, 1988)."¹⁷

En cuanto al significado del vocablo Tepito, existen dos interpretaciones. Por una parte se le relaciona con el vocablo tepiloton que significa pequeño, y Tepito sería pequeño templo o capilla, haciendo referencia a un adoratorio ubicado en el espacio donde se ubica la llamada plaza Fray Bartolomé de las Casas, (Robelo, 1988).

Tepito también se relaciona con la época de la conquista, cuando el 13 de agosto de 1521 fue hecho prisionero Cuauhtémoc por los españoles en el atrio de lo que es hoy la iglesia de la Conchita o Concepción Tequipehuca, que significa "lugar donde comenzó la esclavitud".

Después de la conquista se le cambió el nombre al de San Antonio Mecamalínco. La traza que a partir la conquista definió el arquitecto Alfonso García Bravo, basándose en la distribución de los espacios de Tenochtitlán, tuvo como principal eje la división entre la población.

Se pretendía dejar bien determinados los espacios ocupados por los españoles y por los indios; el primer cuadro del gobierno azteca, pasa a ser el centro del dominio español, sólo que ahí instalaron iglesias, residencias y escuelas para la población española.

Tepito, al igual que otros barrios, quedó fuera de esta traza lo que le permitió mantener una cierta autonomía en las formas de organización gremial y

¹⁷ Citado por: Jarquín S. Ma Elena. op. cit. pág. 26.

en producción.

La evangelización y el comercio fueron dos de los vínculos existentes entre la población española y la indígena. La primera lleva a la instalación de iglesias en todos los barrios, que en Tepito fueron: Santa Ana, San Francisco Tepito y Concepción Tequípehuca.

Es en esta época cuando se da la organización gremial en los oficios artesanales de los indios, ello en parte gracias a las órdenes religiosas que entonces establecían sus escuelas para los indios.

"La habilidad manual de los tepiteños se consolida por que de niños, son entrenados en distintas actividades de apoyo a la producción agrícola, ganadera y naviera, su participación se diversifica, hasta que lo mismo producen huaraches que botas; correas para carros de tiro que lujosas sillas de montar; herraduras para las patas de los animales que..., palos azadones, picos, martillos y, en fin, todas las herramientas necesarias en el Centro de producción. Asimismo reparar artículos fabricados en Europa y cuya reposición era difícil, como muebles y otras manufacturas".³⁸

En este periodo y durante los siguientes Tepito, no pierde su diferenciación geográfica y laboral a pesar de que en siglo XVII, con el crecimiento de la Ciudad, pasó a formar parte de la zona conurbada.

Después de la Independencia, en Tepito y otros barrios de la ciudad se consolida la división del trabajo en los oficios como son: herreros, carpinteros, fontaneros, costureras y sastres, zapateros, relojeros, cerrajeros y otros.

Es también en este periodo en que Tepito empieza a formar parte de la especulación del espacio y el suelo para fines lucrativos, muy ligados al desarrollo urbano de la capital.

A partir del año 1858 se conforma lo que actualmente es el sector norte de la ciudad, se remodela parte del noroeste y se crea la Colonia Violante, que es el primer fraccionamiento que empieza a delimitar lo que actualmente es Tepito;

³⁸ Rosales A. op. cit. pp. 41-42.

posteriormente (1884-1890) se irán adhiriendo otras colonias como Meza, Rastro, Valle y Gómez, la Bolsa y Díaz de León, todas ellas muy ligadas a la construcción de las vías para ferrocarril de la zona norte de la ciudad y del edificio de la penitenciaría.

Tepito también empieza a ser receptor de población migrante a la Ciudad de México:

"A partir del siglo XIX y debido a las luchas políticas iniciadas con el movimiento de independencia, la ciudad comenzó a recibir inmigrantes del interior del país e inició un proceso de desarrollo urbano acelerado que provocó que los usos de la tierra sufrieran cambios sustituyendo todo el anterior sistema urbano. Esto se refleja no sólo en el hecho de que el área ocupada por la ciudad colonial se cuadruplicó, sino que se originó un fenómeno de segregación de la población en barrios de acuerdo a sus ingresos. Así, Tepito se convirtió progresivamente en foco de asimilación de los niveles bajos de la población urbana y de los migrantes rurales, caracterizándose desde entonces con tal tipo de población".³⁹

Durante el periodo del porfiriato, las concesiones dadas a la clase alta, permitió conformar zonas residenciales; entre ellas: la Teja, Roma y Condesa; mientras que en Tepito, se da un proceso de ensanchamiento:

"...llevándose los 'nuevos' lotes baldíos y otros espacios. En este rumbo se establece una población pobre que tiene que recurrir a alquilar viviendas, que enfrentan problemas múltiples. En este periodo ocurre la 'refundación' de Tepito, este es el tiempo base de su leyenda actual, este es el momento en el que se funde la multiplicidad plural de los sectores populares en una nueva identidad colectiva en lugares localizados de la Ciudad: indígenas despojados, migrantes, aventureros, prostitutas, maleantes, pícaros, vagos, artesanos, obreros, maestros, boticarios y tenderos contribuyen, involuntariamente, a la construcción del imaginario barrial, conformado por leyendas, mitos, anécdotas, formas de trabajo, recreación, comunicación uso del espacio y ordenación del tiempo".⁴⁰

³⁹ Arregui Solano, Edmundo G. y otros. "Plan de Mejoramiento Urbano para el Barrio de Tepito. Equipamiento, Medio Ambiente e Imagen Urbana". México, UNAM, Facultad de Arquitectura-Autogobierno. Tesis de Licenciatura. págs. 8 y 9.

⁴⁰ Rosales A. Op. Cit. págs. 44-45.

En los años treintas el Presidente Lázaro Cárdenas impulsa la centralización administrativa en el Distrito Federal. El desarrollo acelerado de la industria, la administración pública y el comercio propician la migración de población del interior del país hacia la Capital, siendo acogidos en barrios como Tepito, que les ofrece vivienda en alquiler para personas de escasos recursos.

En 1942 el gobierno capitalino decreta la congelación de rentas en la zona céntrica de la ciudad; este decreto se prórroga en el año de 1948, y trae consigo, entre otras cosas, el descuido de las viviendas por parte de los arrendadores y por consiguiente su deterioro, lo que se prestaría también a posteriores intervenciones de las autoridades en pos del mejoramiento urbano de la Ciudad.

Tepito empieza a ser centro de atención en diversos ámbitos: de 1958 a 1968 se le encasilló como parte de la herradura de tugurios en un estudio realizado por El Instituto Nacional de la Vivienda.

Es también en estos años que se publica el libro de Oscar Lewis: Los hijos de Sánchez, a partir del cual se abre una ardua discusión en torno a la marginalidad en México, la cual es explicada en términos de la subcultura de la pobreza, como característica de las clases populares urbanas de cualquier contexto espacial.

Las características del barrio de Tepito en cuanto a su imagen, desarrollo urbano, condiciones de vida, y servicios, además de establecer una relación importante con las formas de trabajo y convivencia barrial, que definen su cultura e identidad; ha promovido en el tiempo una serie de intervenciones por parte de autoridades.

El comercio, desde sus inicios, se desarrolla como una forma particular de aprovechamiento de artículos de desecho o de segunda mano que se expenden en las

calles, en puestos improvisados, sobre el suelo, ayates, carritos o en puestos-vivienda, todo ello en las aceras y espacios públicos.

En 1957, el comercio sufre una transformación radical, pues las autoridades inician la construcción de mercados cerrados en el barrio, pretendiendo alojar a los comerciantes de las calles bajo el pretexto de mejorar la imagen urbana y controlar a los comerciantes. Tres fueron los principales mercados que se utilizaron para el reordenamiento del comercio en vía pública: La Merced, San Cosme y Coyoacán.

En los trece años de gestión de Uruchurtu se construyeron 163 mercados públicos. En este período se construyen los cuatro mercados del barrio de Tepito, que fueron insuficientes para alojar a la totalidad de comerciantes de la calle, quienes sorpresivamente empiezan a aparecer de nuevo. Con ello, se inicia la organización popular en el barrio; por una parte de los comerciantes locatarios en mercados y, por otra, los comerciantes en vía pública.

Esto a su vez facilitó, la cooptación de estos sectores y sus líderes al Partido Revolucionario Institucional, por medio de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares, dentro de una política que se inicia en los años cuarentas, consistente en corporativizar a las organizaciones populares, sindicales y gremiales.

"De 1968 a 1978 se observa una radicalización incipiente de las organizaciones barriales, se problematiza la situación social y de la vivienda. La apertura populista del sexenio de Echeverría permite la creación del 'Plan Tepito'. Hay cambios cualitativos en la participación vecinal. Crece el comercio ambulante, se tolera la introducción de contrabando ('fayuca'), así como la formación de redes y grupos de poder"⁴¹.

La Herradura de Tugurios, problemas y soluciones, inaugura una serie de estudios en 1958; después el COPEVI con el proyecto "Condominio Tepito" y,

⁴¹ Rosales A. Op. Cit. pág. 47.

posteriormente el INDECO realiza una serie de estudios en varias zonas de la ciudad con la intención de regenerar las zonas urbanas deterioradas. Estos estudios son el antecedente de el Plan Tepito en 1972, cuyo propósito principal es la sustitución de viviendas por departamentos en condominio.

El proyecto, que después pasó a manos del FIDEURBE en 1973 y al CODEUR en 1977, al no lograr los objetivos esperados, consistentes en proporcionar a los habitantes del barrio viviendas nuevas a precios accesibles a sus ingresos, se da por terminado a principios de los años ochentas.

Sin embargo, es importante destacar la participación de inquilinos y Organizaciones del Barrio por medio del consejo representativo del Barrio de Tepito, el cual permite la vinculación entre el barrio y la UNAM a través de la participación del Taller 5 de la Facultad de Arquitectura Autogobierno en la realización de una contrapropuesta al Plan Tepito, en la que se plantea considerar las características culturales y laborales del barrio, como el vínculo existente entre el lugar de habitación, de trabajo y de comercio.

El movimiento cultural Tepito Arte Acá surge en el año de 1974, con el montaje de una exposición en una galería de arte que se encuentra en Peralvillo. Su intención es dar a conocer a la opinión pública al Tepito real, como respuesta a los ataques de los medio de comunicación, y por parte de criticos e intelectuales. Su principal representante es el muralista Daniel Manrique, cuya obra se encuentra en varias paredes del barrio.

Con el tiempo, el movimiento logra reconocimiento nacional e internacional, hecho que facilita en los setentas, el intercambio cultural con Francia y permite la visita de integrantes de Tepito Arte Acá a ese país.

A partir de 1978, el tianguis se extiende y consolida, hecho que provoca que las autoridades empiecen a instrumentar medidas de control del comercio y de

la mercancía de contrabando. Entre las medidas se instrumenta un cerco actual en 1985, mismo que es interrumpido por el sismo del 19 septiembre.

En 1979 se inicia la construcción de los ejes viales, lo que implica la demolición de más de 300 viviendas, a pesar de la protesta organizada por parte del Consejo representativo del barrio y la asesoría del Partido Socialista de los Trabajadores.

Después de 1985 tiene lugar una recomposición de organizaciones y grupos dentro del barrio, que obedece a las nuevas necesidades de sus pobladores, entre ellas la vivienda, gravemente deteriorada por el sismo.

La organización del comercio en vía pública y los usos del suelo pasan al centro del debate, en un contexto favorable para su expansión y crecimiento, con la crisis, el ingreso de México al GATT, el Tratado de Libre Comercio, el Pacto de Estabilidad y Crecimiento Económico y otros.

En este contexto se dan una serie de decomisos e intervenciones instrumentados por el ejército, lo que obliga a los tepiteños a buscar una nueva concertación con el fin de legalizar las actividades de los comerciantes.

"En tepito la mercantilización incluye la transformación de viviendas en bodegas, la disputa de las calles y el abandono de los espacios comunitarios, crisis de la convivencia barrial"⁴².

2.2 EL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA EN LA CIUDAD DE MÉXICO

El comercio cumple un papel fundamental en la historia de la humanidad, constituye el principal agente económico de intermediación de la producción y el consumo e implica el cambio de bienes y servicios.

Su desarrollo ha estado regido por las legislaciones y estatutos vigentes

⁴² Rosales A. Op. Cit. pág. 48.

de cada época, lo que también marca las diferencias en la forma de ejercerlo.

El comercio que se desarrolló en México tiene sus antecedentes antes de la colonización, en lugares estratégicos y destinados a dicha actividad y que se les reconocía con el nombre de Tianguis.

"La primera modalidad del comercio fue la venta en vía pública sobre el suelo mediante el uso de jergas o mantas, petates y cestos que sirvieron para colocar las mercancías, ejemplo de ello son los famosos tianguis de Tenochtitlan Tlatelolco del periodo prehispánico. Estos tianguis fueron los más importantes lugares de intercambio comercial y trueque directo que se realizaron siguiendo las disposiciones políticas, tributarias y religiosas en la tradición cultural mexicana".⁴³

Con la llegada de los españoles y su consecuente control en todos los ámbitos y actividades de la población, al comercio que se ejercía por los indígenas en los tianguis con productos locales, ahora se une un tipo de comercio centralizado encabezado por españoles y peninsulares en plazas-mercados o mercaderías bajo la lógica de acumulación de capital.

Ello trajo consigo una polarización entre estas dos formas de ejercer el comercio, el cual se consolidó hacia el siglo XIX.

"Por un lado el gran comercio de importación y exportación, además del comercio interno al por mayor que abastecieron los primeros centros comerciales de la aristocracia citadina. Estuvo condicionado por una política comercial acorde a los intereses de una burguesía comercial que se fue configurando en las primeras décadas del presente siglo. Lo favoreció la gran apertura del mercado interno a productos extranjeros impulsados durante el porfiriato. Por otro lado, el comercio ambulante de subsistencias y el comercio al por menor continuó desarrollándose circunscrita a un tipo de mercado, cuyo acceso fue acorde con una red de comercialización y abastecimiento de mercancías para los sectores populares. Aumentaron los vendedores minoristas y al menudeo en los mercados

⁴³ Escobedo Yabar, Norma Estela. op. cit. pág. 42.

populares y en los terrenos baldíos que más tarde tomaron el nombre de concentraciones de puestos ambulantes, además del mercado sobre ruedas y del ambulante migratorio en la periferia de los mercados y en la vía pública".⁴⁴

Con la nueva traza de la Ciudad, la población indígena fue relegada a los suburbios, en la parte norte, se localizó en Santiago Tlatelolco y en el poniente en San José y San Juan en los barrios de San Juan Moyotln, también en Santa María Tlaquechiuaca, San Sebastian Atzacualcoy, San Pablo Teopan; en estos lugares, siguen llevando a cabo sus tianguis, cuando no lo hacen en la Plaza Mayor.

En los siglos XVII y XVIII el comercio que venía de Europa, se mezcla con el que es ejercido por los indios por lo que emergen las plazas mercado, frente a templos parroquiales o espacios de recepción de artículos.

En el siglo XVIII, las plazas mercado llegaron a más de veinte, de las que, la más destacada es la Plaza Mayor, dentro de la cual se construye el mercado conocido como el Parián que existió hasta el año de 1843.

Otras plazas que surgieron en esta época fueron: La Plaza de Santo Domingo y La Plaza de Santa Catarina.

Durante el periodo virreinal como se ve, el comercio tuvo un fuerte impulso, favorecido por el crecimiento de la población y por la expansión urbana.

Este tipo de comercio continuo durante la etapa independiente, paralelamente al comercio de reinversión de capital que tuvo consigo la conformación de grandes monopolios comerciales de mercancías de importación, mientras, el comercio tradicional se desarrollaba en pequeños establecimientos, o en las calles o plazas con productos nacionales.

Después de iniciada la etapa independiente y con la conformación del Estado

⁴⁴ Idem, pág. 42.

nacional e instancias de administrativas, las condiciones para el comercio regularizado o establecido favoreció la instalación de negocios sobre todo de extranjeros y de las clases altas con artículos importados, tendencia que con el tiempo fue creciendo.

Después de la Revolución (1910-1917), con el desarrollo de la industria se incrementó la comercialización de artículos nacionales.

Las formas de ejercer el comercio no cambiaron en su totalidad con la instrumentación de medidas fiscales y administrativas, lo que llevó a la diferenciación administrativa entre actividades formales e informales, considerándose estas últimas como las nuevas, invasoras y desleales.

Los grandes establecimientos comerciales en sus distintas formas: tiendas departamentales, las tiendas en cadena y las tiendas de autoservicio que se desarrollan sobre todo a partir de 1940, se opondrán a la comercialización en pequeño.

"...Por un lado, las pequeñas tiendas y misceláneas del comercio de subsistencia que se vinieron instalando dentro de las construcciones destinadas a casa habitación de las familias pobres de la Ciudad... y por otro lado, el comercio ambulante de subsistencia que expende en la vía pública diferenciando la calidad de las mercancías según el tipo de cliente"⁴⁵.

2.2.1 FORMAS DE COMERCIO.

En la actualidad se puede diferenciar al comercio en varios tipos según la forma de ser ejercido y la mercancía que expenden:

a) Por una parte esta el comercio considerado como cotidiano, que incluye aquel que abastece de artículos de primera necesidad a las familias o comunidades, como

⁴⁵ Idem, págs. 60-61.

puede ser las misceláneas, panaderías, tortillerías y otros.

b) En segundo lugar está el comercio de uso frecuente, en el cual se incluyen los artículos de uso no muy frecuente pero necesario como las mueblerías, los salones de belleza etc.

c) En tercer lugar, el comercio establecido o de uso eventual, este incluye artículos especializados al mayoreo o al menudeo, que implica fuerte inversión de capital y tener comercio establecido con local, mercados y tiendas de autoservicio.

d) En cuarto lugar se encuentra el comercio en vía pública, el cual adquiere diferentes características.

2.2.2 FORMAS DE COMERCIO EN VÍA PÚBLICA.

Según la forma en que se manifiesta en las calles, se puede dividir en:

a) Concentraciones de vendedores en vía pública. Se identifican por ser un número considerable de vendedores que se establecen en zonas con mayor afluencia de consumidores, en ellos se expenden artículos como electrónica, bisutería, ropa, calzado y artículos de contrabando, este es el caso de Tepito.

b) Mercados sobre ruedas. Se caracteriza por ser una concentración de comerciantes que comercializan principalmente con artículos de primera necesidad como frutas, legumbres, carnes, granos etc. y se instalan en días fijos en determinados lugares, de éstos se conocen aproximadamente 339.

c) Tianguis-Bazar. Estos se encuentran localizados principalmente en terrenos baldíos, y que sus principales días de operación son los fines de semana, en ellos se comercializan productos como bisutería, ropa, calzado, herramientas, refacciones para auto, y otros.

d) Puestos fijos en la vía pública. Su principal característica es su desconcentración y que son puestos metálicos, fijos y principalmente de alimentos.

e) Puestos aislados. Son los puestos que se encuentran aislados o repartidos principalmente cerca de las estaciones de metro o alrededor de mercados públicos, que manejan poco volumen de mercancía y son generalmente atendidos por una sólo persona.

Según el tipo de instalación del puesto se pueden clasificar de la siguiente manera:

a) Puesto fijo. Los puestos que se encuentran en un lugar determinado con carácter permanente.

b) Puesto semifijo. Son los puestos desarmables o desmontables con que se ejerce esta actividad.

c) Ambulantes. Es el comercio que se ejerce con una movilidad constante, son las personas que portan su mercancía sin vehículo o mueble.

El número de puestos no es exacto, por una parte, la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México proporciona la cifra de 149 mil 981 comerciantes callejeros en el Distrito Federal. Por otra parte, de acuerdo con el padrón de comerciantes ambulantes que operan en las 16 delegaciones capitalinas y que fue elaborado por el Departamento del Distrito Federal, el número de ambulantes ascienda a 70 mil 637, de los cuales, los que corresponden a las delegaciones Cuauhtémoc y Venustiano Carranza son 37 mil 365.⁴⁶

⁴⁶ La Jornada, 31 de agosto de 1993.

2.2.3 PERIODOS HISTÓRICOS DE AUGE DEL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA EN LA CIUDAD DE MÉXICO.

El comercio en vía pública y sus periodos de expansión y conflicto en la Ciudad, ha estado determinado por diversas circunstancias económicas, políticas y demográficas.

Algunos periodos reconocen cierta recurrencia en sus formas de manifestación en la Ciudad de México, después de tales, se da una consecuente solución de carácter temporal, las características básicas de este proceso son:

"El Gobierno de la Ciudad encauza y norma el establecimiento del comercio y simultáneamente surgen los comerciantes libres, mesilleros y ambulantes que ante el crecimiento de la población, el desarrollo de la economía y la ausencia de nuevas construcciones de mercados, aumentan su proporción provocando protestas de diversos sectores de la sociedad que se sienten afectados en sus intereses y nuevamente el gobierno tiene que intervenir para ordenar la situación"⁴⁷.

Se pueden diferenciar cuatro etapas históricas en que se manifiestan estas características. La primera de 1525 a 1790 que tuvo como principal punto comercial la Plaza Mayor, en 1611 se intentó ordenar el sistema de abasto, cuyo fin principal era la descentralización de la Plaza Mayor, abriéndose a su vez otros espacios para el comercio como la Plaza de Jesús, La Cruz del Factor y Santo Domingo, lo que trajo consigo una expansión comercial desbordada.

La segunda etapa se localiza de 1791 a 1864, en donde el Centro comercial por excelencia lo constituía el Parián que se localizaba en la Plaza Mayor, el cual fue empleado para la comercialización principalmente por chinos y filipinos.

Surge también en esta etapa el mercado de el Volador y en 1791 el "Reglamento para los mercados de México".

⁴⁷ Consejo Del Centro Histórico. "Diagnóstico y Propuesta de Ordenamiento del Comercio en Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México". México, 1er edición, marzo 1990.

Si bien, con el mercado del Volador, se comercializó todo tipo de productos, paralelamente a través del tiempo se fue desarrollando el comercio en espacios de la Plaza Mayor, el atrio de la Catedral y calles aledañas.

La tercera etapa fue durante los años 1865-1956, en la cual, al intentarse resolver la insuficiencia del mercado el Volador, se convirtió la antigua Iglesia y Convento del Carmen en el Centro de Abasto de productos como carne, vegetales y alimentos, lo que se tradujo en la expansión de los comerciantes en el barrio de la merced, que propició la construcción del mercado de la Merced por parte del cabildo en 1880.

La cuarta etapa tiene lugar de 1957 a 1982. Hacia 1957 como una medida de solución, se abrió la calle de anillo de circunvalación y se construyó en nuevo mercado de la merced o de las naves, para nuevamente manifestarse la saturación de comercios en las avenidas y calles.

Se inició un proyecto de descentralización de la provisión de abastos, que dio lugar en 1982 a la inauguración de otra Central de Abastos, a donde fueron trasladados comerciantes de la antigua Central.

2.2.4 EL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA EN LA ÚLTIMA DÉCADA.

También la década de los ochentas y los principios de los noventas se han caracterizado por la presencia masiva del fenómeno del comercio en vía pública, que comparte con otras actividades de carácter productivo o no el encasillamiento en actividades del Sector Informal.

Su desarrollo tiene su explicación en la situación de la economía nacional de los últimos años, que junto a un aceleramiento del intercambio comercial a nivel internacional, el crecimiento de la población y la crisis económica, ha

impulsado el desarrollo de actividades como parte de las estrategias de las empresas industriales de abaratar costos de producción, de las familias como estrategias de sobrevivencia y por el excedente de productos en el mercado tanto nacionales como extranjeros.

La caída de los salarios reales y las tasas de desempleo también explican este fenómeno, por lo que algunos lo consideran "el milagro mexicano" que ha mantenido firme al sistema político mexicano.

"Se calcula que en la actualidad uno de cada cinco mexicanos se involucra en la economía informal...después de una década en que diez millones y medio de personas llegaron a la edad productiva...y que los informales ganan en promedio más que los formales. El salario medio de la industria manufacturera mexicana equivale a dos veces el salario mínimo. En cambio, las ganancias de los que siguieron el consejo de Televisa de "empléate a ti mismo", son casi cuatro veces mayores...Los registros indican que hay en México más de dos millones de negocios que constituyen el Sector Informal, casi la mitad son comercios; 11% está constituido en talleres de todo tipo; 9% por expendios de comida; entre las actividades de la construcción y los textiles se suma otro 12% y cerca del 20% representa otras actividades"⁴⁸.

En la década de lo ochentas el fenómeno del comercio en vía pública surgió como un problema social que se expresa en términos de su expansión, su falta de control fiscal, el deterioro de la imagen urbana de la ciudad y por su fuerza organizativa.

A nivel Distrito Federal se localizan 53 concentraciones de comerciantes en vía pública, de los cuales, 23 se localizan en las delegaciones Venustiano Carranza y Cuauhtémoc.

Existen 29 líderes que son los más poderosos y que controlan todo el movimiento de comerciantes en vía pública, que representan a un interminable número de nuevos comerciantes y organizaciones.

⁴⁸ Amador, Lucy y Enrique Quintana. "El nuevo milagro mexicano. La Economía Informal". Revista Este País. No. 20, noviembre 1992.

Por otra parte, la evasión fiscal de este sector se calculó para el año 1991 en 2.6 billones de pesos, lo que ha llevado a la organización de los Comerciantes Establecidos por medio de la Cámara Nacional de Comercio y de grupos de reciente formación como ProCentrico, al combate de los comerciantes en vía pública.

Por otra parte, dada la carencia de un reglamento que rijan las actividades comerciales en vía pública (pues dicho reglamento data del año 1951), la Asamblea de Representantes del Distrito Federal convocó en 1991 a un foro de consulta para la realización de dicho reglamento de donde ha emanado una propuesta por parte de los diferentes partidos, lo cual hasta la fecha no se ha publicado.

El principal foco de conflicto de los comerciantes en vía pública en la Ciudad de México en los ochentas y principios de los noventas lo es el Centro Histórico, entre los aspectos más conflictivos están: el enfrentamiento entre los comerciantes establecidos organizados principalmente en el Grupo Procéntrico y las Organizaciones de comerciantes en vía pública.

Las principales demandas de esta organización son el rescate del Centro Histórico del deterioro y la competencia desleal que realizan los comerciantes en vía pública.

Otros problemas relacionados a esta actividad y que han desatado un debate nacional que ha tenido lugar sobre todo a través de los medios comunicativos son: el deterioro ambiental, la inseguridad pública, problemas de salud, la falta de garantías para el consumidor, trastornos a la viabilidad y el comercio de mercancía de contrabando.

Uno de los primeros intentos para solucionar el problema del ambulante en la Ciudad de México en este sexenio fue la construcción del 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, dar facilidades de crédito a los comerciantes censados y registrados por las autoridades, para que puedan comprar locales en condominio.

Dicho Programa contempla disposiciones que consideran al Sistema de Transporte Colectivo Metro como un transporte de alta seguridad, a fin de resolver en este lugar el problema del comercio en vía pública. A partir de febrero de 1992 queda prohibido cualquier tipo de comercio en los, pasillos, andenes y escaleras del metro.

El 30 de junio de 1992 el Regente Manuel Canacho Solís anunció el programa de reordenamiento de ambulantes en el perímetro "A" del Centro Histórico. Conforme al Programa deben ser reubicados 10 mil 500 vendedores en vía pública del Centro Histórico, para lo cual el 1 de junio de 1992 se da un plazo de un año.

La tarea emprendida es incumplida en los plazos fijados, entre los motivos de estos atrasos se encuentran: la negación de algunos líderes de comerciantes a firmar los convenios; la no terminación de los mercados entre otras razones, por intervención del Instituto Nacional de Antropología e Historia que se opone a la construcción de estos mercados en ciertos terrenos; y por último, el enfrentamiento entre organizaciones de comerciantes, en las cuales las diferencias partidistas se evidencian.

En mayo de 1993 se inicia el reacondo de los primeros 570 ambulantes y se anuncia que la reordenación quedará concluida el 31 de agosto, de no estar concluidas las nuevas plazas para esa fecha, los comerciantes se instalarán temporalmente en lugares como el Bazar Oriente, la Alberca Olímpica y el Palacio

de los Deportes.⁴⁹

La legalización fiscal acompaña al Programa de reordenamiento del comercio en vía pública.

El 31 de agosto de 1993 de acuerdo a lo convenido fueron entregadas 3 plazas a los comerciantes.

⁴⁹ El Financiero, 20 de agosto de 1993, Pág. 28.

2,3 TEPITO BARRIO COMERCIANTE.

Las formas de comercio que se han desarrollado en el barrio han mantenido un vínculo estrecho a los oficios y viviendas de sus habitantes; por ser un espacio marginado dentro de la urbe, con una población que pertenece ahí por generaciones y en una forma de vida que se da de manera comunitaria en las vecindades.

Los tepiteños en sus condiciones de vida, han ingeniado una serie de actividades y aprovechamiento de recursos para su subsistencia, entre las que se encuentran:

a) El aprovechamiento de los espacios de su vivienda para la realización de labores manufactureras, en empresas de tipo familiar, que además les facilita el aprovechamiento de los integrantes de la familia como mano de obra.

Entre las empresas que se han desarrollado en el barrio están la zapatería, la talabartería, la industria textil etc. También se dio la instalación de puestos comerciales de madera que a la vez servían de vivienda.

b) El comercio e intercambio de objetos "usados" de "doble uso" o robados, que caracterizó al barrio hasta entrada la segunda mitad de este siglo, por medio de comerciantes como los "ayateros", "canasteros", "chachareros", "sombrereros", "cambiadores", "pepenadores" y "carreros".

c) El desarrollo del oficio del reparador, el cual aprovechando los objetos desechados que llegaban al barrio como planchas, relojes, y todo tipo de artículos electrodomésticos, se reparaban en el barrio para después ser vendidos como nuevos.

Es así, que el barrio ha desarrollado una serie de actividades productivas que enriquecen su dinámica comercial, la cual se ha desarrollado por generaciones

entre sus habitantes.

Este hecho también explica la formación de organizaciones a nivel gremial y vecinal para la defensa de sus actividades y viviendas.

El comercio es la actividad en que se desarrollan la mayoría de sus habitantes, según un muestreo que se realizó en 1982, el 75% de los comerciantes del barrio eran de Tepito⁵⁰.

En los últimos años la actividad comercial ha sufrido una serie de cambios no sólo por la expansión de sus actividades, sino por el tipo de mercancía que se expide y el origen de los comerciantes.

Esta tendencia se puede expresar en los cambios en el uso del suelo, tendencia que ya se había expresado en 1982 en el estudio del Taller 5 de Arquitectura y que confirma Ma. Elena Jarquín en 1991:

"En Tepito pueden distinguirse dos grandes zonas: la comercial, correspondiente a la Delegación Cuauhtémoc, con una añeja tradición productiva y que hoy día concentra la mayor producción de bodegas de mercancía importada, en viviendas renovadas; mercados públicos cerrados; vendedores semifijos y bien organizados; áreas de gran comercio, locales de elevados alquileres, y reconocida ampliamente como tal, y la que en este trabajo se define como no comercial para diferenciarla de la anterior perteneciente a la Delegación Venustiano Carranza, que hasta hace algunos años, tuvo menor tradición productiva y comercial, la avenida que representa el punto divisorio entre ambas es el Eje 1 Oriente"⁵¹.

Estos cambios también han repercutido en la opinión que sobre el mismo tienen los mismos tepiteños, los comerciantes y sus líderes expresan que es una actividad que beneficia al barrio y a sus habitantes por el trabajo que ofrece y los ingresos que representa, esto sin negar perjuicios que han venido unidos a su desarrollo.

Existen grupos que cuestionan la forma en que el comercio se ejerce

⁵⁰ Arregui Solano, Edmundo et al. op. cit.

⁵¹ Ma. Elena Jarquín. op. cit. pág. 42.

actualmente:

"Aunque el comercio anterior era de los tepiteños, de zapateros, de chachareros, de reparadores etc. Posteriormente surge otra forma de comercio, ya no de lo usado, de ropa usada, de objetos robados. Ahora ya son otras técnicas, otros mecanismos, otras mercancías; ya no se repara, se produce, surge, cambia, busca, sino sólo se compra y se vende, y a medida que la "novedad" se fue imponiendo, se fue absorbiendo incluso la mano de obra de mayor capacitación".⁵²

Entre estos grupos se encuentran Tepito Arte Acá, cuyo principal representante Daniel Manrique, considera que el comercio actual es una forma mercantil de acabar con las formas tradicionales de ejercer el comercio; o el Espacio Cultural Tepito, cuyo principal objetivo es el rescate de la tradición artesana de los tepiteños como el oficio de la zapatería.

En la actualidad, una de las organizaciones que ha tomado bastante fuerza a nivel político es la Asociación de Inquilinos del Barrio de Tepito, cuyos principales objetivos es la provisión de servicios y el rescate del barrio, lo que le representa un enfrentamiento con los comerciantes, pues consideran que el comercio entorpecen estas actividades.

Actualmente los comerciantes del barrio de Tepito están representados por 41 Organizaciones, de las cuales un 85% se agrupan en la Confederación de Organizaciones de Comerciantes de la Zona Económica Tepito y Distrito Federal. Un 8% en la Coalición de Organizaciones de la Zona Económica de Tepito y D.F. A.C. y el resto se mantienen independientes.

El total de puntos de venta registrado en el barrio para los años 1990-1991 fue de 6,288 de estos, alrededor de 1,200 se encuentran agrupados en la Organización de Comerciantes Establecidos del Barrio de Tepito, considerada la más importante.

⁵² Entrevista a José del Río, comerciante del barrio y miembro del grupo cultural Tepito Arte Acá.

El comercio se ejerce en 37 cuadras de 14 calles, en una plaza (Fray Bartolomé), una cerrada (Matamoros) y un callejón (Tenochtitlan).

Las calles en que se ejerce el comercio son:

Aztecas (3 cuadras)
 Bartolomé de las Casas (dos cuadras y una plaza)
 Caridad (2 cuadras)
 Díaz de León (una cuadra)
 Florida (2 cuadras)
 González Ortega (3 Cuadras)
 Granaditas-Rayón (6 cuadras)
 Jesús Carranza (2 cuadras)
 Matamoros (3 cuadras y 1 cerrada)
 Obreros (2 cuadras)
 Peñon (1 cuadra)
 Rivero (2 cuadras)
 Tenochtitlan (5 cuadras y 1 callejón)
 Toltecas (3 cuadras)⁵³

(Véase mapa 1 en anexos).

Los principales productos que se comercian el barrio son ropa y calzado con un 32% de los casos, le siguen otros con un 14%, aparatos electrodomésticos con 13%, bisutería y perfumes con 11%, cassettes, discos y películas con 8% y alimentos preparados con 8%.

Los puestos que son de carácter semifijo representan en el barrio un 86% de los casos, mientras que los improvisados son un 23%, los rodantes un 8% y fijos sólo un 0.3%.

El desarrollo del comercio en vía pública en el barrio de Tepito es diferente al que se desempeña en el Centro Histórico, entre otras razones porque:

a) en este espacio es diferente grado de enfrentamiento entre comerciantes locatarios y comerciantes en vía pública, pues, por convenios entre estos, los comerciantes locatarios tienen derecho a instalar frente a su local un puesto comercial.

⁵³ Centro de Estudios Tepiteños. "Quién es quién es Tepito". CETEPI, 1991.

b) el comercio en Tepito está en relación directa con los espacios y habitantes del mismo.

c) el problema principal que enfrentan los comerciantes tepiteños con las autoridades es la comercialización de "fayuca".

Esta situación hace muy lejana la posibilidad de que el comercio en vía pública del barrio de Tepito se combata por su importancia económica.

CAPÍTULO 3

RESULTADOS.

3.1 PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE LOS VENDEDORES

En este capítulo se hace una descripción de los comerciantes, con los datos obtenidos de la encuesta, a partir de características socio-económicas y socio-demográficas, que permitan tener un perfil claro y una mejor comprensión de las razones que los obligan o motivan a dedicarse a la actividad comercial, así como su actitud y percepción de la misma.

En una primera parte se hará referencia a las 85 personas entrevistadas por puesto.

En un segundo momento, el universo crece a los 196 casos de personas participantes en los 85 puestos, de quienes también se obtuvieron datos.

3.1.1. MUESTRA DE ENTREVISTADOS

EDAD DE LOS COMERCIANTES.

El promedio de edad fue de 34 años, en el rango de 16 a 35 se concentró el 61% de los entrevistados, lo que nos habla de una población joven, para la mayoría de la cual este empleo es su primera experiencia laboral (cuadro 1).

CUADRO 1
EDAD DE LOS ENTREVISTADOS

EDAD	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
16 a 24 años	30.6	26
25 a 35 años	30.6	26
36 a 49 años	18.8	16
50 y +	20	17
TOTAL	100	85

Fuente: Entrevistas a comerciantes del barrio de Tepito realizadas en diciembre de 1992.

También se observa una importante presencia de personas en edad madura, quienes argumentan que el ingreso a la actividad comercial constituye un refugio para aquellas personas que por su edad no pueden ser contratadas en otros empleos o que ya no ejercen otra actividad.

Este segmento (50 años y +) constituye el sector más estable, tanto por la falta de alternativas, como por ser una actividad que también obedece a razones de decisión personal y de tradición.

Es importante hacer notar que el comercio es una actividad predominantemente masculina, pues en la muestra representa dos terceras partes de los entrevistados (cuadro 2).

CUADRO 2
SEXO DE ENTREVISTADOS

SEXO	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
Masculino	67	57
Femenino	33	28
TOTAL	100	85

Fuente: la misma del cuadro 1.

Si consideramos este dato junto al hecho de que la mayoría de entrevistados se reconocen como jefe de familia, podemos pensar que el comercio reviste una gran importancia económica para el sostenimiento familiar, sobre todo en el caso de las familias encabezadas por varones.

En cuanto al estado civil, puede decirse que la mitad de los entrevistados son casados (cuadro 3).

CUADRO 3
ESTADO CIVIL DE ENTREVISTADOS

ESTADO CIVIL	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
Soltero	39	33
Casado	50	43
en otra situación	11	9
TOTAL	100	85

Fuente: la misma del cuadro 1.

Más de tres cuartas partes de los entrevistados nacieron en el Distrito Federal (cuadro 4), aunque es interesante el dato de los oriundos de Oaxaca, quienes representan la segunda entidad de nacimientos con 8% de los casos. Al parecer, estos comerciantes forman parte de la segunda generación de las corrientes migratorias hacia el barrio.

Los pocos casos de migrantes que se detectaron se ubicaron sobre todo en el período de 1940 a 1969, para los años posteriores la migración disminuye.

CUADRO 4
LUGAR DE NACIMIENTO DE LOS ENTREVISTADOS

LUGAR DE NACIMIENTO	PORCENTAJE NO. DE CASOS	
Distrito Federal	77	65
Interior del País	23	20
TOTAL	100	85

Fuente: la misma del cuadro 1.

Por ser Tepito el lugar de trabajo, el lugar de residencia de los entrevistados está ligada a la distancia que les permite trasladarse diariamente; es así, que más de cuatro quintas partes de los entrevistados manifiesta vivir en el D.F. (Cuadro 5).

CUADRO 5
LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS ENTREVISTADOS

LUGAR DE RESIDENCIA	PORCENTAJE NO. DE CASOS	
Distrito Federal	86	73
Estado de México	14	12
TOTAL	100	85

Fuente: la misma del cuadro 1.

No se debe restar importancia a la fuerza de trabajo que se traslada de los municipios conurbados al D.F. pues en la actualidad, este es un fenómeno vinculado a la política de descentralización de programas de vivienda sobre todo, hacia el Estado de México⁵⁴.

Separando a los entrevistados por dueños y no dueños, es

⁵⁴ Según los resultados del último Censo General de Población, el Estado de México es el principal lugar de destino de la emigración del D.F. INEGI. XI Censo General de Población 1990.

posible observar que los primeros, en su mayoría son residentes del barrio, contrario a lo que sucede con los que son empleados de los puestos (Cuadro 6):

CUADRO 6
VIVE EN TEPITO

CARGO	SI	NO	TOTAL
DUÑO	67%	33%	100%
ENCARGADO	50%	50%	100%
EMPLEADO ⁵⁵	35%	65%	100%

Fuente: la misma del cuadro 1.

Más de la mitad de los entrevistados posee casa propia (Cuadro 7), lo que expresa un nivel socio-económico medio, que echa abajo el argumento de que se trata en su mayoría de personas de escasos recursos.

CUADRO 7
TIPO DE VIVIENDA DE LOS ENTREVISTADOS

TIPO DE VIVIENDA	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
Propia	65	55
No propia	35	30
TOTAL	100	85

Fuente: la misma del cuadro 1.

CARGO EN EL PUESTO.

De los entrevistados un 53% manifestó ser dueño del puesto,

⁵⁵ La categoría de encargado se diferencia de empleado en que son familiares del dueño, muchos veces sin paga.

mientras que el resto eran empleados, encargados o tenían otra categoría. Si consideramos que la selección de los entrevistados fue al azar, esto nos habla de una presencia importante de los propietarios en los puestos, aun cuando tengan empleados o familiares que lo trabajen, sobre todo si se considera que, de los casos que no eran dueños, el 61% eran familiares del dueño y sólo un 25% eran empleados (Cuadro 8).

CUADRO 8
CARGO EN EL PUESTO DE LOS ENTREVISTADOS

CARGO EN EL PUESTO	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
Dueño	53	45
No dueño	47	40
-Familiar del dueño	61	27
-Empleado	25	11
-Otro	14	2
TOTAL	100	85

Fuente: la misma del cuadro 1.

Al inquirir en cuál es el medio por el que los entrevistados se inician en el comercio, la familia resulta ser el principal impulso (50%), ya sea como una tradición que viene de generaciones pasadas o bien por el establecimiento de redes sociales de tipo familiar que facilitan la incursión a esta actividad; le siguen en importancia, la necesidad económica y falta de trabajo (18%), y la iniciativa propia (10%).

CUADRO 9

COMO SE INICIO EN EL COMERCIO	PORCENTAJE	NO. DE CASOS.
POR LA FAMILIA	50	40
POR NECESIDAD ECONOMICA O FALTA DE TRABAJO	18	14
POR INICIATIVA PROPIA	14	11
POR MEDIO DE LA ORGANIZACION	10	8
POR OTROS MEDIOS	8	7
TOTAL	100	80

Fuente: la misma del cuadro 1.

Como se dijo antes, entre los periodos de cambio que ha sufrido el comercio y sus formas de ejercerlo, está el surgimiento de organizaciones de comerciantes, que a juicio de los entrevistados facilita la inserción en esta actividad de nativos del barrio.

Si bien un factor decisivo en la incursión a este negocio lo es la apertura de calles como Aztecas (1973); Florida y el Eje 1 Norte (1979), como espacios organizados para el comercio, también es una forma de cooptar y organizar a comerciantes ambulantes ya existentes en estas calles. La pregunta que referida al tiempo que llevaban como comerciantes, permite detectar casos muy antiguos, anteriores al surgimiento de la organización en estudio (Cuadro 10).

CUADRO 10
ANTIGÜEDAD DE COMERCIANTES

AÑOS	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
1940-1969	17	13
1972-1978	30	24
1979-1985	18	14
1986-1992	35	28
TOTAL	100	79

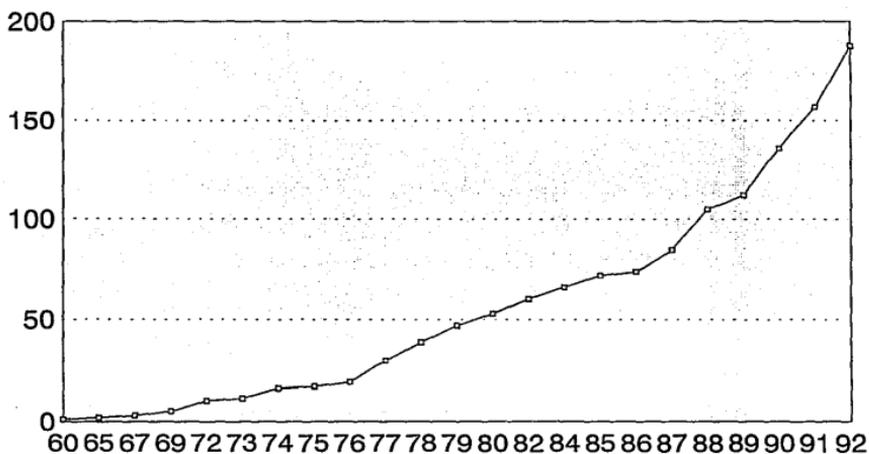
Fuente: la misma del cuadro 1. Ver gráfica 1.

Los entrevistados tienen en promedio 13 años como comerciantes. La antigüedad, según estos datos, esta vinculada a diversos factores. En el primer periodo se encuentran los comerciantes más antiguos, que pertenecen a la etapa que puede llamarse tradicional. De hecho, muchos de ellos eran ambulantes que comerciaban con objetos de segunda mano y que, con el tiempo, han cambiado el tipo de mercancía que venden y la forma de hacerlo, sobre todo para integrarse a una organización y obtener un espacio propio. Estos comerciantes sólo representan el 17%.

El segundo periodo comprende el surgimiento de la organización y coincide con la apertura de la calle Aztecas. Las políticas de la organización de repartir los puestos entre los habitantes de las calles, permite la incursión de mucha gente, no necesariamente por decisión propia o por necesidad, sino como la oportunidad para hacerse de un negocio. Este periodo puede caracterizarse como de gran auge, y en él se reconoce al comerciante espontáneo.

El tercer periodo comprende a la apertura de la calle de Florida hasta antes del sismo, comparte con el anterior una parte de los años de crisis (1977, 1982) y lo que se considera el auge de

GRAFICA NO. 1
INGRESO DE PERSONAS A LA ACTIVIDAD
DEL COMERCIO POR AÑO



—○— CASOS POR AÑO

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes en vía pública de Tepito, 1992.

la Fayuca (setentas), dando entrada a un nuevo tipo de comerciante, el de la crisis, que se caracteriza por obtener el puesto por medio de compra o arrendando a los dueños.

Es importante aclarar que a pesar de que en los años setenta y ochenta el comercio en vía pública fue una opción para los estratos afectados por la crisis, no necesariamente estuvo a disposición de contingentes de bajos recursos.

El último periodo es el más significativo y comprende desde 1986 hasta 1992. No sólo es importante por la agudización de la crisis económica, el aceleramiento de la dinámica comercial y el aumento de personas que ingresan a la actividad comercial en el barrio, sino también por el hecho de que en 1988 México incursiona en el GATT. La entrada masiva de mercancías agiliza e intensifica la actividad comercial, lo que puede haber incrementado la contratación de empleados en los puestos y, por tanto, la entrada masiva de comerciantes que no son del barrio, con las consecuentes repercusiones sociales y culturales .

Los dueños de los puestos presentan una mayor antigüedad en el comercio que los empleados (Cuadro 11):

CUADRO 11
ANTIGÜEDAD COMO COMERCIANTES

	DUEÑOS	CASOS	EMPLEADOS	CASOS
1970-1978	71%	32	28%	11
1979-1985	18%	8	15%	6
1986-1988	7%	3	25%	10
1989-1992	4%	2	32%	13
TOTAL	100%	45	100%	40

Fuente: la misma del cuadro 1.

El 57% de empleados tiene una antigüedad máxima de 6 años, lo que muestra que en este grupo se presenta una mayor movilidad laboral, así como el impulso de la dinámica comercial en Tepito durante los últimos 6 años.

A la pregunta de si siempre se ha trabajado en Tepito, un 86% de los entrevistados manifestó que sí, lo cual habla de la poca movilidad de comerciantes de Tepito respecto a otros lugares.

El 74% de los entrevistados expresa haber trabajado solamente en el puesto actual y sólo el 12% dijo haber trabajado en dos puestos, lo que expresa poca movilidad de los comerciantes.

Del total de los dueños entrevistados el 77% menciona haber trabajado en un sólo puesto. El máximo de puestos fue de 3. Los empleados presentaron movilidad un poco mayor, pues aunque se encontraron hasta diez puestos trabajados por persona, más de dos terceras partes sólo habían trabajado en un puesto.

De los entrevistados casi la mitad tenían una experiencia laboral previa. De ellos un 18% de los casos siempre se ha dedicado al comercio (cifra muy parecida al 17% de los comerciantes más antiguos que consideramos tradicionales). El grupo que no tiene una experiencia laboral previa está constituido por estudiantes y amas de casa, que en conjunto constituyen un 51% (Cuadro 12).

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

CUADRO 12
EXPERIENCIA LABORAL

ACTIVIDAD ANTERIOR	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
TRABAJABA	31	28
ESTUDIABA	46	38
AL HOGAR	5	4
SIEMPRE HA SIDO COMERCIANTE	18	11
TOTAL	100	81

Fuente: la misma del cuadro 1.

En el caso de los dueños, la mitad (51%) tenía experiencia laboral previa y el 23% siempre ha sido comerciante.

Los encargados de los puestos, que en su mayoría tienen algún parentesco con el dueño, eran estudiantes (67%) antes de ser comerciantes, hecho importante ya que como se verá más adelante, en su mayoría son los hijos quienes se involucran en esta actividad.

De los empleados, 58% tenían alguna experiencia laboral y sólo el 37% estudiaba.

En los casos de comerciantes con alguna experiencia laboral, un 29% se desempeñaba un oficio, el 24% se desempeñaba en otro tipo de comercio (formal), el 18% era empleado del sector público, el 16% empleado en el sector privado, y sólo el 10% ejercía un trabajo por cuenta propia.

Del total de entrevistados con alguna experiencia laboral, un 95% manifestó haber abandonado completamente su trabajo anterior para ingresar al comercio en vía pública. Los motivos que dieron lugar al abandono del trabajo anterior fueron en su mayoría por despido (Cuadro 13) o por bajos salarios, que en conjunto

representan el 50% de los casos.

CUADRO 13
MOTIVO DE ABANDONO DEL TRABAJO ANTERIOR

MOTIVO	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
DESPIDO	28	9
POR EL SALARIO	22	7
POR CONSIDERAR AL CO- MERCIO UNA MEJOR OPCION	19	6
OTRAS	31	8
TOTAL	100	30

Fuente: la misma del cuadro 1.

Haciendo una selección de los casos que manifestaron haber optado por el comercio a causa de despido y por el bajo salario, de acuerdo al tiempo de su ingreso a esta actividad, se obtuvo el período que podemos considerar que dio lugar a la búsqueda de salidas económicas a sectores de la sociedad por causa de la crisis (1972-1992), donde las etapas más agudas coinciden con las fases graves de crisis. (Cuadro 14).

CUADRO 14
CONTINGENTES QUE INGRESARON AL COMERCIO A CAUSA
DE DESPIDO O BAJO SALARIO, DE ACUERDO A PERÍODOS.

AÑOS	PORCENTAJE DE CASOS
1972-1974	26
1975-1978	12
1979-1982	12
1983-1988	26
1989-1992	32
TOTAL	100

Fuente: la misma del cuadro 1.

A partir de estos resultados puede decirse que la crisis económica de los setenta y principios de los ochenta (que ha afectado los niveles salariales y aumentado el desempleo), ha propiciado que sectores sociales se integren actividades por cuenta propia. Esta tendencia se ha venido agravando con el tiempo, pues en los últimos 9 años se concentra el 58% de los casos de comerciantes que se integran por despido o por los bajos salarios.

En la pregunta referida a si les gustaría cambiar de trabajo, un 74% dijo que no. De los que respondieron afirmativamente, un 47% deseaba cambiar a un trabajo de oficina, un 32% a un trabajo manual u oficio, un 16% manifestó querer seguir estudiando y el 5% establecer un negocio más grande. Entre los motivos para querer cambiar de trabajo, el 31% dijo que por lograr la superación personal, el 21% para ejercer un oficio del cual tienen conocimientos, un 10% por cambiar de ambiente, 10% por aburrimiento y 10% porque no le gusta el comercio.

La decisión de cambiar o no de trabajo por sexo y edad varía. Encontramos que existe mayor disposición para cambiar de trabajo entre los jóvenes de 16 a 25 años, disposición que va disminuyendo conforme la edad avanza; también se notó una mayor disposición a cambiar de trabajo por parte de mujeres.

3.1.2. DATOS OBTENIDOS DE LOS 196 TRABAJADORES DE LOS 85 PUESTOS ENCUESTADOS.

La encuesta aplicada permitió obtener datos de todas las personas que participaban en las diferentes actividades de cada uno de los puestos entrevistados, de las cuales se registraron 196 casos. Cada entrevistado (85), accedió a dar información referente a cada una de las personas involucradas en el trabajo del puesto, sin embargo, el obtener información de terceras personas implica el no obtener toda la información (por olvido o por ignorancia), a esto se debe la falta de algunos casos en las frecuencias presentadas, sin embargo los datos obtenidos se consideraron como el 100%.

El promedio de personas por puesto fue de 2, en cuanto a la escolaridad de los comerciantes, el nivel de estudios es bajo, pues el 68% tiene estudios de secundaria o técnicos como máximo (Cuadro 15).

CUADRO 15
ESCOLARIDAD DE LOS COMERCIANTES

NIVEL ESCOLAR	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
ESTUDIOS MÁXIMOS DE PRIMARIA	34	57
SECUNDARIA Y/O ESTUDIOS TÉCNICOS	34	58
BACHILLERATO	25	43
PROFESIONAL	7	12
TOTAL	100	170

Fuente: la misma del cuadro 1.

Los bajos niveles educativos de los comerciantes de la muestra

indican que no es necesaria una calificación para desempeñarse en esta actividad, por lo que es muy atractiva para aquellos contingentes que no obtienen trabajo por la falta de calificación así como, para los que no tienen una experiencia laboral previa.

El tipo de relación de los participantes con el dueño del puesto, en términos de familiar o empleado, permite la diferenciación de los puestos de tipo familiar con los que no lo son; asunto tratado en el siguiente capítulo (Cuadro 16).

CUADRO 16
RELACIÓN DE LOS TRABAJADORES DEL PUESTO
CON EL DUEÑO.

	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
DUEÑOS	28 %	54
FAMILIARES DIRECTOS	26 %	52
FAMILIARES INDIRECTOS	15 %	29
EMPLEADOS	31 %	61
TOTAL	100 %	196

Fuente: la misma del cuadro 1.

Como se observa en el cuadro, es mayor la presencia de familiares directos e indirectos, lo que puede prever la existencia de negocios de tipo familiar. Sin embargo, los empleados aún cuando son menores en número, pueden expresar la plusvalía de los ingresos de los negocios sobre la satisfacción de las necesidades básicas de las familias.

El número de dueños encontrados (54) nos da como resultado que en aproximadamente un 40% de los puestos, los dueños no participan en las actividades del mismo.

TIPO DE REDES SOCIALES QUE INTERVIENEN EN LA INCURSIÓN DE PERSONAS A LA ACTIVIDAD DEL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA.

La familia constituye el principal medio de socialización e ingreso a esta actividad, de hecho, al igual que otras actividades productivas características del barrio, esta actividad se hereda como forma de ganarse la vida de generación a generación. Se encontraron por lo menos 3 generaciones familiares consecutivas que han desarrollado esta actividad.

Los factores intervinientes para la transmisión de esta actividad por generaciones familiares son: a) la posesión de los puestos, los cuales son heredados de padres a hijos y, b) el vínculo del comercio con la vivienda, que permite el involucramiento de integrantes de la familia en las actividades del puesto.

**CUADRO 17
PRIMER FAMILIAR QUE FUE COMERCIANTE**

GENERACIÓN	FAMILIAR	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
3er. GENERACIÓN	ABUELOS	14	21
2da. GENERACIÓN	PADRES, TÍOS, SUEGROS.	53	79
1er. GENERACIÓN	ENTREVISTADOS	17	25
1er. GENERACIÓN	HERMANOS, PRIMOS ESPOSOS.	15	23
	HIJOS	1	2
TOTAL		100	150

Fuente: la misma del cuadro 1.

Las redes sociales de tipo vertical (de padres a hijos) han imperado sobre las horizontales (de hermanos a hermanos) en las familias de comerciantes, lo que constituye un factor básico para la incursión a esta actividad y desmiente que estas actividades se caractericen por ser de fácil ingreso.

SALARIOS PERCIBIDOS.

En la pregunta referente a ingresos, gran parte de los comerciantes se mostraron desconfiados a contestar y algunos no lo hicieron, de los que si emitieron una respuesta, se encontró una proporción de individuos que no percibía ningún tipo de ingreso por su labor en el puesto, se trata de familiares del dueño, en su mayor parte esposos (as) e hijos (as).

El número de ingresos registrados fue 106, los cuales fueron muy dispersos, pero si pueden darnos una idea de los mismos que permitan una comparación respecto al salario mínimo mensual vigente en diciembre de 1993 que era de N\$399.00.

CUADRO 18
 INGRESO MENSUAL DE LOS COMERCIANTES RESPECTO AL
 SALARIO MÍNIMO MENSUAL VIGENTE EN 1993.

VALOR ABSOLUTO	SALARIOS MÍNIMOS	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
- de N\$399	- de 1	8	9
N\$399 a N\$598	de 1 a 1 1/2	16	17
N\$599 a N\$798	de 1 1/2 a 2	21	22
N\$799 a N\$1197	de 2 a 3	33	35
N\$1198 o +	más de 3	22	23
TOTAL		100	106

Fuente: la misma del cuadro 1.

Es importante aclarar que el pago a los comerciantes en vía pública del barrio se hace semanalmente y depende del cargo en el puesto, es decir, si son empleados o familiares, así como, de los días y horarios de trabajo.

Este tipo de comercio tiene la ventaja de poder dar facilidades de horario, por lo que existe una diversidad de los mismos, pues aún cuando un alto porcentaje de los comerciantes trabajan en el puesto diario, no todos lo hacen en el mismo horario, es decir, no trabajan el mismo número de horas.

También se vio la presencia de personas que trabajaban sólo en determinados días de la semana o los fines de semana, lo que implica un menor ingreso, estos últimos son hijos de los dueños que por otras actividades como sus estudios no pueden participar de manera muy activa en el puesto.

3.2 ORGANIZACIÓN COMERCIAL.

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES ESTABLECIDOS DEL BARRIO DE TEPITO.

La Asociación de Comerciantes Establecidos de Barrio de Tepito se funda legalmente en el año de 1973, por la necesidad de ordenar el comercio que existía en el barrio, el cual estaba expuesto a la irregularidad y represión de las autoridades delegacionales.

Cuando se inició la organización no existía el tianguis, por lo que se empezó representando a los comerciantes establecidos que sufrían restricciones. Posteriormente, ante el crecimiento del número de comerciantes en la vía pública, se empezó también a organizar a los comerciantes ambulantes, quienes pasaron a ser comerciantes en vía pública.

En un principio la Asociación contaba a 150 agremiados, número que ha ido creciendo con el tiempo, en la actualidad cuenta con 1,200 aproximadamente entre comerciantes establecidos y en vía pública.

Cuando se organizó a los comerciantes en vía pública también a los locatarios se les hizo entrega de un puesto frente a su local, para evitar el enfrentamiento entre ambos grupos, problema que caracteriza al Centro Histórico de la Ciudad.

Cuando se instrumentó el plan Tepito la Asociación hizo el diseño y planificación de la zona comercial del barrio y formó parte del consejo representativo del barrio.

Puede considerarse una Asociación de carácter tradicional, en la cual el dirigente, ocupa su lugar en forma definitiva; el cargo fue dado por consenso a partir de su trabajo en el comercio.

El Secretario General Miguel Galán Ayala, quien además es el Secretario General de la Confederación de Organizaciones de Comerciantes de la Zona Económica Tepito y el Distrito Federal. Esta persona cuenta con una larga experiencia como comerciante (su padre también fue comerciante y dirigente), así como de político (había sido dirigente del tianguis de la Lagunilla). A la Asociación se integró como asesor y con el paso del tiempo llegó a Presidente de la misma.

Actualmente la Asociación cuenta con un Comité Ejecutivo, un Presidente, un Secretario General, un Oficial Mayor, un Tesorero, Coordinadores por calle y el órgano supremo que es la Asamblea General. Cuenta también con un estatuto que rige las normas de los dirigentes y de los agremiados.

Las cuadras que actualmente abarca la Asociación son: El Eje 1 Norte (4 cuadras, entre González Ortega y Jesús Carranza), Florida (2 cuadras, entre Caridad y Rep. de Costa Rica), Aztecas (2 cuadras, entre Fray Bartolomé de las Casas y Eje 1 Norte), Tenochtitlan (1 cuadra, entre Fray Bartolomé de Las Casas y Matamoros), Toltecas (1/2 cuadra, Entre Fray Bartolomé de las Casas y Matamoros), Rivero (1/2 cuadra, entre Toltecas y Avenida del Trabajo)⁵⁶.

Para el financiamiento de la Asociación, se ha instrumentado un sistema de caja de ahorros voluntaria con los agremiados, lo que les ha permitido disponer de fondos; también se instrumentó un sistema de membresía, que consta de una cuota de 1 peso nuevo

⁵⁶ Véase mapa en el anexo.

diario.

En 1977 se firmó un fideicomiso con recursos de los comerciantes con el fin de mejorar el barrio. El proyecto con que cuenta la Asociación es conocido como Tepito 2000 y, entre sus objetivos se cuenta el promover la inversión en el barrio, el mejorar la zona comercial, el incrementar de estacionamientos y la apertura de accesos que se han visto cerrados por el comercio. Dicho proyecto, tiene planeado iniciarse en 1993.

FORMAS DE OBTENCIÓN DEL PUESTO.

La mayoría de los agremiados de la Asociación obtuvo el puesto por medio de concesión de la Asociación (Ver cuadros 19 y 20).

CUADRO 19
FORMA EN QUE OBTUVIERON EL PUESTO

COMO OBTUVO EL PUESTO	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
FUE CONCESIÓN	61%	42
ES RENTADO	12%	8
POR COMPRA	9%	6
POR INICIATIVA PROPIA	7%	5
POR HERENCIA	7%	5
POR OTROS MEDIOS	4%	3
TOTAL	100%	69

Fuente: la misma del cuadro 1.

CUADRO 20
DE QUIEN SE OBTUVO EL PUESTO

DE QUIEN	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
DE LA ORGANIZACIÓN	81	48
DEL DUEÑO ANTERIOR	7	4
DE UN FAMILIAR	7	4
DE UN AMIGO	5	3
TOTAL	100	59

Fuente: la misma del cuadro 1.

Como se explicó anteriormente, la forma en que se agremió a los afiliados fue cediéndolos un puesto en los espacios geográficos que corresponden a la Asociación, estos espacios se obtuvieron por medio de negociaciones con la delegación correspondiente, hecho que puede interpretarse como una afiliación no voluntaria pero necesaria para obtener el puesto. Entre los motivos que los entrevistados expusieron para haberse afiliado a la organización, la obtención del puesto fue el 37% (Cuadro 21).

CUADRO 21
MOTIVOS DE AFILIACIÓN A LA ORGANIZACIÓN

MOTIVO POR EL QUE SE AFILIÓ	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
POR OBTENER EL PUESTO PORQUE FUE LA ORGANIZACIÓN QUE REPARTIÓ LA CALLE POR SEGURIDAD PARA SU NEGOCIO	37	22
PORQUE NO HAY CORRUPCIÓN	30	8
POR OTRAS RAZONES	13	8
TOTAL	100	60

Fuente: la misma del cuadro 1.

La diferencia entre los dos primeros motivos expuestos en el

cuadro 21 es que en el primer caso se encuentran los comercios instalados cuando surgió la organización o poco después, mientras que en el segundo se pueden localizar los comercios ubicados en las calles que después pertenecerían a la Organización.

De lo anterior se puede concluir que la Organización se conformó a partir de la dotación de los puestos y, por ello, esta es la forma en que ejerce la cohesión sobre los agremiados.

El promedio de años de los agremiados en la asociación fue de 13. La asociación ha venido creciendo en el número de agremiados desde su conformación, presentándose periodos de auge, los cuales están ligados a hechos relevantes sufridos en el barrio. Los periodos de establecimiento de puestos fueron los siguientes:

CUADRO 22
ANTIGÜEDAD DE LOS PUESTOS

AÑOS	PORCENTAJE DE PUESTOS INSTALADOS	NO. DE CASOS
1970-1978	47	31
1979-1985	35	23
1986-1992	18	12
TOTAL	100	66

Fuente: la misma del cuadro 1.

El primer periodo corresponde al surgimiento de la organización, el segundo a la apertura de la calle Florida, al periodo de la construcción de los ejes viales en Tepito, hasta antes del sismo de 1985. El tercer periodo comprende el auge después del sismo, y el cuarto periodo es el de la entrada de mercancías extranjeras por la integración de México al GATT.

En la entrevista se trató de rescatar la percepción que tienen los comerciantes respecto a su organización, con la intención de medir su fuerza y representatividad y el tipo de problemas enfrentan los comerciantes. Los principales beneficios que se mencionaron se muestran en el cuadro 23.

CUADRO 23
PRINCIPALES BENEFICIOS DE LA ASOCIACIÓN

BENEFICIOS	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
LA OBTENCIÓN DEL PUESTO	19	12
NINGUNO	12	8
POSEER UN TRABAJO	12	8
NO TENER PROBLEMAS CON LA DELEGACIÓN	11	7
EL NO COBRO DE CUOTAS	11	7
MEJORAN SUS VENTAS	11	7
SEGURIDAD EN SU NEGOCIO	9	6
OBTENCIÓN DE PRESTAMOS	8	5
OTROS BENEFICIOS	7	4
TOTAL	100	64

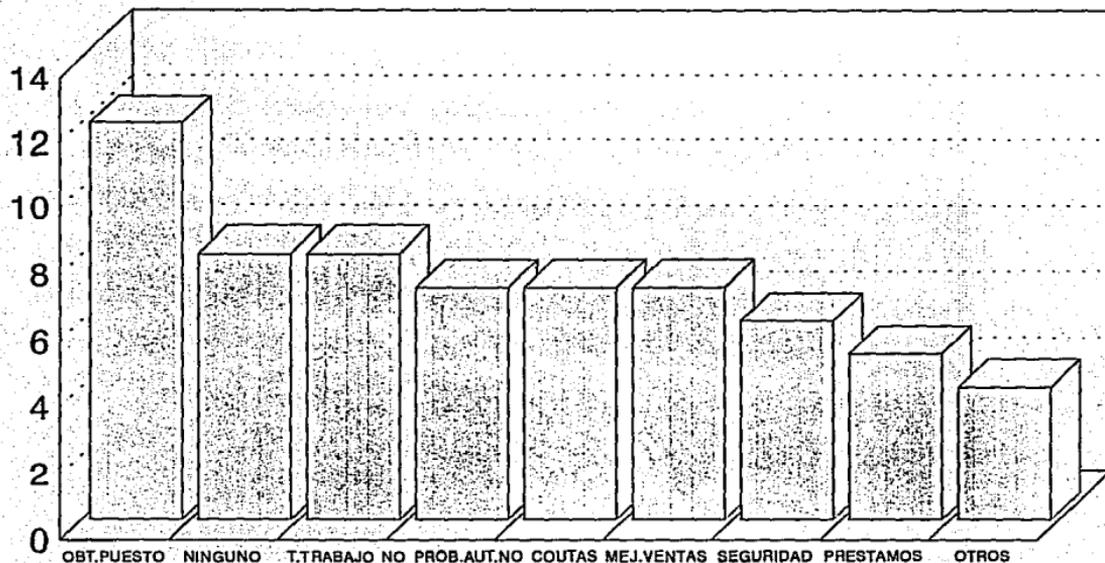
Fuente: la misma del cuadro 1. Ver gráfica No. 2

En cuanto a las desventajas que veían de pertenecer a la asociación, un 93% de los casos expresó que no había ninguna desventaja, para aquellos que veían alguna, se mencionaron la falta de apoyo a los agremiados, y las altas cuotas.

PROBLEMAS DEL BARRIO.

El comercio en vía pública es un fenómeno que involucra conflictos, no sólo por considerársele una actividad irregular, sino también: a) por la forma un tanto improvisada de ser ejercido, b) por lo atractivo que resulta tanto como actividad lucrativa y c)

GRAFICA NO. 2
PRINCIPAL BENEFICIO DE LA ASOCIACION
SEGUN ENTREVISTADOS



■ BENEFICIOS

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes en vía pública de Tepito, 1992.

por su carácter masivo.

Los comerciantes tienen que enfrentar una serie de problemáticas cotidianas, y entre las mencionadas está la delincuencia como el principal problema expresado (cuadro 24). No resulta extraño si se piensa que por tratarse de un gran centro y de uno de los lugares con mayor concentración de comercio, es atractivo para los asaltantes.

La inseguridad ante las autoridades expresa la susceptibilidad del comercio. Aun cuando la asociación garantiza cierta protección.

CUADRO 24
PRINCIPALES PROBLEMAS DE LOS COMERCIANTES

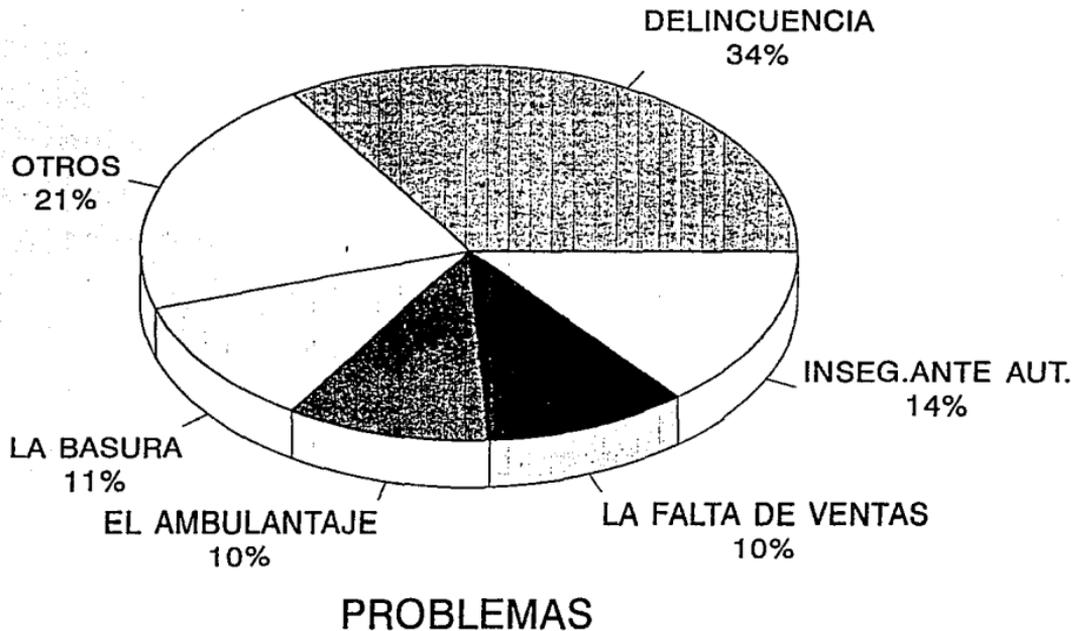
PROBLEMÁTICA	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
DELINCUENCIA	34	27
INSEGURIDAD ANTE LAS AUTORIDADES	14	11
LA BASURA	11	9
EL AMBULANTAJE	10	8
FALTA DE VENTAS	10	8
OTRAS	21	17
TOTAL	100	71

Fuente: la misma del cuadro 1. Ver gráfica No. 3

El tercer problema mencionado fue la basura. Este involucra tanto al sector comercial de Tepito, como al barrio en su conjunto, pues se trata de desechos comerciales, domiciliarios y de los generados por los compradores, el problema se deriva de que se trata de un espacio geográfico pequeño y limitado en sus accesos.

El ambulante es un problema por demás ilustrativo, pues pareciera que se tratara de los "ambulantes de los ambulantes", es significativa la forma en que anteriores ambulantes al momento de

GRAFICA NO. 3
PROBLEMAS DE LOS COMERCIANTES
DEL BARRIO DE TEPITO



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes en vía pública de Tepito, 1992.

pertenecer a una organización adquieren cierto poder. En cada nivel se oprime a un grupo más débil; así los comerciantes establecidos ejercen su poder sobre los comerciantes en vía pública y estos, a su vez, ejercen el propio sobre los comerciantes ambulantes, lo que se explica en términos de reconocimiento social o status comercial, muy relacionado con instancias organizativas.

Entre las soluciones que los comerciantes proponen para enfrentar los problemas expresados, se mencionaron los siguientes (Cuadro 25).

CUADRO 25
SOLUCIONES PROPUESTAS

SOLUCIONES	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
MAYOR VIGILANCIA	20	14
MAYOR PRESENCIA DE LÍDERES	15	10
REORDENAMIENTO DEL COMERCIO	13	9
MAYOR PRESENCIA DE AUTORIDADES	12	8
MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS	10	7
NO LE VEN SOLUCIÓN	10	7
OTRAS SOLUCIONES	20	14
TOTAL	100	69

Fuente: la misma del cuadro 1.

Los resultados anteriores dan evidencia de que la seguridad representa un problema grave entre los comerciantes, aún cuando las mismas organizaciones han instrumentando medidas tales como cuerpos especiales de vigilancia y la represión de los asaltantes que son capturados. La insuficiencia de dichas medidas hace que los comerciantes consideren necesaria una mayor presencia de líderes y autoridades para la solución de éste y otros problemas del barrio.

CAPITULO 4

4.1 CARACTERIZACIÓN DE LOS PUESTOS.

En este capítulo se hará una descripción de las características de infraestructura y económicas de los puestos, ello con la intención poder definir más adelante los tipos de puestos que se localizan en el barrio.

NÚMERO DE PUESTOS POR DUEÑO

En la pregunta que se refería al número de puestos de los que el dueño es propietario, un 76% manifestó ser dueño de un sólo puesto, el 12% de dos puestos, y el resto de 3 o más.

Es común que en esta Asociación, los propietarios de locales comerciales sean dueños de un puesto comercial o más, esta fue la forma en que la Asociación (que en un primer momento representó a los comerciantes Establecidos), se evitó el enfrentamiento comercio establecido-comercio en vía pública, pues cuando organizó las calles para el comercio, a los dueños de locales que se afiliaban a la Organización les otorgó un puesto comercial frente a su local.

Del total de puestos entrevistados un 36% tenían locales además del puesto, de ellos, un 84.6% tenían uno, y 15% dos.

Las actividades que se realizan en un puesto comercial requieren de varias personas, el número depende de la cantidad de mercancía que se maneja, de la demanda de la misma, de los apoyos familiares existentes, de la distancia entre el puesto y el lugar

donde se guarda la mercancía y otras.

Cuando se va de compras a Tepito sólo se observa el puesto y a la persona que lo atiende, detrás de esta apariencia se desarrollan una serie de actividades y se requiere una infraestructura previa. Estas actividades son: instalación, transporte de mercancía, acomodo, venta, contabilidad, servicios de alimentación para los que atienden, provisión de mercancía, desmonte del puesto, guardado, almacenado etc.

Lo que muestra una serie de actividades en las que intervienen de manera directa o indirecta varias personas, al momento de hacer la pregunta a los entrevistados muchos contestaban que sólo intervenía una persona, es decir, la que atiende el puesto, por lo que se tenía que recurrir a mencionarles las diferentes actividades necesarias para el puesto, para que contemplaran a los demás participantes.

De los puestos en que se realizó la entrevista un 42% requiere de dos personas, un 22% sólo de una persona y un 14% requiere de 3 personas, el restante 22% requiere de 4 personas o más.

El 88% de puestos entrevistados tienen un máximo de 4 personas que participan en las diferentes actividades. Los giros en que se encontró más de cuatro personas por puesto fueron: Ropa, alimentos, cassettes, discos y películas y otros.

En la pregunta que se refería al número de dueños que ha tenido el puesto, un 85% de los puestos sólo había tenido un dueño que era el actual y sólo el 15% había tenido dos.

GIROS DE MERCANCÍA.

Considerando que en la mayoría de puestos se expiden varios giros de mercancía, se pregunto por el primer, el segundo y tercer giros de mercancía por puesto.

En cuanto al primer giro de mercancía la Ropa ocupa el primer lugar con un 31%.

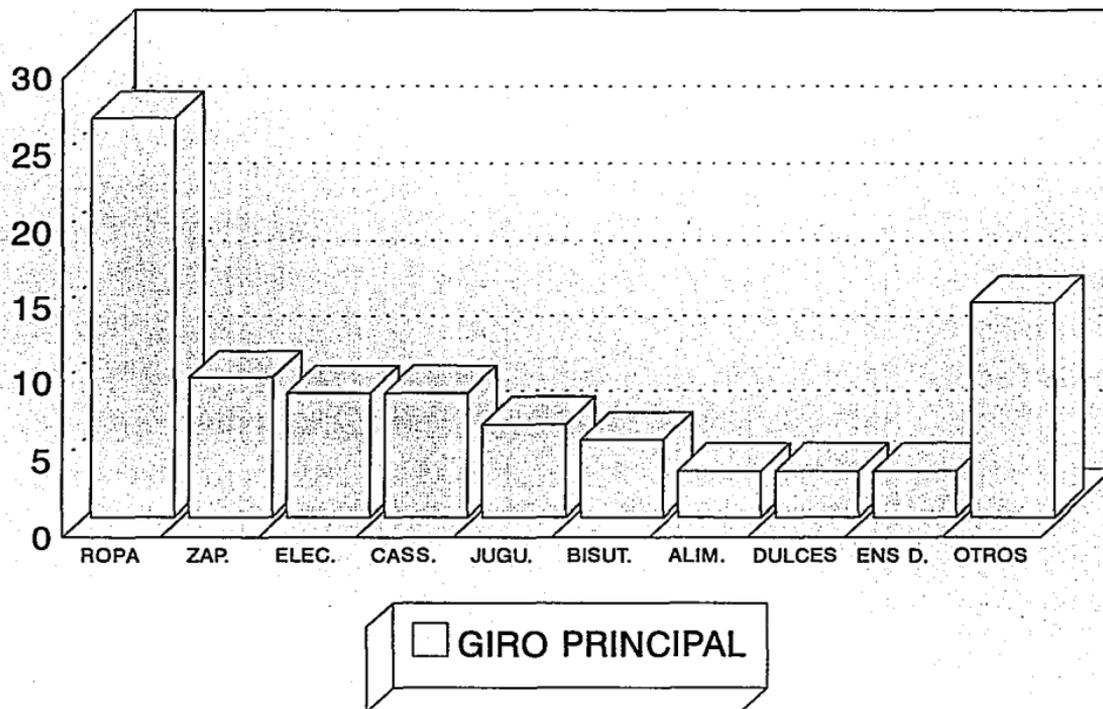
CUADRO 26
GIROS DE MERCANCÍA, PUESTOS ENCUESTADOS.

GIRO PRINCIPAL	FRECUENCIA	NO. DE CASOS
ROPA	31	26
ZAPATOS	11	9
ELECTRODOMESTICOS	9	8
CASSETTES, DISCOS Y PELÍCULAS	9	8
JUGUETES	7	6
BISUTERÍA	6	5
ALIMENTOS PREPARADOS	4	3
DULCES	4	3
ENSERES DOMÉSTICOS	4	3
OTROS VARIOS	15	14
TOTAL	100	85

Fuente: la misma del cuadro No. 1. Ver gráfica 4.

Un 35% manejaba un segundo giro de mercancía, y un 11% hasta tres giros, los giros secundarios, se manejan en menores cantidades y son cambiantes. Algunos giros como los juguetes, útiles escolares o regalos se introducen por temporada. Esta es una característica del comercio en vía pública que les permite cambios constantes de giros de mercancía como una forma de aprovechar las temporadas de venta de determinados artículos y contrarrestar las malas temporadas para los comerciantes.

GRAFICA NO. 4
GIROS DE MERCANCIA
NUMERO DE CASOS ENTREVISTADOS



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes en vía pública de Tepito, 1992.

PROCEDENCIA DE LA MERCANCÍA.

La pregunta que se refiere a la procedencia de la mercancía hace referencia a si se trata de artículos nacionales o extranjeros, lo que nos da una idea de la magnitud de mercancía extranjera expedida en los puestos de Tepito, y en relación a artículos nacionales, la posibilidad de que se expidan artículos producidos en el barrio.

CUADRO 27
PROCEDENCIA DE LA MERCANCÍA

PROCEDENCIA	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
NACIONAL	45%	38
EXTRANJERA	19%	16
NACIONAL Y EXTRANJERA	36%	31
TOTAL	100%	85

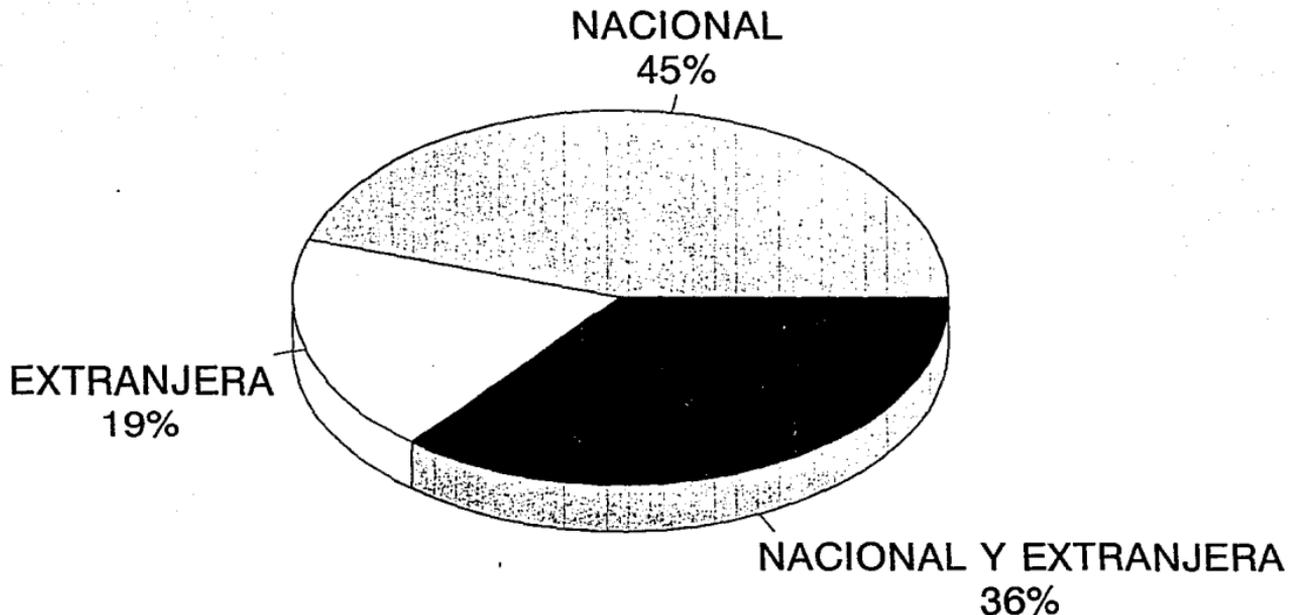
Fuente: la misma del cuadro No. 1. Ver gráfica 5.

Según estos resultados en un 55% de los puestos se expidan artículos extranjeros, de los cuales un 19% combinan con artículos nacionales.

En cuanto a la procedencia de la mercancía por giros, los giros que en su mayoría son adquiridos en el país son: ropa con un 62%, y zapatos con un 67%; los artículos que en su mayoría son de origen extranjero son: los electrodomésticos con un 63%, y juguetes con un 50%.

En los puestos que manejan mercancía tanto nacional como extranjera, los giros más representativos fueron: bisutería con un

GRAFICA NO. 5
PROCEDENCIA DE LA MERCANCIA
EXPEDIDA POR PUESTO.



ORIGEN DE LA MERCANCIA.

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes en vía pública de Tepito, 1992.

60%, dulces con 67% y otros con 40%.

CAMBIOS DE GIRO.

Del total de entrevistados, un 60% manifestó haber vendido siempre el mismo giro, es decir, que no han llevado a cabo cambio de giro, y un 40% respondió si haber cambiado de giro al menos una vez.

De los casos que expresaron haber dado un cambio de giro, el 24% lo hizo antes de 1988, el 38% lo hizo de 1988 a 1991 y el otro 38% en 1992.

Los cambios de giro se han acelerado con el tiempo siendo el último año el que presentó más casos; dentro de este año los que llevaban un mes o menos de haber echo el cambio representaban el 42%.

Si observamos las causas de los cambios de giro se explica en parte este fenómeno:

CUADRO 28
MOTIVOS DE CAMBIO DE GIRO

PORQUÉ CAMBIO DE GIRO	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
CAMBIA DE MERCANCÍA SEGÚN LA TEMPORADA	27%	9
NO GANABA LO SUFICIENTE EN EL GIRO ANTERIOR	21%	7
NO CAMBIO SOLO INTRODUIÓ UN NUEVO GIRO	15%	5
OTROS MOTIVOS	37%	12
TOTAL	100%	33

Fuente: la misma del cuadro No. 1.

Los casos que se pueden considerar como un cambio definitivo de mercancía son los que manifiestan que en el giro anterior no ganaban lo suficiente, los que manifestaron cambiar de mercancía según la temporada son los que manifiestan mayores cambios en el tiempo y son más adaptables al mercado; mientras, los que expresaron sólo haber introducido otro giro no se considera como cambio de giro propiamente, aun cuando al momento de la entrevista así lo expresaran.

De las mercancías que fueron sustituidas por otro giro, la ropa fue la más representativa:

CUADRO 29
GIRO ANTERIOR DE MERCANCÍA

QUE VENDÍA ANTES	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
ROPA	47	15
OTRO GIRO	53	14
TOTAL	100	29

Fuente: la misma del cuadro No. 1.

En la pregunta de si les gustaría cambiar de giro, un 78% respondió que no y un 22% que sí. De los que respondieron que sí, un 38% dijo que le gustaría cambiar a ropa, un 31% a electrodomésticos y el otro 31% a cualquier otro giro.

Las causas que expresaron para querer cambiar de giro de mercancía fueron: porque en ese giro se gana más un 40%, porque no siempre se vende bien 20%, y por otras causas 40%.

VENTA.

Los porcentajes de ganancia que manifestaron los entrevistados

fueron los siguientes:

CUADRO 30
GANANCIAS DE LOS PUESTOS

PORCENTAJE DE GANANCIA	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
10% Y -	17	9
10%	50	26
11 A 20%	25	13
21% Y +	8	4

Fuente: la misma del cuadro No. 1.

De acuerdo a estas cifras, la mitad de los entrevistados sólo obtienen como ganancia de sus ventas un 10%.

Por giro de mercancía, los que presentan un mayor porcentaje de ganancia fueron: zapatos, alimentos preparados y otros; los giros que obtienen hasta un 15% de ganancia fueron electrodomésticos; ropa; juguetes; cassettes, discos, y películas y dulces. Hasta un 20 por ciento obtienen ropa, bisutería y otros.

La venta mensual en valores absolutos fue la siguiente:

CUADRO 31
VENTA MENSUAL

VENTA MENSUAL	PORCENTAJE
600 a 3000	13 %
3001 a 7500	17 %
7501 a 15000	27 %
15001 a 30000	25 %
30001 y +	18 %
TOTAL	100 %

Fuente: la misma del cuadro No. 1.
Estas cifras están expresadas en nuevos pesos.

Estos resultados, muestran la rentabilidad de los negocios, que aun restando los gastos de reinversión en mercancía y los

salarios pagados, son muy superiores los ingresos al salario vigente en diciembre de 1992. Cuando un salario mínimo era de N\$399.⁵⁷.

INSTALACIÓN DE PUESTOS POR CALLE Y AÑO.

La instalación de puestos por calle no fue algo programado pues, ha sido un proceso continuo en el tiempo, sin embargo, si se pueden identificar años de auge en la instalación de puestos por calle, sobre todo los periodos de aperturas de calle para el comercio organizado, lo que se encontró fue lo siguiente:

CUADRO 32
AÑOS EN QUE SE INSTALARON MAS COMERCIOS POR CALLE

CALLE	PROMEDIO DE AÑOS DE INSTALACIÓN
AZTECAS	1974
EJE 1 NORTE	1979
TENOCHTITLAN	1981
FLORIDA	1982-1983

Fuente: la misma del cuadro No. 1.

De acuerdo a estos datos, el auge comercial que se da a finales de los ochenta y principios de los noventa, obedece más a la movilidad de comerciantes que de puestos.

FORMAS DE ADQUISICION DE PUESTOS.

⁵⁷ Tablas de salario mínimo en 1992. Comisión Nacional de salario mínimo. 1992.

Las diferentes formas en que los comerciantes adquirieron los puestos, han variado en el tiempo, si bien, la Asociación se ha mantenido como el principal medio para su obtención, se han presentado otras formas como la compra, la renta y la herencia. De 1970 a 1992, estas formas han cambiado:

CUADRO 33
FORMAS EN QUE SE ADQUIRIERON LOS PUESTOS
POR PERÍODOS DE TIEMPO.

	1970-1978	1979-1985	1986-1988	1989-1992
COMPRA	13%	4%	--	--
HERENCIA	13%	13%	14%	--
RENTA	3%	--	14%	40%
PRÉSTAMO	--	8%	--	--
ASOCIACIÓN	63%	57%	71%	20%
INIC. PROPIA	10%	4%	--	20%
OTROS	8%	4%	1%	20%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente: la misma del cuadro No. 1.

Como se observa la Asociación aunque se ha mantenido como el medio principal para la obtención de un puesto, su importancia ha disminuido con el tiempo, la venta de puestos también fue importante durante el surgimiento de la Asociación, donde además se nota la presencia de los comerciantes por cuenta propia que podemos asociar a los que existían antes de la Asociación.

Como se observa en el último periodo, la renta de puestos es el principal medio para su obtención, la cual ha aumentado en el tiempo, quizá por la falta de espacio de que actualmente sufren estas calles para la instalación de nuevos puestos, y la imposibilidad de venderlos.

4.2 IDENTIDAD CULTURAL DE LOS COMERCIANTES EN VÍA PÚBLICA DEL BARRIO DE TEPITO.

Las características de los negocios en cuanto a personas que los trabajan y la mercancía expedida, pueden ayudar a definir la relación establecida entre el comercio y el barrio, así como el grado de identidad cultural de los comerciantes.

Las preguntas referidas a los aspectos de identidad fueron de la 58 a la 68 (véase anexos).

Como se había dicho anteriormente, Tepito es un espacio rico en organizaciones que nutren su identidad, la participación activa de sus habitantes les permite una definición y mantenimiento constante de su identidad, a partir de la defensa de su espacio y de sus actividades.

La participación de los comerciantes en este tipo de organizaciones definen no sólo su identidad sino también, la relación existente entre el comercio con otros ámbitos del barrio.

CUADRO 34
PARTICIPACIÓN DE COMERCIANTES EN
ORGANIZACIONES DEL BARRIO

PERTENECE A OTRA ORGANIZACIÓN	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
SI	5	4
NO	95	76
TOTAL	100	80%

Fuente: la misma del cuadro No. 1.

El comercio forma parte en sí de una comunidad dentro del barrio en el cual existen otras formas de comunidades y de

organizaciones (vecinales, culturales, artesanales).

Al parecer, existe un distanciamiento entre las personas que ejercen el comercio respecto al resto de actividades y formas de participación comunal de Tepito.

Una de las posibles causas es que el comercio se manifiesta como una comunidad cerrada, dentro de una diversidad de comunidades que conforman el barrio y que puede ser explicada en términos de conflicto o armonía.

Los comerciantes se han enfrentado no pocas veces con organizaciones de inquilinos por problemáticas relacionadas a la provisión de servicios como, la dificultad del paso de camiones que reparten el gas o recogen la basura por la instalación de puestos en la vía pública.

Otro indicador relevante de este distanciamiento entre la actividad comercial y el barrio son las actividades que los comerciantes realizan en el mismo:

CUADRO 35
OTRAS ACTIVIDADES DE LOS COMERCIANTES EN EL BARRIO

	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
SI	25	18
NO	75	63
TOTAL	100	81

Fuente: la misma del cuadro No. 1.

La participación en formas de convivencia y trabajo en Tepito, también forma parte de las formas de interacción de los comerciantes con el lugar, pues implica la existencia de

intercambio de información y de el compartimiento de formas de lenguaje y de ideologías.

De las actividades en que participan los comerciantes en el barrio, las deportivas fueron las más significativas. Se da la presencia de formas de convivencia no formales.

La participación de comerciantes en Tepito es mayor en los casos en que son habitantes del mismo, el 78% de entrevistados que realizan alguna actividad en el barrio son habitantes de Tepito.

Un indicador de la permanencia de las formas de cultura en los comerciantes, es su participación en festividades tradicionales.

En cuanto a la participación en festividades, un 51% manifestó participar en estas, y un 45% que dijo no participar.

Del grupo de personas que participaban en festividades un 72% son residentes de Tepito.

En términos generales sólo la mitad de comerciantes participa en las fiestas tradicionales, de los cuales, en su mayoría se trata de habitantes del mismo, por lo que, la presencia de personas ajenas al mismo repercute negativamente en la continuidad de las tradiciones del barrio.

Entre las fiestas que se nombraron se encuentran tanto las de comerciantes como las del barrio.

-La fiesta de la parroquia de San Francisco el 4 de noviembre.

-La peregrinación que hacen a la villa los comerciantes el 17 de noviembre.

-El aniversario de la inauguración de los mercados.

-El aniversario de las Parroquias del Carmen y de San Ignacio.

-El aniversario de los puestos el 8 de septiembre.

Algunos entrevistados hacían referencia a las juntas de la Organización y a la participación de los agremiados en actos de carácter político del partido oficial como festividades, esta es la forma en que el gobierno ejerce el corporativismo y el clientelismo político en este tipo de organizaciones Populares.

El indicador que hace referencia al conocimiento de las formas tradicionales del comercio, supone que los nativos del barrio que siempre han vivido en él, tuvieron que ser partícipes de la historia o, por lo menos, pueden tener mayor conocimiento por ser parte integrante de la cultura del barrio.

Del total de entrevistados un 52% respondió que sí conocía estas formas tradicionales o alguna. De los conocedores un 68% vivía en Tepito.

Entre las formas de comercio tradicionales que fueron mencionadas se cuentan los tianguis, el tipo de comercio de madera que a la vez era vivienda, el comercio de "segundas" o artículos reciclados (como: ropa, planchas y relojes), el comercio ejercido en una manta en el suelo, la fayuca, los maleteros, los carreteros, el ropavejero y los cambiadores.

El conocimiento de personajes que se han identificado como símbolos de la cultura tepiteña así como de movimientos culturales del barrio, indica una participación no formal de los acontecimientos del mismo, como en indicadores anteriores, el conocimiento es mayor entre los comerciantes residentes del barrio.

En la pregunta referida al conocimiento de los movimientos

culturales o personajes surgidos en Tepito, el 44% respondió que no conocía ningún movimiento o personaje y el 49% que si, de éstos, el 68% era oriundo del barrio.

Los movimientos o personajes que se mencionaron fueron: el movimiento cultural Tepito Arte Acá, personajes como Armando Ramírez (escritor), Alfonso Hernández (Líder de opinión y Director del Centro de Estudios Tepiteños), Daniel Manrique (Pintor, fundador del Movimiento Cultural Tepito Arte Acá), el Maestro Casco (pintor); a boxeadores como: el Ratón Macías, y el Púas y a cantantes como Humberto Cravioto. También se hizo referencia a la visita de los franceses mediante el intercambio con el movimiento Tepito Arte Acá.

4.3 VÍNCULO BARRIO COMERCIO.

La relación casi simbiótica que existe en Tepito entre el Barrio y el comercio, puede encontrarse de varias maneras:

a) A diferencia de otros lugares donde se localiza este fenómeno (como el Centro Histórico de la Ciudad), la mayoría de los comerciantes son habitantes del barrio, a pesar de que en los últimos años se ha dado entrada a personas de otros lugares.

De los entrevistados, un 55% manifestó vivir en Tepito y de ellos un 79% expresó haber vivido siempre en el mismo.

b) El aprovisionamiento de mercancías que en Tepito implica, entre otras cosas, la venta de productos manufacturados en el barrio, así como toda una organización de proveedores de mercancía nacional y extranjera, implica también el involucramiento indirecto de un mayor número de tepiteños en esta actividad.

Aunque la mercancía que venden en los puestos, se compra en lugares diversos, Tepito es uno de los sitios principales de aprovisionamiento de productos que se expiden en el comercio; estos datos expresan también la infraestructura con que cuenta en recursos humanos y materiales, así como de la oferta de mercancía nacional y extranjera (cuadro 36).

CUADRO 36
DONDE COMPRAN LA MERCANCÍA

LUGAR	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
EN FABRICAS	26	21
CON OTROS COMERCIANTES	21	17
EN TEPITO	14	11
EN IMPORTADORAS	11	9
EN BODEGAS	6	5
EN EL CENTRO	5	4
OTROS LUGARES	17	13
TOTAL	100	80

Fuente: la misma del cuadro No. 1.

De lo anterior puede afirmarse que Tepito no sólo es un gran centro comercial, sino también proveedor de gran parte de los productos que ahí se comercian.

La pregunta de si se compraba alguna mercancía con proveedores, productores o comerciantes de Tepito, considerando la posibilidad de que en la primera pregunta sólo mencionaran uno de los lugares de entre varios donde se proveen, y que no se mencionara a Tepito. Las respuestas arrojan como resultado que el 55% de los puestos compra algún tipo de mercancía en Tepito.

Los principales giros de que se proveen los comerciantes en Tepito, considerando sólo los casos que dijeron proveerse en Tepito son:

CUADRO 37
GIROS QUE SON COMPRADOS EN TEPITO.

GIROS	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
ROPA	13	5
BISUTERÍA	11	4
CASSETTES, DISCOS Y PELÍCULAS	11	4
ELECTRODOMESTICOS	5	2
OTROS GIROS	19	7
TODOS LOS GIROS ⁵⁸	41	16
TOTAL	100	38

Fuente: la misma del cuadro No. 1. Ver gráfica 6.

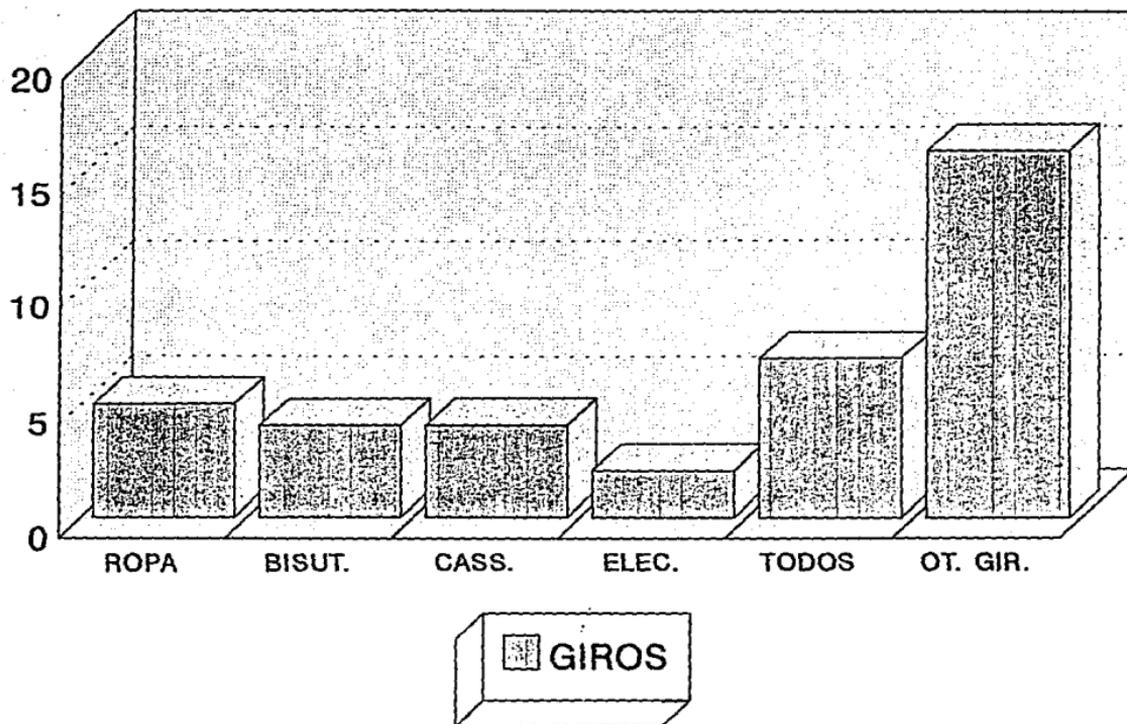
De los puestos en que se expedían electrodomésticos un 86% compraban sus productos en Tepito, en zapatos un 50%, bisutería 80%, cassettes, discos y películas el 75% y de otros 71%.

Estos giros muestran que existe un vínculo entre la dinámica comercial y las otras actividades que se desarrollan en el barrio, que se ensamblan como parte del comercio. Se hace referencia específicamente a la industria como la de ropa, zapatos, la producción de cassettes, discos y películas y a la introducción de artículos de "fayuca" (como los electrodomésticos, la bisutería, los juguetes y otros).

Algunas actividades se desarrollan también como actividades que escapan al control del Estado o que son toleradas por él, algunas se ejercen, incluso en forma clandestina.

⁵⁸ Todos los giros se refiere a puestos que manejan varios giros de mercancía, de los cuales todos son adquiridos en Tepito.

GRAFICA NO. 6
GIROS DE MERCANCIA QUE SE COMPRAN
EN TEPITO



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes en vía pública de Tepito, 1992.

c) El espacio habitacional como bodega. En los resultados de la encuesta se encontró que el 96% de los entrevistados guardaba la mercancía y el puesto en Tepito; de éstos un 35% lo hacen en una casa, local o bodega r ntada (cuadro 38).

CUADRO 38
LUGAR DONDE GUARDAN LA MERCANCÍA.

DONDE GUARDA LA MERCANCÍA	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
EN UNA CASA, LOCAL O BODEGA RENTADA	35	29
EN CASA DEL DUEÑO	32	26
EN CASA DE UN FAMILIAR DEL DUEÑO	13	11
EN EL LOCAL DEL DUEÑO	10	8
EN OTRO LUGAR	10	8
TOTAL	100	82

Fuente: la misma del cuadro No. 1.

La localización de estos lugares se ubica de manera mayoritaria en las calles donde ejercen el comercio y donde habitan los comerciantes (ver cuadro 39), de esta forma, se descubre la relación existente entre el ámbito cotidiano familiar y el ámbito de trabajo dentro del barrio:

CUADRO 39
LUGAR DONDE GUARDAN LA MERCANCÍA POR CALLE

CALLE	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
EJE 1 NORTE	17%	13
FLORIDA	23%	18
AZTECAS	25%	20
TENOCHTITLAN	19%	15
OTRAS CALLES	16%	13
TOTAL	100%	79

Fuente: la misma del cuadro No. 1.

Como se había encontrado en otros estudios del Barrio de Tepito, la importancia de la vivienda como espacio para habitar, y espacio de trabajo también se da en el caso del comercio. Si bien, en el comercio, la vivienda no es lugar de trabajo, si es el espacio que sirve como bodega para las mercancías y los puestos. De hecho se encuentran varias viviendas que sólo son empleadas como bodegas, lo que ha significado un desplazamiento del espacio de habitación y productivo.

CAPITULO 5**5.1 FAMILIAS DE COMERCIANTES EN VÍA PÚBLICA.**

En este capítulo se pretende caracterizar a las familias de los comerciantes en vía pública con la intención de encontrar la relación entre su actividad comercial con las características de su ciclo, composición y tamaño familiar, y la medida en que se puede explicar el comercio en vía pública como empresa familiar que responde a una estrategia de subsistencia.

JEFES DE FAMILIA.

Más de la mitad de los entrevistados manifestaron ser jefes de familia, la importancia de este hecho radica en el sostenimiento económico familiar, es decir, en términos generales, los jefes de familia son las personas que aportan el mayor ingreso para los gastos y disponen la forma de repartirlos, lo que les brinda un poder de organización sobre los demás integrantes.

CUADRO 40
QUIEN ES EL JEFE DE FAMILIA

JEFE DE FAMILIA	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
ENTREVISTADO	59	48
PADRE	22	19
ESPOSO	10	8
OTROS	9	7
TOTAL	100	82

Fuente: la misma del cuadro no. 1.

Un 78% por ciento de los jefes de familia son hombres, mientras un 22% mujeres, lo que nos habla de una cultura patriarcal imperante.

Las edades de los jefes de familia fueron las siguientes:

CUADRO 41
EDADES DE LOS JEFES DE FAMILIA

EDAD	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
22 a 35	27	22
36 a 49	32	26
50 y +	41	33
TOTAL	100	81

Fuente: la misma del cuadro no. 1.

Los jefes de familia en su mayoría son personas mayores, en el rango de 36 o más años se concentra el 73% de los casos, por lo que puede considerarse la edad como otro factor determinante para ser jefe, así, como el rol de padre o madre de familia, pues un 72% de los casos se trataba de padres de familia y en un 21% de madres.

Entre las ocupaciones registradas de los jefes un 77% manifestó ser comerciante, y sólo un 22% trabajaba en otra actividad no comercial.

DEPENDIENTES ECONÓMICOS DE LOS COMERCIANTES.

En todos los casos el jefe de familia aporta ingresos al gasto familiar. El 70% manifestó que el ingreso que obtiene del comercio le alcanza para cubrir las necesidades elementales de su familia; del 30% que manifestó que no le alcanza, la mitad se ayuda con los

ingresos de otros integrantes de su familia y la otra mitad complementa su presupuesto por otros medios, como los préstamos, el apoyo familiar, ingresos extra, etc.

El número de personas de la familia que dependen de los ingresos de los comerciantes entrevistados son los siguientes:

CUADRO 42
NO. DE PERSONAS QUE DEPENDEN DE LOS INGRESOS DEL JEFE
EN EL NEGOCIO

NUMERO	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
1	10	8
2	18	15
3	27	22
4	22	18
5	6	5
6	15	12
7 y +	2	3
TOTAL	100	83

Fuente: la misma del cuadro no. 1.

En el rango de 2 a 4 personas dependientes de los ingresos del entrevistado se concentra el 67% de los casos, lo que expresa la presencia de familias pequeñas en los comerciantes.

5.2 TAMAÑO DE LAS FAMILIAS.

Los criterios para definir el tamaño de familia, fue el siguiente:

FAMILIA PEQUEÑA. Con un máximo de cuatro miembros.

FAMILIA MEDIANA. De cinco a seis miembros.

FAMILIA GRANDE. Con siete miembros o más.

Los resultados fueron:

CUADRO 43
TAMAÑO DE LA FAMILIA

FAMILIA	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
PEQUEÑA	57	46
MEDIANA	36	29
GRANDE	7	6
TOTAL	100	81

Fuente: la misma del cuadro no. 1.

La poca la presencia de familias grandes, se debe quizá a que en la actividad comercial no se requiere de muchas personas para la realización de sus diferentes actividades.

5.3 COMPOSICIÓN FAMILIAR.

La composición familiar se relaciona con el parentesco de los miembros que viven en un mismo hogar, es así, que las familias nucleares son las compuestas por padres e hijos, la familia extensa es la integrada por los miembros de una familia nuclear más otros miembros o parientes no nucleares; un tercer grupo detectado es aquel donde los miembros que comparten un hogar sin componente nuclear, pudiendo ser o no parientes. Los resultados fueron los siguientes:

CUADRO 44
COMPOSICIÓN FAMILIAR

COMPOSICIÓN FAMILIAR	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
NUCLEAR	77	62
EXTENSA	20	16
SIN COMPONENTE NUCLEAR	3	3
TOTAL	100	81

Fuente: la misma del cuadro no. 1.

En el cuadro 44 se ve que la mayor parte de los casos, de las familias de comerciantes entrevistados son nucleares, lo que puede hablar de familias integradas.

5.4 CICLO FAMILIAR.

La variable de Ciclo Familiar depende de la edad del último hijo de la familia; ésta determina el estado en que se encuentra la familia en términos de la reproducción, la proporción de dependientes económicos e integrantes productivos. Por ello puede considerarse un indicador de la disponibilidad de miembros que trabajen, o en otras palabras del número de aportes económicos al hogar.

Las familias en que el hijo menor tiene ocho años o menos, se considera que se encuentran en la etapa de expansión, siendo posible tener más hijos, y donde buena parte de ellos no están integrados al trabajo productivo.

Los casos en que el hijo menor tiene más de ocho años y menos

de veinte, la posibilidad de tener hijos disminuye, y se cuenta con posibilidades reales de portadores de ingresos. Este ciclo se considera de estabilidad, pues se presenta un mayor balance entre el número de miembros en el hogar y el de ingresos al mismo.

Cuando el hijo menor tiene veinte años o más, empieza la etapa de fisión, siendo el momento en que los hijos empiezan a abandonar al hogar para constituir una nueva familia o independizarse, por lo tanto los miembros como los ingresos del hogar empiezan a disminuir.

Los resultados de la situación de los comerciantes en cuanto a su ciclo familiar fueron las siguientes:

CUADRO 45
CICLO FAMILIAR

CICLO	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
EXPANSIÓN	31	25
ESTABILIDAD	48	39
FISIÓN	21	17
TOTAL	100	81

Fuente: la misma del cuadro no. 1.

La mitad de los casos son familias en la etapa de estabilidad, lo que puede ser un factor que explique los comercios de tipo familiar en que el jefe del hogar es propietario del puesto, mientras en las familias en la etapa de expansión, la participación del padre o la madre en el comercio se da como empleados; mientras que, las familias en fisión son pequeños negocios que asegura a personas de mayor edad un ingreso económico que por su edad no pueden obtener por otros medios.

NUMERO DE HIJOS POR HOGAR.

El promedio de hijos por hogar fue de 2.4 lo que reafirma el hecho de que en su mayoría se trata de familias pequeñas, el número de hijos por hogar fue:

CUADRO 46
NUMERO DE HIJOS POR HOGAR

HIJOS	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
sin hijos	5	4
1 hijo	26	21
2 hijos	32	26
3 hijos	14	11
4 hijos	15	12
5 hijos o +	8	7
TOTAL	100	81

Fuente: la misma del cuadro no. 1.

Otro dato interesante es el número de ingresos al hogar, los cuales, considerando que se trata de familias pequeñas, en promedio son pocos.

CUADRO 47
NUMERO DE APORTES AL HOGAR

APORTES	PORCENTAJE	NO. DE CASOS
1 aporte	37	30
2 aportes	33	27
3 aportes	14	11
4 aportes	14	11
5 aportes o +	2	2
TOTAL	100	81

Fuente: la misma del cuadro no. 1.

En términos generales se puede concluir que, el tipo de familia que caracteriza a los comerciantes en vía pública, es la

familia pequeña, predominando las etapas de expansión o estabilidad, con pocos hijos y pocos aportes al hogar. Estos datos no se adecuan a la interpretación del comercio como empresa familiar en que, la participación de varios miembros del hogar (padres, hijos u otros parientes) participan en la actividad productiva o comercial.

Si embargo, no se descarta al comercio como una forma de subsistencia familiar, los hechos comprueban la importancia de este ingreso para los jefes y sus familias por diferentes razones:

- a) más de la mitad de los entrevistados manifestó ser jefe de familia.
- b) En gran parte de los casos, es el único ingreso disponible.
- c) La mayoría de los entrevistados tiene entre 2 y 4 dependientes económicos.
- d) en su mayoría se trata de familias nucleares, con pocos hijos, lo que está en relación con el número de portadores al gasto familiar, es decir, en los casos de familias que se encuentran en el ciclo de expansión sin varios ingresos económicos.

El tipo de familia también mantiene relación con el cargo que se desempeña en el puesto y el tipo de comercio de que se trate.

En la medida en que el tamaño y el ciclo de la familia permitan disponer de participantes en el negocio, su inserción será como empleado o como dueño (como empleado, se puede emplear un sólo miembro de la familia, como dueño necesita disponer de más personas

de su familia o contratadas), o podrá tratarse de negocios familiares o no familiares.

Es posible afirmar que la familia constituye el principal medio de ingreso a esta actividad, pues, como se había visto, es la principal forma de ingreso a la misma, pero también, el principal impulso económico y político al interior, pues de esta actividad dependen sus ingresos y la posición de sus integrantes en la definición de roles de participación y en términos de jerarquía.

A partir de las relaciones de tipo familiar en los puestos, se tejen una serie de relaciones en el barrio que constituyen su carácter cultural, es decir las relaciones familiares son las primarias en una red mayor donde se encuentran las relaciones vecinales, comerciales, gremiales y otras.

CAPITULO 6

6.1 TIPOLOGÍA DE COMERCIO EN VÍA PÚBLICA EN EL BARRIO DE TEPITO.

En este último capítulo se pretende hacer una síntesis de los resultados obtenidos en el trabajo, retomando los aspectos teóricos considerados al principio de la investigación, para intentar la construcción de una tipología del comercio desempeñado en las banquetas de Tepito.

Como se había dicho anteriormente, el comercio en vía pública obedece a múltiples factores, ya sea de carácter económico, político, cultural o social.

Desde el punto de vista económico se ha dividido a estas actividades entre las consideradas de subsistencia o de alta rentabilidad, así mismo se considera como la causa primordial de su desarrollo, la situación económica del país.

Desde el punto de vista político se ha considerado el desarrollo de las organizaciones, grupos de presión y el corporativismo de estos grupos, como causa de su desarrollo.

En el plano cultural, se ha justificado su desarrollo por la tradición de la actividad en determinados ámbitos.

En cuanto a lo social, se justifica como estrategia de sobrevivencia de las familias ante la crisis económica.

Estos diferentes argumentos, no están aislados y pueden tener diferente peso según el ámbito de estudio específico y el momento en que se realiza el análisis.

El problema de proponer una tipología implica el poder hacerlo

desde diferentes aspectos, puede hacerse por el tamaño del puesto según el número de participantes, entre puestos pequeños, medianos y grandes, sin embargo, la investigación arrojó como resultado una mayoría de puestos pequeños:

CUADRO 48
NUMERO DE TRABAJADORES POR PUESTO.

TRABAJADORES	PUESTOS	PORCENTAJE
1	24	29
2	32	39
3	14	17
4	5	6
5	5	6
6 Y +	3	3
TOTAL	83	100

Fuente: la misma del cuadro no. 1.

Si se pretende caracterizar los puestos según el tipo de trabajadores, es decir, si son familiares o no, se considera la unidad doméstica y la proporción entre las necesidades básicas de las familias con respecto a los ingresos del negocio.

Partiendo de los anterior podemos dividir los puestos entre los que se consideran empresas familiares y empresas no familiares.

Cuando se trata de puestos con empleados, los ingresos permiten una plusvalía que permite además de la satisfacción de las necesidades familiares, la contratación de personal en el puesto. Sin embargo, este factor también se puede deber a circunstancias de infraestructura necesaria en el puesto mas que a una cuestión de ingresos.

El porcentaje de puestos que pueden considerarse como no

familiares es de 53%:

CUADRO 49
NUMERO DE EMPLEADOS POR PUESTO

EMPLEADOS	NO. DE PUESTOS	PORCENTAJE
NINGUNO	47	57
1	19	23
2	11	13
3	4	5
4	2	2
TOTAL	83	100

Fuente: la misma del cuadro no. 1.

La separación entre puestos familiares y no familiares no implica necesariamente una delimitación entre puestos de subsistencia o de alta rentabilidad. Sin embargo, se observó la importancia del comercio en la subsistencia familiar de gran parte de las familias comerciantes, por lo que se puede reconocer un tipo de comercio de subsistencia.

Además de este tipo de puestos comerciales se encontró comercios rentables, que obedecen a la reinversión de capital, es decir, negocios que en sus inicios fueron familiares y con el tiempo y la reinversión de capital se fue haciendo rentable, lo que permitió la contratación de empleados. También puede ser que hayan nacido como negocios rentables.

Los negocios redituables pueden dividirse entre los que son negocios antiguos que han crecido por la reinversión del capital, y los que son redituables desde su surgimiento, es decir que son de alta rentabilidad.

Dentro de este último caso, se pueden considerar los puestos cuyos propietarios son locatarios o comerciantes "establecidos" del barrio (36% de los casos) así mismo, los puestos que fueron adquiridos por compra (9% de los casos).

Las diferencias entre los diferentes tipos identificados, obedecen a circunstancias de su surgimiento. Entre ellas se encuentran la historia del puesto, el desarrollo de la actividad comercial en el barrio, la situación familiar de los comerciantes y las políticas seguidas por la Asociación que organiza los puestos, tales como:

- a) El reparto de puestos entre los comerciantes locatarios de las calles que abarca la Asociación, lo cual implicaba un fuerte capital invertido, es decir se trata de comercios de alta rentabilidad, con contratación de empleados.
- b) El aglutinamiento de comerciantes que antes eran ambulantes, lo que les permitió mayor status en el ambiente comercial, y una mejor situación para su crecimiento y reinversión (este en el sentido de que adquieren una condición más estable y adquieren garantías para el desempeño de su actividad).
- c) El reparto de puestos entre residentes de las calles que delimitan la Asociación.
- d) Venta de puestos comerciales (sobre todo a personas que no son habitantes del barrio).

Estos factores que ejemplifican las diversas circunstancias

del surgimiento de puestos comerciales, también exponen algunas formas en que se han surgido puestos comercios considerados de alta rentabilidad.

El reparto de puestos entre habitantes del barrio puede considerarse la causa del surgimiento de otro tipo de comerciante, que yo llamaría "espontáneo", pues obedeció a circunstancias externas a su situación económica, social o familiar. Este tipo de comercio puede ser familiar o redituable según las características de la familia y el manejo que se haga del puesto.

De los tres tipos de comercio en vía pública, que se establecen a partir de un criterio de nivel de ingresos del puesto y volumen de inversión, los dos primeros pueden ser considerados redituables y el tercero no redituable.

- a) Negocios de reinversión de capital.
- b) Negocios de alta rentabilidad.
- c) Negocios de subsistencia.

Estos pueden ser negocios familiares, dependiendo de sus circunstancias específicas y los motivos de su surgimiento.

De las personas que trabajan en los puestos se encontró una mayor presencia de familiares del dueño que de empleados:

CUADRO 50
 NUMERO DE FAMILIARES DIRECTOS E INDIRECTOS EN LOS PUESTOS.

FAMILIAR	NO. DE PUESTOS	PORCENTAJE
DIRECTO		
0	25	30
1	52	63
2	4	5
3	1	1
6	1	1
TOTAL	83	100
INDIRECTO		
0	43	52
1	22	27
2	13	16
3	3	3
4	1	1
5	1	1
TOTAL	83	100

Fuente: la misma del cuadro no. 1.

Un 53% los puestos pueden considerarse familiares, es decir que no tienen empleados, sus integrantes pueden ser familiares directos o indirectos del dueño, si bien, los integrantes del núcleo familiar imperan, tomando en cuenta que se trata de familias en su mayoría pequeñas, en el ciclo de expansión o estabilidad disponen de los trabajadores necesarios, pues como se vio el puesto puede ser atendido hasta por una sola persona.

Dentro del 53% de puestos considerados como negocios familiares, pueden encontrarse:

- a) Los negocios, en que laboran sólo integrantes de la familia del dueño.

En el caso de los puestos no familiares, se incluyen:

a) Los que fueron una concesión de la Asociación de comerciantes a los locatarios del barrio.

b) los puestos que fueron adquiridos por compra.

Entre estos dos extremos, las demás categorías: espontáneos y de reinversión de capital, pueden o no ser negocios de tipo familiar, pues las circunstancias de su surgimiento y el desarrollo del puesto implica una diversidad de situaciones en cuanto a la conformación del puesto en términos de los participantes (si son familiares o empleados) y, en cuanto a si son comercios redituables o no.

Por último, pueden considerarse el 18% de comercios que consideramos "tradicionales", se trata de los puestos o comerciantes más antiguos que se han mantenido en las formas tradicionales de comercio, con el tiempo han incrementado su negocio en términos de monto y tipo de mercancía o, han adquirido más puestos.

CONCLUSIONES

Si bien, la intención de esta investigación era explicar de una manera general la dinámica comercial y el papel de la misma en el barrio de Tepito, los recursos y tiempos disponibles no permitieron esa tarea, por lo que, los resultados obtenidos tienen el sesgo de haberse obtenido de sólo un sector de los aproximadamente 6,300 comerciantes del barrio; que además, pertenecían a una sola Organización, La Asociación de Comerciantes Establecidos del Barrio de Tepito.

Entre las causas de incursión al comercio en vía pública, se encontró que la familia constituía el principal medio de socialización en esta actividad, es decir, se requiere de la existencia de redes sociales preestablecidas para poder ingresar, ya que los que entran por iniciativa propia representaron sólo el 14 % de los casos.

Este resultado descarta la posibilidad de acceso a esta actividad a cualquier persona, por lo que no se le puede considerar de fácil ingreso. Este dato nos permite comprender que la movilidad laboral entre sectores laborales, por ejemplo de trabajos asalariados a trabajos no asalariados no es fluida pues, existen una serie de mecanismos y redes sociales que la regulan.

Las principales motivaciones para ingresar a esta actividad además de la familia fueron: la necesidad económica y la falta de trabajo con un 18% de los casos, los que podemos considerar como los contingentes que optaron por esta actividad porque de alguna manera fueron afectados por la crisis económica.

Es importante destacar que la mitad de los casos son

comerciantes sin ninguna experiencia laboral previa, entre jóvenes que dejaron sus estudios y amas de casa que se involucraron en esta actividad, de lo cual se pueden concluir dos cosas:

- a) Que esta actividad esta constituida primordialmente por jóvenes (casi dos terceras partes de los comerciantes tenían menor de 35 años) y,
- b) Que la misma absorbió una parte de la población económicamente activa que se incorporó al mercado de trabajo en la década pasada.

También se vió la presencia de comerciantes muy antiguos considerados tradicionales (un 18%), son comerciantes que se han dedicado a la actividad por tradición familiar, se encontraron casos de hasta tres generaciones de comerciantes. Como se había dicho, la familia es la principal via medio de ingreso en la actividad.

La relación barrio-comercio sigue siendo una de las manifestaciones características de este lugar, sobre todo, en cuanto a infraestructura pues, en Tepito se localizan redes distribuidoras de mercancías nacionales y extranjeras; el comercio también se provee de la micro y macro industria que en el mismo se desarrolla, como la de zapatería y la industria textil.

Las viviendas que se localizan en la zona comercial del barrio están siendo ocupadas como bodegas, lo que significa un continuo cambio en el uso del suelo, y el desplazamiento de viviendas y talleres.

En cuanto a los comerciantes, si bien, podemos considerar

talleres.

En cuanto a los comerciantes, si bien, podemos considerar que el comercio todavía es de los tepiteños, la tendencia tiende a ser lo contrario, sin pretender concluir, haciendo una comparación entre los resultados de un estudio realizado en Tepito en 1982, según el cual de los comerciantes el 75% eran residentes de Tepito, y los resultados de la muestra de esta investigación de los cuales sólo un 55% eran nativos, pareciera que en un periodo de 10 años ha disminuido en un 20% la participación de tepiteños en el comercio.

Entre las repercusiones de este hecho se pueden nombrar la falta de identidad y participación de comerciantes de otras actividades y formas de convivencia de Tepito, como se puede observar en los resultados de las preguntas de identidad cultural. A pesar de que Tepito es un espacio pequeño, en donde se concentra una compleja variedad de actividades y realidades, cada una se desarrolla bajo sus propias pautas, en el comercio, su dinámica actualmente se encuentra distanciada de otras actividades del barrio.

La dinámica comercial no corresponde con algunas necesidades del barrio referentes a servicios públicos, por lo que los comerciantes han estado en continuo enfrentamiento político con otros intereses como las organizaciones de inquilinos.

En cuanto al tipo de familia que caracteriza a los comerciantes, se encontró que existe una relación entre esta y las actividades del comercio. Por tratarse de familias chicas, en etapa de constitución o de estabilidad, que no disponen más que de un

ingreso; y la actividad comercial, al requerir de pocos participantes (el promedio fue de dos), estos dos ámbitos se complementan mutuamente, por lo que el comercio constituye el medio de subsistencia de varias familias pequeñas, en su mayoría nucleares. Los comercios que se consideraron familiares, por estar integrados exclusivamente por familiares fueron un 53% de los casos.

Por la dependencia del comercio para la subsistencia familiar se reconoció la presencia de comercios de subsistencia.

Los comercios no familiares, son los que son trabajados por empleados, también se localizaron negocios de alta rentabilidad y de reinversión de capital, que se diferencian en que han podido hacer reinversión de capital e incrementar su negocio o, desde su inicio fueron de alta rentabilidad pues fueron comprados, o pertenecen a locatarios del barrio.

La Asociación de Comerciantes Establecidos del Barrio de Tepito puede considerarse una Organización con fuerza y representatividad, en la medida que la mayoría de los entrevistados se expresaron a favor de la misma, sin embargo, también se reconocieron problemas como la delincuencia y la basura.

El periodo en que se encontró el mayor número de instalación de puestos fue de 1974 a 1983, tendencia que ha disminuido con el tiempo, sin embargo, es en los últimos seis años se encontró mayor movilidad de comerciantes, es decir en este periodo se ha incorporado la mayor parte de empleados, en una tendencia que tiende a acelerarse, este hecho, nos dice que si bien no existe una

fácil movilidad laboral entre sectores diferentes (asalariados y no asalariados), si existe una mayor movilidad en el sector del comercio en vía pública tanto de comerciantes como de mercancías.

El papel que tiene actualmente el comercio en el barrio, sigue siendo significativo en cuanto a los puestos de trabajo que ofrece y la riqueza que desarrolla. Quizá su éxito es que se ha sabido ir adaptando a las nuevas circunstancias, pues, aún cuando todavía encontramos el comercio que por tradición se ha desarrollado en el barrio como es el comercio de objetos usados, éste en la actualidad es la minoría.

Con el tiempo los giros de mercancía han ido cambiando, así como la forma en que se ejerce la actividad y sus participantes. En el primer caso, las mercancías más atractivas son la ropa, el calzado y los electrodomésticos, que también son considerados los más rentables.

Algo que favorece el comercio del barrio, es la existencia de un patrón de consumo social, donde se identifica al barrio como un lugar de comercio, extenso y variado, con artículos baratos; hecho que le convierte en un lugar de destino común de muchos estratos sociales, pero sobre todo, de los pobres.

Es factible pensar que esta actividad con el tiempo puede cambiar pero no desaparecer, por el clientelismo político que implica y los intereses diversos que intervienen, pero también por la importancia económica para los tepiteños y, un gran número de familias.

El desarrollo que en últimas fechas ha tenido la política del

Estado hacia estos sectores, concretamente la reubicación de los comerciantes en vía pública del perímetro A del primer cuadro del Centro Histórico y, la prohibición del comercio en el sistema de transporte colectivo metro, no implica una política de desaparecer este tipo de actividades, pues por una parte, es un fenómeno que rebasa a las autoridades y por otra, es bien conocida la importancia económica y política que representan para el sistema en términos de un amortiguador social del desempleo y de los bajos salarios vigentes.

Estas políticas responden a la presión ejercida por comerciantes establecidos y la opinión pública, pero también se reconoce que estas actividades van acompañadas de una serie de problemáticas ligadas a la vialidad, la salubridad y la imagen urbana.

Estos programas sólo constituyen una salida que permite su permanencia y satisface demandas de otros grupos de presión. De ninguna manera de esa forma se soluciona el problema de la existencia de estas actividades, pues de todos es sabido que su causa fundamental es de tipo estructural por deficiencias en el sistema económico del país.

Las reubicaciones de los comerciantes en vía pública en plazas, también juegan un papel político importante pues, se inscriben dentro de la política de favoritismos a grupos populares con la intención de ganar votos para el partido oficial, pues existe un corporativismo entre el PRI con estos sectores por medio de sus líderes.

La forma específica en que se desarrolló el comercio en vía pública en el Centro Histórico difiere con el ejercido en el barrio de Tepito, en el cual, el enfrentamiento entre comerciantes establecidos y comerciantes en vía pública es mediado en el barrio por los líderes, además del peso que la tradición comercial tiene tanto para los habitantes del barrio como para los consumidores a favorecido su crecimiento, por lo que en vez de existir programas para combatirlo, los hay para mejorarlo.

También se observaron algunos resultados negativos del desarrollo que ha seguido el comercio en las dos últimas décadas. Por una parte la descalificación de mano de obra, tanto de contingentes sin experiencia laboral que no pueden ser absorbidos por los empleos formales, sobre todo jóvenes, porque a pesar de ser una actividad donde se puede aspirar a un mejor ingreso, no se cuenta con las prestaciones y beneficios que dispone la ley; y por otro lado la existencia de personas con alguna calificación que optan por el comercio, se encontraron incluso casos de personas con estudios profesionales que dejaron su actividad anterior por el comercio.

Muchos jóvenes abandonan sus estudios al ingresar a esta actividad ya sea como empleados o, por ayudar a su familia en un negocio familiar. La escolaridad registrada es baja, un 68% de los comerciantes tenía un máximo de estudios de secundaria.

Sin duda, la actividad del comercio en vía pública comparte con otras actividades por cuenta propia la diversidad de formas y causas que las caracterizan.

Por la heterogeneidad de estas actividades, se sufre de una carencia teórica que las explique, lo cual se debe al desconocimiento de los diversos factores que intervienen en su desarrollo. Con este estudio de campo si bien se descubre una amplia gama de factores intervinientes y sus pesos relativos según el contexto espacial y temporal, también tiene la limitación de no poder convertirse en una teoría general extendible a otras.

Sin embargo es valioso, porque describe a grandes rasgos las características actuales de una actividad que en años recientes no sólo ha sido cuestionada sino también satanizada.

BIBLIOGRAFÍA

-Aguilar Aguilar, Arturo y otros. Plan de Mejoramiento para el barrio de Tepito. Programa de Vivienda, Tesis Profesional de Arquitectura, México, 1982, Facultad de arquitectura, Taller 5.

-Alonso, José Antonio. "Clandestinidad industrial y marginalidad urbana en la metrópoli mexicana". (ponencia) s/f s/l.

-Alonso, José Antonio. "El concepto de Marginalidad Urbana y su uso en América Latina", en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. abr-jun, 1987, no. 128, México, UNAM, pp. 51-72.

-Amador Lucy y Enrique Quintana. "La Economía Informal. El nuevo milagro mexicano", en Este país. No. 20, noviembre de 1992. págs. 2-8.

-Arregui Solano, Edmundo Gabriel y otros. Plan de Mejoramiento urbano para el barrio de Tepito. Equipamento, Medio Ambiente e Imagen Urbana. Tesis de Arquitectura, México D.F, 1982, Facultad de Arquitectura, UNAM.

-Arellano Flores, Ma. Sonia. "El Comercio Informal", México, 1991. (ponencia presentada en el XII Congreso Nacional de Sociología, Queretaro, Qro.).

-Bassols, Mario et al.(comp.). "Antología de sociología urbana". México, UNAM-FCPyS, 1988.

-Bejar, Héctor. "Reflexiones sobre el Sector Informal", en Nueva Sociedad. No. 90, jul-ago de 1987.

-Blalock, Hunbert M. "Estadística Social". México, Fondo de Cultura Económica, 1992.

-Bromley, Ray. "Trabajo en las calles: estrategia de sobrevivencia, necesidad o mal inevitable", en Revista Interamericana de Planificación. vol. 17, no. 18, diciembre 1983, pp. 57-72.

- CANACO. Economía Informal. El comercio ambulante en la ciudad de México. México, CANACO, 1988.
- CANACO. Economía Informal. ¿Quién provee a los ambulantes. México, CANACO, 1989.
- Cartaya F, Vanessa. "El Confuso mundo del Sector Informal", en Nueva Sociedad. No. 90, jul-ago de 1987.
- Castro Nieto, Guillermina Grisel. Control Político y Organización Informal: el caso del comercio ambulante del barrio de Tepito. México, Universidad Autónoma Metropolitana-Izt., 1987.
- Centro de Estudios Económicos y del Sector Privado. La Economía Subterránea en México. México, Diana, 1987.
- Centro de Estudios Tepiteños. ¿Quién es quién en Tepito?. México, CETEPI, 1991.
- Connolly, Priscilla. "Dos décadas de Sector Informal", en Sociológica. año 5, No. 12, UAM-Azcapotzalco, México, ene-abr 1990.
- Consejo Del Centro Histórico. Diagnóstico y Propuesta de Ordenamiento del Comercio en Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México. México, marzo 1990.
- Contreras Suárez, Enrique y Ma, Elena Jarquín S. Los Barrios el mercado y la microempresa. Mimeo, (documento) 1991.
- Contreras Suárez, Enrique. "Posición de clase, Sector Informal y distribución del ingreso en América Latina", en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. año xxxiii, abr-jun 1981, no. 128.
- Cortés, Fernando y Oscar Cuéllar. Crisis y Reproducción Social. los comerciantes del Sector Informal. México, FLACSO-PORRUA, 1990.
- Cortés, Fernando. La informalidad del Sector Informal extralegal. México, FLACSO, 1988, mimeo.

-Couffignal, Georges. "Misterioso Tepito", en Trace. IFAL-CEMCA. No. 11, mayo 1987.

-De Soto, Hernando. El otro Sendero. México, Diana, 1987.

-Escobedo Yabar, Norma Estela. El Comercio de subsistencia en México y Perú, periodo 1976-1988. México, UNAM-FCPyS, División de Estudios de posgrado, 1990. (Tesis de Doctorado en Estudios Latinoamericanos).

-Galín, Pedro. "El Sector Informal Urbano: conceptos y críticas". en Nueva Sociedad. No. 113. págs 45-51.

-Grompone, Romeo. Talleristas y vendedores ambulantes en Lima. Lima, DESCO, 1986.

-Indacochea, Alejandro. "Entre la usura y la asfixia, el funcionamiento del Sector Informal", en Nueva Sociedad. no. 89, ene-feb, 1989.

-INEGI, COABASTO. Comercio en Vía Pública 90-91. Cuantificación y Tipificación. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. 1991.

-Jarquín Sánchez, Ma Elena. Las pieles del barrio. la producción de calzado en Tepito. FLACSO-México, tesis de maestría, 1991.

-Mendenhall, William. "Estadística para administración y economía". USA, Wadsworth internacional, 1978.

-Méndez, Alejandro; Sofía Aké y Alliet Bautista. "El metro: un espacio para el comercio ambulante", en Momento Económico. no. 51, México, IIE-UNAM, sept-oct, 1990. pp. 23-28.

-Mesa Lago, Carmelo. La Seguridad Social y el Sector Informal. Chile, PREALC, Col. Investigaciones sobre el empleo, No. 32, 1990

-Murrieta, Mayo y María Eugenia Graf. ¿En donde quedaron mis recuerdos?. La vecindad en Tepito. México, Centro de Estudios Tepiteños. 1988.

-Nicochea, Andrés; Luis Durán y Pablo Trivelli. Urbanización y Sector Informal en América Latina. Chile, OIT-PREALC, 1990.

-Olguín Quiñones. "Estadística descriptiva aplicada a las Ciencias Sociales". México, UNAM-FCPyS. 1988.

-Oliveira, Orlandina De; Marrielle Pepin L. y Vania Salles (Comp.). Grupos Domésticos y Reproducción Cotidiana. México, Porrúa. 1982.

-Pérez Sainz, J. P. y R. Menjivar Larin. Informalidad Urbana en Centroamérica, entre la acumulación y la subsistencia. San José, Costa Rica, FLACSO-NUEVA SOCIEDAD, 1991.

-Portes, Alejandro; Manuel Castells and Lauren A. Benton. The Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries. Baltimore, The Hopkins University Press, 1989.

-Portes, Alejandro. "El Sector informal: Definición y controversias, relaciones con el desarrollo nacional", en Ciudades y sistemas urbanos. Buenos Aires, CLACSO, 1984.

-Portes, Alejandro. Sobreviviendo subterráneamente: material comparativo sobre el Sector Informal en economías occidentales de mercado. 1985. Ponencia presentada a la reunión anual de la Asociación Sociológica Norteamericana (ASA), Washington.

-Rendón, Teresa. "Una visión crítica del Sector Informal". 1991. (ponencia).

-Rimbaud, Francois. Deux ou trois choses qui je sais de lui: Le Secteur Informal in Mexique. Paris, Université de Paris X-Nanterre URF D'Economie, 1991.

-Romero, Héctor Manuel. Barrios y Colonias de la Delegación Cuauhtémoc. Delegación Cuauhtémoc, 1980.

-Rosales Ayala, S. Héctor. Tepito ¿Barrio Vivo?. Cuernavaca, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM, 1991.

-Salles, Vania. "Cuando hablamos de familia, De qué familia estamos hablando?", en Nueva Antropología. No. 39. Vol. XI, junio 1991.

-Selby, Henry A. et al. "La familia urbana mexicana frente a la crisis". en Crisis, conflicto y Sobrevivencia. Estudios sobre la Sociedad Urbana en México. Guillermo de la Peña, et al. (comp.). Guadalajara. U. de G-CIESAS. 1990.

-Silva Ruiz, Gilberto. "La Economía Subterránea en México", en Acta Sociológica. ene-abr 1991, vol. IV, no. 1.

-Soto Páez, Ernesto. "Tepito", en Mira. México, grupo editorial Tres, 9 diciembre 1991, pp. 24-26, no. 94.

-Tomas, Francois. "Tepiteños", en Trace. Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos. No. 17, junio 1990.

-Torres Salcido, Gerardo; Ma. Elena Jarquín S. y Enrique Contreras S. "Informalidad, marginalidad y pobreza: una perspectiva global", en Acta Sociológica. ene-abr 1991, vol. IV, no. 1.

-Tokman, Victor E. "El Sector Informal: 15 años después", en El Trimestre Económico. vol. XV, no. 15, México, FCE, septiembre, pp. 513-535.

-Turnham, David; Salomé Bernard and Antoine Schwarz. The Informal Sector Revisited. Paris, DECP, 1990.

A N E X O S

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS
Y SOCIALES.

CUESTIONARIO PARA PUESTOS COMERCIALES EN VIA PUBLICA.

Fecha _____ No. de cuestionario _____
No. de puesto _____ Localización calle _____
No. _____
Encuestó _____

DATOS DEL INFORMANTE. (De preferencia el dueño del puesto o en caso contrario, la persona que lo atiende).

edad _____ sexo _____
estado civil _____ lugar de nacimiento _____
entidad y colonia. _____

1. ¿Vive en Tepito?

1. si () (pase a la pregunta 2)

2. no () (pase a la pregunta 3)

2. ¿Siempre ha vivido aquí?

si () (pase a la pregunta 2)

no () (pase a la pregunta 2a)

2a. Mencione los dos últimos lugares y años en que ha vivido antes de vivir en Tepito.

Pase a la pregunta 4.

3. ¿Dónde vive?

(Si es dentro del D.F.) Delegación _____ Colonia _____

(Si es fuera del D.F.) Municipio _____ Localidad _____

En caso de vivir en el D.F. pero que no haya nacido aquí preguntar:

4. ¿A qué edad y en qué año migró a la Cd. de México?

EDAD

AÑO

5. El lugar dónde vive es:
1. rentado ()
 2. propio ()
 3. prestado ()
 4. otro () especific. _____
6. ¿Qué cargo ocupa en el puesto?
- 1 dueño () (pasar a la pregunta 8)
 - 2 socio () (pasar a la pregunta 7)
 - 3 encargado () (pasar a la pregunta 7)
 - 4 empleado () (pasar a la pregunta 7)
 - 5 otro () (pasar a la pregunta 7)
7. ¿Cuál es su relación con el dueño?
1. familiar ()
 2. compadre ()
 3. amigo ()
 4. empleado ()
 5. otro _____
8. ¿Es dueño de otros puestos?
1. sí () (Pase a la preguntas 9 y 10)
 2. no () (pase a la pregunta 11)
 3. no sabe () (pase a la pregunta 11)
9. ¿De cuántos? (especificar en número) _____
10. ¿Dónde se ubican?
1. en Tepito () lugar _____
 2. otro lugar () (especifique) _____
 3. no sabe ()
11. ¿Desde cuándo se dedica al comercio en vía pública? _____ años y meses.
12. ¿Antes de emplearse como comerciante a que se dedicaba?
1. a trabajar () (pasar a las preguntas 13 y 14)
 2. a estudiar () (pasar a la pregunta 18)
 3. al hogar () (pasar a la pregunta 18)
 4. otro () especific. _____
13. ¿Dónde trabajaba anteriormente?
-
14. ¿Continúa en su trabajo anterior?
1. si () (pasar a la pregunta 16)
 2. no () (pasar a la pregunta 15)

15. ¿Por qué dejó su trabajo anterior?

Pase a la pregunta 18.

16. ¿Cuál trabajo le deja un mayor ingreso, el de comercio o su otro empleo?

1. el comercio ()
2. el otro empleo ()
3. le dejan lo mismo ()
4. no contestó ()

17. ¿Cuál de los dos trabajos le gusta más?

1. el comercio ()
2. el otro empleo ()
3. ambos ()
4. no contestó ()

18. ¿Le gustaría cambiar de trabajo?

1. sí () (pasar a la pregunta 19)
2. no () (pasar a la pregunta 21)

19. ¿A qué actividad le gustaría cambiar?

20. ¿Por qué?

21. Como comerciante ¿Siempre ha trabajado en el barrio de Tepito?

1. sí () (pasar a la pregunta 23)
2. no () (pasar a la pregunta 22)

22. ¿En dónde trabajó antes? (como comerciante).

Lugar delegación y colonia.	Años	Cargo en el negocio	Volumen de mercancía	Qué vendía

En el apartado de volumen preguntar en cuánto calcula el costo del puesto en total (considerando el puesto y la mercancía invertida) en pesos actuales.

23. ¿Desde cuándo trabaja éste puesto? _____
años y meses.

24. ¿Cuánto tiempo tiene de establecido éste puesto? _____

25. ¿Cuántos dueños ha tenido éste puesto? _____

26. ¿Cómo obtuvo este puesto?

1. por compra () (pasar a la pregunta 27)
2. es herencia () (pasar a la pregunta 28)
3. es traspaso () (pasar a la pregunta 27)
4. es rentado () (pasar a la pregunta 27)
5. es prestado () (pasar a la pregunta 27)
6. otro. () especificar _____

27. ¿De quién? o ¿A quién? _____

28. ¿Cómo se inicio en el comercio en vía pública?

Pedir que les cuente:

DATOS DEL COMERCIO.

29. ¿A qué organización de comerciantes pertenece?

30. ¿Desde hace cuánto tiempo?

31. ¿Por qué decidió afiliarse a esta organización?

31a. Mencione tres beneficios que ha/a obtenido por pertenecer a esta organización. _____

31b. Mencione una desventaja de pertenecer a esta organización. _____

32. ¿Qué productos se venden en el puesto?
Señalar el giro principal y el o los secundarios.

1. _____ 2. _____ 3. _____

1. chácharas o artículos reciclados, 2. electrodomésticos, 3. ropa, 4. zapatos, 5. bisutería y perfumes, 6. alimentos preparados, 7. alimentos sin preparar, 8. juguetes, 9. papelería y art. escol. 10. cassettes, discos y películas, 11. herramientas y otros accesorios, 12. medicamentos naturistas, 13 otros. especificar _____

33. La procedencia de la mercancía es:

1. nacional ()
2. extranjera ()
3. ambas ()

34. ¿En dónde compra la mercancía?

1. Central de abastos ()
2. merced ()
3. fábricas ()
4. otros comerciante ()
5. otros () especific. _____

35. ¿Compra mercancía con proveedores o distribuidores de Tepito?

1. sí () (pasar a la pregunta 36)
2. no () (pasar a la pregunta 37)

36. ¿Como cuál?

37. ¿Desde que tiene su puesto en el barrio de Tepito, siempre ha vendido el mismo tipo de mercancía?

1. sí () (pasar a la pregunta 41)
2. no () (pasar a la pregunta 38)

38. ¿Hace cuánto tiempo cambió de giro de mercancía? _____ años y meses.

39. ¿Qué vendía antes? _____

40. Por qué cambio? _____

41. ¿Le gustaría cambiar de giro de mercancía?

1. sí () (pasar a la pregunta 42)
2. no () (pasar a la pregunta 44)

56. ¿Cuántas personas de su familia dependen de los ingresos del negocio? _____

57. ¿Quién es el jefe de la familia? _____
(parentesco con el respondente).

DATOS ACERCA DEL BARRIO.

58. Además de la organización de comerciantes a que pertenece, ¿forma parte de alguna organización o asociación que tenga por objetivo el trabajo comunitario o actividades dentro del barrio de Tepito?

1. sí () (pasar a la pregunta 59)
2. no () (pasar a la pregunta 60)

59. ¿A cuál o cuáles?

60. ¿Participa en las festividades que se llevan a cabo en el barrio?

1. sí () (pasar a la pregunta 61)
2. no () (pasar a la pregunta 62)

61. ¿En cuál o en cuáles?

62. ¿Realiza alguna otra actividad además de la comercial dentro del barrio? por ejemplo el ejercicio de un oficio, la participación en algún grupo cultural o deportivo, el convivió con amistades etc.

1. sí () (pasar a la pregunta 63)
2. no () (pasar a la pregunta 64)

63. ¿Cuál o cuáles?

64. ¿Conoce cuáles fueron las formas tradicionales de comercio que se han ejercido en el barrio de Tepito?

1. sí () (pasar a la pregunta 65)
2. no () (pasar a la pregunta 66)

65. ¿Como cuáles? cuéteme: _____

66. ¿Conoce los movimientos culturales que se han desarrollado en el barrio y algunos de sus personajes?

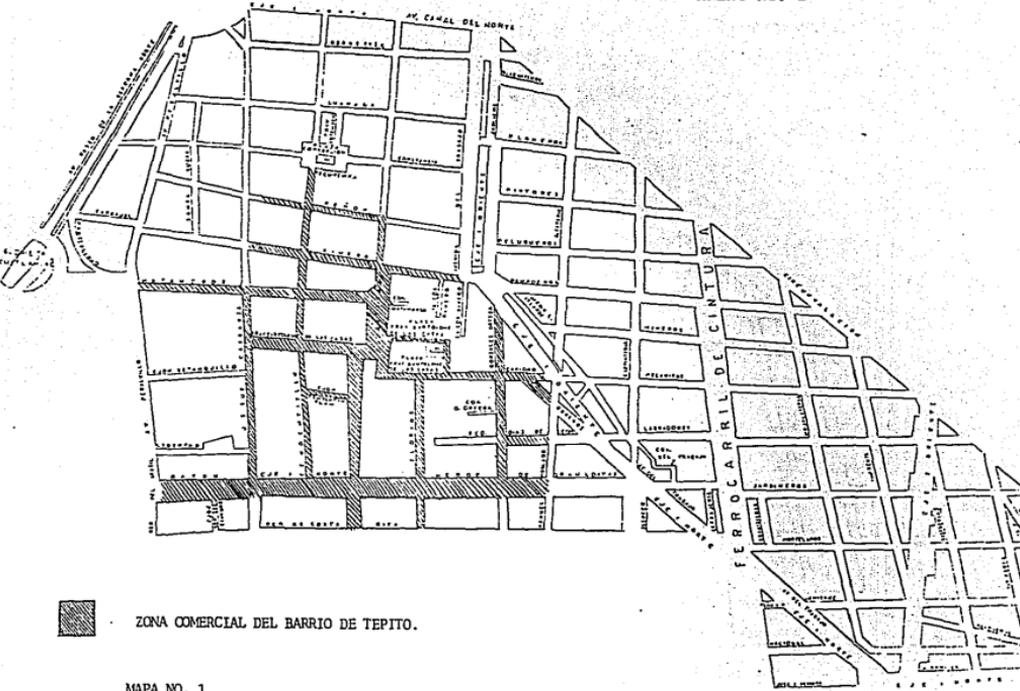
1. sí () (pasar a las preguntas 67)
2. no () (pasar a la pregunta 69)

67. ¿Cuáles movimientos?

68. ¿A qué personajes?

69. ¿Cuáles considera los principales problemas que enfrentan los comerciantes en vía pública del barrio de Tepito?

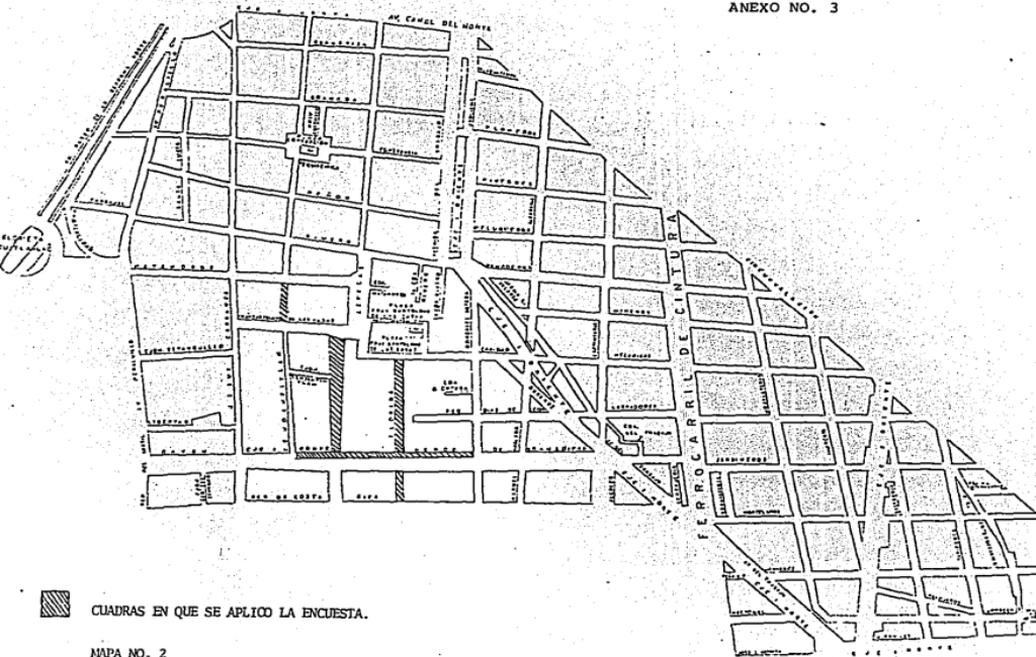
70. ¿Cuál considera que es la forma más adecuada de resolverlos?



ZONA COMERCIAL DEL BARRIO DE TEPITO.

MAPA NO. 1

ANEXO NO. 3



 CUADRAS EN QUE SE APLICO LA ENCUESTA.

MAPA NO. 2